



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**  
**FACULTAD DE FILOSOFIA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**ESCUELA DE TURISMO**

**PAQUETE TURISTICO PARA LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE CUENCA**

**TRABAJO DE GRADUACION PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO**

**DE GUIA SUPERIOR DE TURISMO**

**AUTOR**

**MARITZA ISABEL FARFAN PACHECO**

**DIRECTOR.**

**DR.RAUL CORDOVA**

**CUENCA – ECUADOR**

**2008**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis esta dedicada con todo mi cariño a mi esposo que me apoyo en todo momento, también la dedico a mi mamá que ha sido la persona que siempre ha estado a mi lado incondicionalmente, a mi padre que me guía desde el cielo, y a toda mi familia que son mi respaldo.

**Maritza Farfán P.**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento más sincero es a Dios que me ha regalado la vida para poder realizar mis más grandes anhelos.

Quiero agradecer también a mis directores de tesis, profesores y amigos que han sido un pilar fundamental en el desarrollo de este proyecto

## **ABSTRACT**

Las fiestas religiosas de Cuenca poseen un gran atractivo que nos ayudara a promocionar de una mejor manera nuestra hermosa ciudad.

La propuesta de este proyecto se basa en desarrollar guiones, investigar sobre turismo religioso, incluir a nuevas empresas turísticas y destinos, en fin hacer un estudio consiente de esta nueva alternativa.

En estos paquetes se podrá conocer más de cerca la cultura, tradiciones y costumbres de nuestro pueblo que con los años están disminuyendo, al crear estas nuevas alternativas de visita a Cuenca lograremos retomar estas creencias y convertirlas en un potencial turístico que atraiga gente de otros países a conocer las mismas.

## INDICE DE CONTENIDOS

### CAPITULO I

INTRODUCCION .....	1
MARCO TEORICO	
CONCEPTO SOBRE PAQUETE TURISTICO	
DEFINICION DE CONCEPTOS BASICOS.....	2
EL TURISMO.....	2
EL TURISTA.....	2
TOUR.....	2
RUTA.....	3
INFRAESTRUCTURA .....	3
ITINERARIO.....	3
RECURSO TURISTICO.....	4
RUTA.....	4
GUIA TURISTICA.....	5
PRODUCTO TURISTICO.....	5
VALORES TURISTICOS.....	5
MERCADO TURISTICO.....	6
GUIA DE TURISMO.....	6
QUE ES PAQUETE DE TURISMO.....	6

## CARACTERISTICAS

ESTRUCTURA DE LOS PAQUETES TURISTICOS.....	8
TIPOS O CLASES DE PAQUETES TURISTICOS.....	11
SEGMENTACION DE MERCADO.....	11
VALORACION DE ATRACTIVOS.....	12
FICHA PARA INVENTARIOS.....	13
JERARQUIZACIÓN.....	14
GUION.....	14
ITINERARIOS Y DELIMITACION DE RUTAS.....	15
COSTOS.....	16
VENTAS.....	18
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	18

## CAPITULO II

### ELABORACION DEL PAQUETE

INTRODUCCION.....	19
ANTECEDENTES.....	19
SEGEMENTACION DEL MERCADO.....	22
VALORACION.....	22
FICHAS DE INVENTARIO.....	23

GUION.....	24
PASE DEL NIÑO.....	25
SEMANA SANTA.....	26
CORPUS CHRISTI.....	29
PAQUETE TURISTICO NAVIDAD.....	31
PAQUETE TURISTICO SEMANA SANTA.....	32
PAQUETE TURISTICO CORPUS CHRISTI.....	34
DESCRIPCION DE RUTA TURISTICA.....	35
DELIMITACION DE RUTA.....	38
COSTOS.....	39
PRECIO DE VENTA.....	39
COSTO PAQUETE NAVIDAD.....	40
COSTO PAQUETE TURISTICO SEMANA SANTA.....	41
COSTO PAQUETE TURISTICO CORPUS CHRISTI.....	42
ESTADO DE RESULTADOS.....	43
VENTA.....	46
CONCLUSIONES Y RECOMENTACIONES.....	48
BIBLIOGRAFIA.....	49

# **PAQUETE TURISTICO PARA LAS FIESTAS RELIGIOSAS DE CUENCA**

## **CAPITULO I**

### **INTRODUCCION**

Con el presente paquete lo que se busca es desarrollar de una manera organizada nuevas alternativas turísticas, por ser una actividad que si bien se la realiza regularmente creo que no tiene un esquema definido que pueda ser bien analizado y con el cual las personas involucradas puedan desarrollar el mismo de una manera profesional, es por esto que es necesario que se investigue y analice todos los campos involucrados que nos puedan servir para que el proyecto que proponga se ponga en marcha.

El presente trabajo estará enfocado en los más importante acontecimientos religiosos de la ciudad, como son el Pase del Niño, La semana Santa y el Corpus Christi, en base de estos atractivos nos guiaremos para la creación de nuevos paquetes que ayudarán a que nuestra Ciudad, sea conocida por sus tradiciones y sus costumbres.

La propuesta de este proyecto se basa en desarrollar guiones, investigar mas sobre el turismo religioso, definir a que grupo de personas le interesa realizar este tipo de turismo en fin hacer un estudio consiente de esta nueva alternativa.



## **MARCO TEORICO**

### **CONCEPTOS SOBRE PAQUETE TURISTICO**

#### DEFINICION DE CONCEPTOS BASICOS:

##### **El Turismo**

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar

##### **El Turista**

Al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

##### **Tour**

Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

## **Ruta**

Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

## **Infraestructura**

Es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.

## **Itinerario**

Es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

1. Descripción de un camino o una ruta, especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Fuente: Rutas e itinerarios turísticos, de Gómez y G.-Quijano

2 Fuente: Manual de geografía turística, de Calabuig y Ministrál

2. Sistematización de los desplazamientos turísticos, que determina los modelos de uso y consumo del espacio geográfico en función del tipo de desplazamiento, el objeto del mismo y el uso realizado del destino.<sup>2</sup>

- Descripción y dirección de un camino, expresando los lugares y posadas por donde se ha de transitar.

\* Indicación detallada de un recorrido cualquiera.

\* Documento escrito o impreso que describe un recorrido determinado con indicación de distancias y eventualmente con informaciones hoteleras y otros elementos de interés turístico.<sup>3</sup>

### **Recursos Turísticos**

Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

### **Ruta**

1. Itinerario cuya salida y llegada no coinciden en el mismo lugar.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.boletin-turistico.com/lexico/lexicoi.htm>

<sup>4</sup> Fuente: Rutas e itinerarios turísticos, de Gómez y G.-Quijano

2. Tipo de itinerario que tiene como objetivo dar a conocer un determinado espacio en forma de visitas de corta duración y enlazar enclaves relativamente cercanos con el fin de producir una sinergia entre ellos.<sup>5</sup>

### **Guía Turística**

Son libros, revistas, fascículos u otro tipo de publicación que tiene como finalidad dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

### **Producto Turístico**

Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

### **Valores Turísticos**

Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.

---

<sup>5</sup> Fuente: Manual de geografía turística, de Calabuig y Ministrál

## **Mercado Turístico**

El término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que en el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

## **Guía de Turismo**

Se le denomina así a personas que tienen conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a lo largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Su función es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayuda a los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y alimentación, planea, aconseja acerca de viajes auxilia en el manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local.<sup>6</sup>

## **QUE ES PAQUETE TURISTICO**

Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por un cliente individual o grupal (sin importar el número de personas). Normalmente incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones y otros.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> <http://www.definiciones/turismo/turismo.shtml>

<sup>7</sup> Fuente: Rainforest Alliance.

Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.<sup>8</sup>

Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas aéreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. 2.Jar Jafari 2002, lo define como: " formato de viaje con todo incluido organizado por intermediarios. 3.Conjunto de bienes y servicios que se comercializan como un solo producto o marca y se vende con un precio unitario para todo el paquete. 4.Se puede definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo.(HELO.2003)<sup>9</sup>

“Es el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global.”<sup>10</sup>

Paquete Turístico.

---

<sup>8</sup> Fuente: IET

<sup>9</sup> Fuente: Arq. Jorge Valencia Caro

<sup>10</sup> CHAN, Nelida, “Circuitos Turísticos Programación y Cotización”, Argentina, Librerías Turísticas, 1994

Es una fusión de servicios organizados como hospedaje, alimentación, transporte, tours, que se comercializan por un valor.

## **CARACTERISTICAS**

### **ESTRUCTURA DE LOS PAQUETES TURISTICOS**

“Antes de elaborar un paquete turístico se debe tomar en cuenta lo siguiente:

➤ **Investigar el mercado:**

Antes de sacar una oferta turística y realizar todo el trabajo que esto significa, hay que investigar a la competencia si tiene ofertas parecidas y a que tipo de turistas van dirigidas.

➤ **Analizar si es adecuado sacar una promoción:**

No siempre una promoción es una buena alternativa útil, el recurso de mercadeo se utiliza en ciertos casos, bajo ciertas circunstancias, también es necesario tomar en cuenta el tipo de producto que se esta vendiendo ya que el consumidor en muchas ocasiones una oferta como “urgencia o problemas” para el vendedor.

➤ **Enfocarse en un cliente:**

Es necesario en el turismo enfocarse en una oferta dedicada cierto tipo de cliente que queremos atraer, mas aún al realizar un paquete turístico la mezcla de servicios deben garantizar que todos correspondan a un nivel de precio/calidad similar que asegure que nuestro cliente se sentirá a gusto con la experiencia del viaje.

Además cuando nos dirigimos a un tipo de cliente en particular, podremos dirigir eficazmente la promoción.

➤ **Cotizar un paquete**

En general quienes adquieren viajes organizados, buscan no preocuparse por reservaciones, organización del viaje o gastos extras, quieren que el precio final lo englobe todo y si es

posible el tour también, es decir que incluya desde el transporte y alojamiento hasta las actividades durante el viaje.

Siempre cotice bajo una misma unidad, por persona o por habitación y cotice a un número mínimo de pasajeros con los que pueda operar el tour.

➤ **Elegir los proveedores:**

Es indispensable que los proveedores involucrados en un paquete turístico sean de total confianza, tomar en cuenta que es una cadena y si uno de ellos fallara toda la operación corre el riesgo de desorganizarse, además hay que considerar un proveedor de respaldo.

➤ **Datos Obligatorios:**

Algo muy importante que un paquete turístico debe tener y es necesario para evitar malas interpretaciones del cliente y confusiones al momento de venderlo y operarlo:

**Nombre:** Identificar el paquete con un nombre el cual no pueda confundirlo con otro producto, es mejor si se asigna un código, versión y fecha a cada paquete-

**Fechas de operación/salidas:** Indicar específicamente esta información.

**Duración:** Normalmente se debe indicar el número de días y noches, desde la salida, por ejemplo: 4 Días/3 noches.

**Precio:** Detalle si este es por persona o por habitación.

**Incluye/No incluye:** Es muy importante detallar el tipo de habitación (sencilla, doble), tipo de desayuno, almuerzos, cenas, costos de entradas, excursiones, transfer, vuelos etc.



**Observaciones:** En este apartado van aquellas políticas para niños, tercera edad, nacionalidad, políticas de cancelación y otros aspectos importantes de acuerdo a cada oferta.

**El guía y el chofer:** Es importante si el paquete tiene guía y chofer y la estadía y alimentación no esta cubierta con complementarios, inclúyalos en el costeo.

**Entradas a parques, zonas naturales u otros:** Para el viajero y para la operación es poco practico recolectar dinero para el pago de entradas, en lo posible incluir estos valores al precio final del paquete.

**Impuestos:** En nuestro país los servicios de alojamiento cargan a sus precios el 12% de impuestos por IVA y el 10% de servicio (en establecimientos o servicios de lujo, primera y segunda categoría). Cuando costee un paquete es importante asegurarse de no haber olvidado incluirlos en el precio de alojamiento, por otra parte no incluir al final los impuestos ya que estaría cargando con este impuesto, a otros servicios que tienen tarifa cero.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> [http://: www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

## **TIPOS O CLASES DE PAQUETES TURISTICOS**

1. Por su organización
2. Por su duración
3. Por el territorio
4. Por su temática
5. Por modalidad
6. Por el usuario
7. Por forma de Operación<sup>12</sup>

## **SEGMENTACION DEL MERCADO:**

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación: agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes.

---

<sup>12</sup> CHAN, Nelida, “Circuitos Turísticos Programación y Cotización”, Argentina, Librerías Turísticas, 1994

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

### **VALORACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS**

**VALOR INTRINSICO.-** Es el valor propio del atractivo, es decir artístico, escénico, natural, científico.

**VALOR EXTRÍNSICO.-** Es un valor convencional en un atractivo, esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por un factor circunstancial o accidental.

**ESTADO DE CONSERVACION.-** Es el grado de integridad física en el que se encuentra el atractivo, originalmente como a partir de posibles intervenciones del hombre.

**ENTORNO.-** Se refiere al ambiente físico y social que envuelve al atractivo.

Para poder dar esta valoración a los atractivos también es indispensable en primer lugar hacer un inventario de los mismos para esto nos basaremos en el siguiente esquema:

## FICHA PARA INVENTARIOS

## **La jerarquización**

1. **Atractivos Jerarquía IV:** Excepcionales capaces por sí solos de atraer una corriente importante de visitantes actuales o potenciales del mercado internacional.

2. **Atractivos Jerarquía III:** Excepcionales capaces por sí solos de atraer una corriente del mercado interno y en menor porcentaje que los atractivos Jerarquía IV del turismo receptivo.

3. **Atractivos Jerarquía II:** Atractivos con algún rasgo llamativo, capaces de interesar a visitantes, ya sea del mercado interno o receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas

4. **Atractivos Jerarquía I:** Atractivos sin méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores. Pero que forman parte del patrimonio turístico como complemento de otros atractivos de mayor jerarquía.

## **GUION**

El gui3n pretende desarrollar puntos importantes de atractivos, este nos sirve de herramienta para ubicar al pasajero en la historia de los atractivos. Cada gu3a puede desarrollar guiones distintos de un mismo atractivo pero estos siempre deben tener fechas y datos hist3ricos iguales ya que estos no cambian, por medio del gui3n el pasajero vive la historia nuevamente y es el gu3a el que realiza esta labor.

## **ITINERARIOS Y DELIMITACION DE RUTA**

“Itinerario: es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.”<sup>13</sup>

El itinerario no es más que una descripción de un camino o una ruta, especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios.

“Sistematización de los desplazamientos turísticos, que determina los modelos de uso y consumo del espacio geográfico en función del tipo de desplazamiento, el objeto del mismo y el uso realizado del destino.”<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml#defin>

<sup>14</sup> Calabuig, Jordi y Ministrál, Marta. **Manual de geografía turística de España**. Editorial Síntesis, Colección Gestión Turística (segunda edición revisada). Madrid, 1999.

## **COSTOS**

“El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes.

La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes ya que, el precio, es uno de los elementos que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

El cliente estará dispuesto a pagar por los bienes y servicios, lo que considera un precio "justo", es decir, aquel que sea equivalente al nivel de satisfacción de sus necesidades o deseos con la compra de dichos bienes o servicios. Por otro lado, la empresa espera, a través del precio, cubrir los costos y obtener ganancias.

En la determinación del precio, es necesario tomar en cuenta los objetivos de la empresa y la expectativa del cliente.

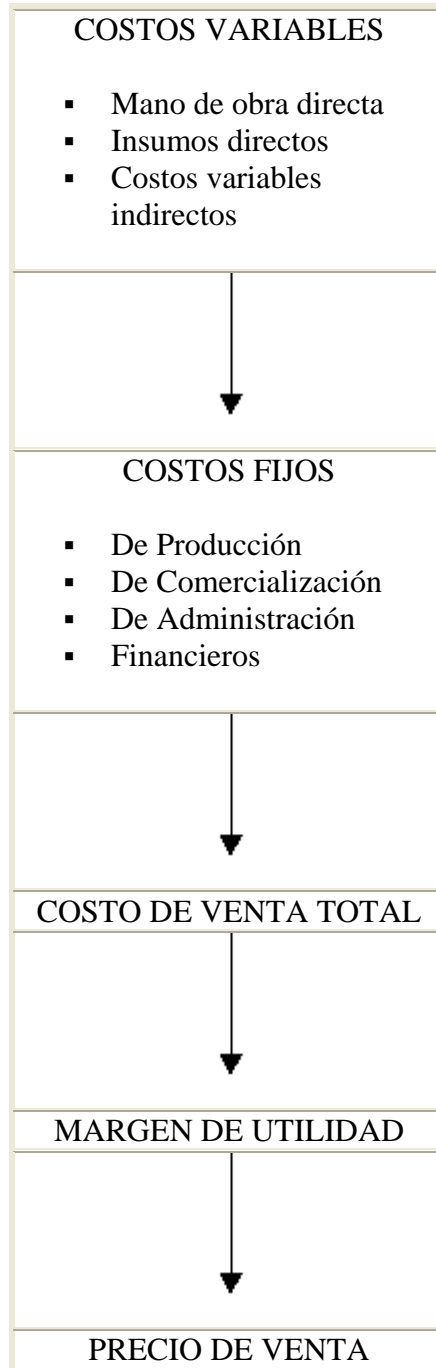
El precio de venta es igual al costo total del producto más la ganancia”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm>

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Total unitario} + \text{Utilidad}$$

Estructura de costos





## **VENTA**

Para un buen funcionamiento de todas las empresas es necesario tener definido un plan de marketing y promoción, se podría decir que es una de las bases fundamentales para lograr el éxito, evaluar la demanda y sus características, para luego puede establecer una adecuada segmentación del mercado.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Al cabo de la realización de este Paquete Turístico, concluyo que el Patrimonio Intangible de nuestra ciudad, necesita un poco mas de atención de la operadoras siendo necesaria la creación de diversos tipos de ofertas en lo que a paquetes turísticos se refiere, ya que la demanda crece cada día debido a que con la declaratoria de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad, sus tradiciones y costumbres han trascendido fronteras y se han convertido en un importante punto de interés para visitar esta región.

La recomendación seria que Cuenca no sea promocionada solamente por su arquitectura o por el entorno, sino que demos importancia a su riqueza cultural que dicho sea de paso es una de las mas grandes del Ecuador, sus fiestas son únicas en el mundo y guardan consigo gran parte de la tradición y cultura de Cuenca.

## **CAPITULO II**

### **ELABORACION DEL PAQUETE**

#### **INTRODUCCION**

El presente tema pretende desarrollar una nueva alternativa enfocada al turismo religioso en Cuenca.

Procura dar a conocer las tradiciones religiosas y culturales existentes en las distintas parroquias de nuestra ciudad.

Esta actividad se viene desarrollando desde tiempos ancestrales, y han estado presentes en el mundo sin importar condiciones sociales y económicas.

En la actualidad existen millones de personas interesadas en realizar peregrinaciones a diversos lugares donde ofrecen este tipo de turismo, ya sea por tradición, fervor o simplemente curiosidad.

El turismo religioso puede representar una nueva oportunidad para el desarrollo de actividades turísticas, ya que ofrece más alternativas que el turismo tradicional.

#### **ANTECEDENTES**

Desde tiempos ancestrales, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presentes en la humanidad, sin importar sexo, credo o estrato social. Actualmente

millones de peregrinos anualmente realizan estos tipos de viajes a diversos y muy variados santuarios, los motivos que encierran son distintos, como pueden ser para ofrendar algo, pedir un favor o por cumplir con una tradición. Por lo que el turismo con motivos religiosos resulta ser un turismo fiel a los destinos de visita que los turistas tradicionales o con otras motivaciones. El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que a diferencia del turismo tradicional, este es recurrente al sitio en un periodo de tiempo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita.

En latín la palabra primitiva *peregrinus* se refería a la persona que viajaba por países extranjeros o a aquella que no tenía derecho de ciudadanía. Surgió como una composición de dos vocablos *per-agros* que describía a la persona que camina (pasa) a través del campo, fuera del lugar de su residencia, lejos de casa (*peregre* -"en el extranjero", "no en casa"). El término *peregrinatio* significa una estancia fuera del país, una andadura, un viaje, una visita a los países extranjeros. En realidad fue tan sólo en el siglo XII cuando el vocablo *peregrinatio* empezó a designar ya unívocamente la práctica religiosa de visitar lugares sagrados. (*Neum 1999. Documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000 - Adalbert Rebic*)

A los centros de culto religioso más grandes en el mundo cristiano, que atraen en total a casi 25 millones de peregrinos (el 15 por ciento de los fieles migratorios de esta religión), pertenecen: Roma con el Vaticano (aproximadamente 8 millones), Lourdes (6 millones), Claromontana (4 - 5 millones), Fatima (4 millones) y Guadalupe, México (2 millones).

Las peregrinaciones a los "lugares santos", son destinos de concentración de la expresión de sus creencias, siendo motivo del desplazamiento de cientos de flujos de visitantes. A estos grupos de visitantes, en diferentes santuarios, principalmente en Europa, se han agregado servicios diversos motivando una mayor estancia de los peregrinos en estos lugares, como son museos, recorridos especiales y actividades alternas.

Dentro de la gama de posibilidades de aprovechamiento de la actividad turística de carácter religioso, se pueden sumar la activación o reactivación de ciertas actividades como la artesanal. Esto propiciado a que, muchos de los peregrinos tanto buscan llevarse algún recuerdo y/o dejar un ex-voto.

Retomando el tema de las peregrinaciones, existen diversas rutas de peregrinación que desde tiempos ancestrales se realizaban y que después de la conquista fueron sustituidas con peregrinaciones de carácter católico, las cuales siguen guardando sus valores y sincretismos estas mismas peregrinaciones de los tiempos ancestrales, que se ven reflejadas en las expresiones culturales actuales. Estas rutas de peregrinación, pueden ser aprovechadas de forma turística, ya que en ellas se conjugan expresiones arte y cultura popular, que poco han sido difundidas y reconocidas como tal.

Otras rutas que no han sido comercializadas son las rutas misioneras, en América Latina no se han desarrollaron estas rutas, por las cuales ha quedado marcado el paso de las diferentes ordenes religiosas que se ven reflejadas en sus valores histórico culturales de los monasterios e iglesias y que pudieran representar un producto turístico diferente y especial.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> <http://www.ub.es/geocrit/b3w-316.htm>

**SEGMENTACION DEL MERCADO:**

El presente paquete turístico estaría dirigido a un mercado netamente adulto extranjero y que tenga como principal interés el conocer la cultura religiosa existente en nuestra ciudad, además de personas que deseen aprender las tradiciones y convivir con nuestra gente y sus creencias.

**VALORACION:**

A continuación detallo las fichas de inventario para la valoración de los atractivos:

**PASE DEL NIÑO:**

**SEMANA SANTA:**

**CORPUS CHRISTI:**

## **GUION:**

Cuenca, esta localizada al sur del Ecuador, es la capital de la provincia del Azuay, a 2.550 metros sobre el nivel del mar, tiene aproximadamente 607.552 habitantes. Es la tercera ciudad más importante del país, esta bañada por cuatro ríos, Yanuncay, Tomebamba, Machangara, Tarqui.



Cuenca fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad el 01 de Diciembre de 1999.

Los sitios turísticos mas importantes son su parque central, donde se encuentra la Catedral Vieja y la nueva que es el centro de fe más importante de la ciudad, además de museos, iglesias, parques, el centro histórico de la ciudad de cuenca es la principal joya urbana con sus edificaciones antiguas y modernas de arquitectura colonial y contemporánea. La plaza de las flores se destaca por el colorido y aroma de las variedades que allí se vende.

La capital azuaya tiene celebraciones y eventos famosos. El septenario desde la colonia, es la más antigua, comienza con la fiesta de Corpus Cristi y dura 8 días, se realizan procesiones animadas con fuegos artificiales y bandas de pueblo. En Diciembre (Navidad), se celebra el pase del Niño Viajero, una procesión colorida, es un acto de religiosidad y folclor, otra

festividad importante es La semana Santa, en donde se realiza el vía crucis por el centro de la ciudad.



### **PASE DEL NIÑO:**

Cuenca es el lugar del país en donde mayor acogida ha tenido la tradición de los pesebres y el culto al Niño Dios durante las celebraciones navideñas. Las familias cuencanas, además, con el paso del tiempo han añadido elementos autóctonos propios a esta celebración. Las procesiones en que sus participantes (mayoritariamente niños) hacen uso de disfraces religiosos y profanos, se conocen como "Pase del Niño", pues su centro es siempre la imagen Jesús infante, generalmente vestido con ropajes muy elegantes, de seda, terciopelo y bordados con elementos plateados o dorados. Estos desfiles, que cuentan con la participación masiva de las clases populares y el campesinado, son organizados año a año en la ciudad y en los pueblos aledaños. Todos los preparativos son realizados con mucha anticipación por priostes y mantenedores. Los primeros son las personas que auspician social y económicamente el evento y son elegidos cada año, de acuerdo a circunstancias que pueden variar de pueblo a pueblo. Muchos deciden hacerlo voluntariamente, mientras que otros son designados por el prioste anterior o por la comunidad. Los mantenedores, en



cambio, son personas que se responsabilizan de todos los aspectos relacionados con el Pase y se encargan de mantener viva la tradición, por lo que duran en su función largos períodos.



### SEMANA SANTA

Cuenca es una ciudad enriquecida en su fisonomía por varias singularidades. Ofrece a sus visitantes la posibilidad de tener una experiencia que no se limita únicamente al disfrute de su belleza paisajística y arquitectónica, sino que se amplía también al descubrimiento de ricas tradiciones y costumbres que como en pocos lugares del país, se conservan aún intactas. Y es que esta urbe, además de contar con un rico patrimonio tangible cultural y natural, cuenta también con un amplio patrimonio intangible que se refiere a un sinnúmero de elementos tradicionales no materiales, tales como las celebraciones populares, los rituales y fiestas religiosas y en general los propios valores humanos de quienes la habitan. La religiosidad en Cuenca es uno de los elementos intangibles que han otorgado a esta ciudad una personalidad diferenciada. Aun hoy en día las fiestas y rituales religiosos, son

celebrados con entusiasmo por gran parte de sus habitantes. La Semana Santa, por ejemplo, es una de las conmemoraciones centrales del calendario litúrgico cristiano que mayor recogimiento y respeto despierta en el pueblo cuencano. La misma se inicia con el “Domingo de Ramos”, que recuerda la entrada de Jesús en Jerusalén. En este día la gente elabora adornos y ramos de hojas de palma ornamental con diseños muy variados que dependen de la creatividad del tejedor, pudiendo ser éstos objetos como canastos, flores, mariposas, etc. Los mismos son llevados por los fieles a las iglesias, en donde además se quema romero, laurel, incienso o palo santo durante el servicio religioso. Terminado el acto, los ramos bendecidos son llevados a los hogares de cada quien para ser colocados en algún lugar de la casa y de esta forma proteger y bendecir la misma.

La visita de las siete iglesias en Jueves Santo, es otra de las costumbres que aun no decaen entre las familias cuencanas. Este ritual tiene como finalidad recordar el recorrido que Cristo hizo cuando fue apresado, desde el palacio de Herodes hasta la residencia de Poncio Pilatos. Se cuenta que antaño, los fieles acostumbraban “estrenar postura” en esta fecha, lo cual quiere decir que todos los miembros de la familia debían vestir prendas nuevas para de esta forma ir con sus mejores “galas” a las iglesias. Cuenca es el escenario perfecto para los turistas que en ese día, pretendan involucrarse con las tradiciones del pueblo. Cada uno de los aproximadamente treinta templos católicos existentes en la ciudad, presentan características que los hacen únicos, pudiendo encontrarse en algunos de ellos auténticas joyas del arte religioso colonial y republicano.

Existen también procesiones como la del Señor de la Pasión, que se realiza en Cuenca el Viernes Santo desde las 19h30. La misma congrega un gran número de devotos que parten

desde el parque de San Blas a un recorrido por varias zonas de la ciudad. En el trayecto, los feligreses oran y entonan cánticos religiosos hasta llegar a la Catedral de la Inmaculada Concepción, en donde el ritual concluye con un servicio religioso oficiado por las autoridades eclesiásticas. En las parroquias rurales se realizan similares actos, existiendo la posibilidad de observar en algunos de ellos verdaderas manifestaciones de fervor religioso, como es el caso de muchos hombres que están dispuestos a hacer el papel de Cristo en la procesión y recorrer largas distancias cargando pesadísimas cruces.

En Semana Santa además, la posibilidad de realizar turismo religioso en Cuenca se ve enriquecida con la gran variedad y cantidad de artesanías y comida típica que en esos días se expende a los numerosos feligreses que asisten a los actos religiosos. Es posible encontrar por doquier artículos elaborados en cuero, paja toquilla, madera, y otros materiales de la zona, así como tortillas, humitas, morocho y demás delicias de la gastronomía tradicional.



## **CORPUS CHRISTI**

**Corpus Christi** (latín: *Cuerpo de Cristo*) o **Solemnidad del Cuerpo y la Sangre de Cristo** (también llamada **Corpus Domini** (Cuerpo del Señor) es una fiesta de la Iglesia Católica destinada a celebrar la Eucaristía. Su principal finalidad es proclamar y aumentar la fe de la Iglesia Católica en Jesucristo presente en el Santísimo Sacramento. La Celebración se lleva a cabo el siguiente jueves al octavo domingo después del Domingo de Pascua. Las celebraciones del Corpus suelen incluir una procesión en la que la hostia, el mismo Cuerpo de Cristo, se exhibe en una custodia.

La fiesta de Corpus Christi es una de las más importantes del catolicismo romano y tal vez la que exhibe más manifestaciones de religiosidad popular, a menudo derivadas de los festivales ígneos del solsticio de verano europeo. En Ecuador se la celebra hasta en los pueblos más pequeños, entremezclada con rituales indígenas de raigambre precolombinos. A nivel urbano, la fiesta de Cuenca es sin duda la más tradicional, y con una interesante particularidad: se celebra durante siete días (de allí su nombre de septenario), en los que se hace derroche de pirotecnia y comidas de la ocasión. En su actual estructura, cada día está patrocinado por sectores prominentes de la sociedad cuencana, que financian los gastos en calidad de priostes o diputados. Así, el viernes pertenece al clero, el sábado a los empleados de banco, el domingo a los obreros, el lunes a las señoras, el martes a los comerciantes, el miércoles a los agricultores, y el jueves a los doctores (médicos y abogados). Desde 1880, el viernes siguiente, del Corazón de Jesús, está auspiciado por los niños de la ciudad.



## **PAQUETE TURISTICO:**

### **NAVIDAD**

#### **23 DE DICIEMBRE PRIMER DIA:**

18H00: ARRIBO AL AEROPUERTO

19H00: ESTADIA EN EL HOTEL MANSION ALCAZAR

20H00: CENA

#### **24 DE DICIEMBRE SEGUNDO DIA**

08H00: DESAYUNO

09H00: CITY TOUR (PASE DEL NIÑO)

13H00: ALMUERZO

15H00: CITY TOUR SEGUNDA PARTE

20H00: CENA

22H30: MISA DEL NIÑO CATEDRAL (OPCIONAL)

#### **25 DE DICIEMBRE TERCER DIA**

08H00: DESAYUNO

09H00: VISITA A GUALACEO Y CHORDELEG

12H00: VISITA A PAUTE

13H00: ALMUERZO EN HOSTERIA UZHUPUD

15H00: REGRESO A CUENCA

16H00: HOSPEDAJE EN HOTEL MANSION ALCAZAR

20H00: CENA

26 DE DICIEMBRE **CUARTO DIA**

07H00: DESAYUNO

07H30: CHECK OUT

FIN DE SERVICIOS

**PAQUETE TURISTICO**

**SEMANA SANTA**

**PRIMER DIA MIERCOLES SANTO**

18H00: ARRIBO AL AEROPUERTO

19H00: ESTADIA EN EL HOTEL MANSION ALCAZAR

20H00: CENA EN EL HOTEL

## **SEGUNDO DIA JUEVES SANTO**

08H00: DESAYUNO

09H00: CITY TOUR

13H00: ALMUERZO (COMIDA TIPICA) RESTAURANTE VILLA ROSA

15H00: ACTIVIDADES RECREATIVAS

20H00: CENA

## **TERCER DIA VIERNES SANTO**

08H00: DESAYUNO

09H00: VISITA A LAS SIETE IGLESIAS

13H00: ALMUERZO EN CUATRO RIOS

15H00: VISITA A GUALACEO, CHORDELEG

18H00: RETORNO A CUENCA

20H00: CENA

## **CUARTO DIA SABADO SANTO**

08H00: DESAYUNO Y CHECK OUT

09H00: LIBRE

12H30: ALMUERZO EN LA TRATORIA NOVECIENTO



14H15: TRASFER OUT AEROPUERTO

FIN DE SERVICIOS.

## **CORPUS CHRISTI**

### **PRIMER DIA JUEVES**

18H00: ARRIBO AL AEROPUERTO

19H00: ESTADIA EN EL HOTEL MANSION ALCAZAR

20H00: CENA

20H30: INAGURACION DE CORPHUS CHRISTI (OPCIONAL)

### **SEGUNDO DIA VIERNES**

08H00: DESAYUNO

09H00: CITY TOUR

13H00: ALMUERZO (COMIDA TIPICA) RESTAURANTE VILLA ROSA

15H00: TARDE DE COMPRAS

19H30: CENA

20H30: CELEBRACION DE CORPHUS CHRISTI PARQUE CALDERON

### **TERCER DIA SABADO**

07H00: DESAYUNO

08H00: SALIDA HACIA GUALACEO, CHORDELEG Y PAUTE

13H00: ALMUERZO EN PAUTE

15H00: ACTIVIDADES RECREATIVAS

17H00: RETORNO A CUENCA Y TRANSFER OUT

FIN DE SERVICIOS.

## **DESCRIPCION DE RUTA TURISTICA**

### **PASE DEL NIÑO SEMANA SANTA Y CORPUS CRISTI**

#### **TRANSFER AEREOPUERTO HOTEL:**

Se realiza el transfer desde el aeropuerto a los huéspedes dependiendo el horario de llegada del vuelo, posterior a eso se les lleva en un cómodo transporte hasta el Hotel, donde se les da una corta bienvenida y se les explica las actividades que se van a desarrollar durante la estadía en la ciudad de Cuenca. A la llegada al Hotel se les ofrece una bebida de cortesía luego se les indicará las habitaciones, se les da un tiempo para que se instalen y luego a partir de las 19h00, pueden bajar al restaurante, para la cena.

Temprano en la mañana los huéspedes pueden desayunar en el Hotel, donde tienen un bufete con varias opciones de desayuno.

A las 09h00, empezamos el recorrido del city tour, nos dirigiremos hasta la calle Gran Colombia y Miguel Heredia donde esta ubicada la casa de las posadas, que fue la primera posada de Cuenca, luego se les llevará hasta el parque de San Sebastián, a visitar su plaza , la Iglesia y el Museo de Arte Moderno que es la sede de la Bienal Internacional de pintura, posteriormente bajaremos por la calle Bolívar que es por donde baja el famoso Pase del Niño, que actualmente es considerado como patrimonio Intangible de la Humanidad. (Esto se verá cuando tomemos el Paquete del Pase del Niño, caso contrario en las otras

festividades únicamente se baja conociendo las típicas calles y otros edificios importantes del centro de la ciudad.), Además podremos ver las calles que son de bloques de piedra y ordenadamente clasificadas, sus excelentes casas y edificios se caracterizan por sus elegantes y singulares balcones de metal los mismos que están adornados por abundantes plantas y flores.

Bajaremos hasta el Parque Calderón o parque central, que es el corazón mismo del centro histórico, Aquí encontraremos el Monumento a Abdón Calderón conocido como el héroe Niño, además visitaremos la Catedral Nueva o de La Inmaculada Concepción , que representa el mas grande monumento a la fe de los Cuencanos, también encontramos la Catedral Vieja o del Sagrario, durante la época colonial la Iglesia Mayor, como se la conoce, fue el principal centro del culto religioso por ser la "parroquia de españoles".

Luego caminamos hacia La plaza de San Francisco, esta plaza es centro de venta de tejidos, especialmente del norte del país. y, también encontramos a la iglesia de San Francisco, que fue construida por los franciscanos y remodelada en el siglo XIX.

Llegaremos hasta la plaza del Carmen; Esta plaza alberga el tradicional Mercado de las Flores y está ubicada junto a la Catedral y frente al templo del Carmen. Esta plaza es adornada por la fachada del templo que está hecha de piedra labrada

Seguimos bajando en nuestro recorrido hasta la calle Larga que es el límite del Centro Histórico, aquí conoceremos la Iglesia de Todos los Santos, muy cerca de aquí encontramos las Ruinas de Todos los Santos, en este sitio arqueológico se hallan las ruinas del primer molino de la ciudad, anterior incluso a la fundación española de 1557. Luego esta el Museo y el Parque Arqueológico de Pumapungo representan un reconocimiento de los valores de lo Cañari y lo Inca, culturas fusionadas a lo largo de los siglos,

El almuerzo lo tomaremos en el Restaurante Villa Rosa, que es uno de los exclusivos restaurantes de la ciudad, a partir de la una de la tarde hasta las tres de la tarde, en donde degustaran de los platos típicos cuencanos.

Luego del almuerzo nos dirigiremos hacia el Barranco es otro de los atractivos mayores del Centro Histórico de Cuenca. Luego de pasar viendo el barranco llegamos hasta la avenida Solano, en donde se podrá conocer todos los monumentos a los Hombres Ilustres que han hecho historia, subiremos al Turi, que es un mirador natural que forma parte de la parroquia del mismo nombre. Desde este punto se puede apreciar todo el centro histórico, las montañas y el páramo de El Cajas y se aprecia, de manera clara, la inmensidad del valle de la ciudad de Cuenca. Aquí se encuentra el taller de cerámica Vega, en donde se pueden encontrar hermosos recuerdos hechos en cerámica, luego bajamos hasta el otro extremo de la ciudad donde encontraremos los sombreros de paja toquilla, en Homero Ortega que es uno de los exportadores mas grandes en el país, aquí visitaremos el museo del sombrero y la tienda de venta de sombreros.

Al finalizar este recorrido regresamos al hotel donde tendrán tiempo libre antes de la cena.

En la noche podrán cenar en el restaurante del Hotel, a partir de las 19h30, en donde podrán escuchar al pianista del hotel, mientras degustan de una exquisita comida.

22h15: Opcional: Misa del Niño o de Navidad, en nuestra ciudad se celebra la tradicional Misa del Niño, a partir de las 22h30, en caso de que deseen los huéspedes podrán asistir a la misma en la Catedral Nueva y convivir con los cuencanos y su forma de celebrar la Navidad.

Opcional: Celebración del Corpus Christi

A partir de las ocho de la mañana, tomaremos el desayuno, y saldremos con destino a pequeños pueblitos cercanos a Cuenca, como son Paute como es Gualaceo y Chordeleg.

Gualaceo, es un pueblo pequeño, una de las principales fuentes de ingreso son la elaboración de artículos artesanales. En Chordeleg excelentes trabajos en orfebrería con trabajos en oro y alfarería, así mismo la filigrana, luego de visitar estos dos centros turísticos pasaremos conociendo el Orquideario, y posteriormente iremos hasta Paute donde tendremos un típico almuerzo cuencano en la Hostería Uzhupud.

Estas poblaciones tienen artesanías muy variadas, por eso son unas de las zonas folklóricas y artesanales más reconocidas del país. Luego regresamos al Hotel y tenemos una cena especial. En el caso del Paquete de Corpus Christi este día se regresa al Aeropuerto para el regreso de los huéspedes.

Tenemos un desayuno tipo bufete muy temprano en la mañana y salimos a las 07h00 con rumbo al aeropuerto.

Fin de servicios

### **DELIMITACION DE RUTA**

Cuenca es el escenario para el desarrollo de nuestro proyecto. Cuenca está localizada en el Sur del Ecuador, en la provincia del Azuay, los principales sitios a visitarse son el centro de la ciudad, y pueblitos cercanos a Cuenca, además dentro de los recorridos que se realizarán visitaremos el centro histórico de la ciudad, principales Iglesias, Museos y sitios de gran atractivo turístico.

## **COSTOS**

El costo se define como el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios.<sup>17</sup>

## **EL PRECIO DE VENTA**

“El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes.

La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes ya que, el precio, es uno de los elementos que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

El cliente estará dispuesto a pagar por los bienes y servicios, lo que considera un precio "justo", es decir, aquel que sea equivalente al nivel de satisfacción de sus necesidades o deseos con la compra de dichos bienes o servicios.

Por otro lado, la empresa espera, a través del precio, cubrir los costos y obtener ganancias.

El precio de venta es igual al costo total del producto más la ganancia.”<sup>18</sup>

Para obtener los costos de los Paquetes presentados es necesario que agrupemos por rubros, y luego sacaremos los costos por persona.

A continuación detallo cada paquete con su valor desglosado y al final el valor total.

---

<sup>17</sup> <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%2010/contabilidad%20costos.htm>

<sup>18</sup> <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm#contribucion>

## **COSTO PAQUETE TURISTICO NAVIDAD´**

**4 Días 3 Noches**

**En promedio 15 pax**

<b>RUBRO</b>	<b>PRECIO OCUPACION SENCILLA USD</b>
<b>TRANSPORTE</b>	40.00
<b>ALIMENTACION</b>	101.26
<b>HOSPEDAJE</b>	336.72
<b>GUIA</b>	80.00
<b>ENTRADAS</b>	5.00
<b>COSTO NETO</b>	562.98
<b>MISCELANEOS</b>	28.15
5% COSTO NETO	
<b>TOTAL COSTO PAQUETE</b>	<b>591.13</b>
<b>UTILIDAD</b>	177.34
30% COSTO PAQUETE	
<b>PRECIO DE VENTA AL PUBLICO</b>	<b>768.47</b>

## **COSTO PAQUETE TURISTICO SEMANA SANTA:**

**4 Días 3 Noches**

**En promedio 15 pax**

<b>RUBRO</b>	<b>PRECIO OCUPACION SENCILLA USD</b>
<b>TRANSPORTE</b>	40.00
<b>ALIMENTACION</b>	101.26
<b>HOSPEDAJE</b>	336.72
<b>GUIA</b>	80.00
<b>ENTRADAS</b>	5.00
<b>COSTO NETO</b>	562.98
<b>MISCELANEOS</b>	28.15
5% COSTO NETO	
<b>TOTAL COSTO PAQUETE</b>	<b>591.13</b>
<b>UTILIDAD</b>	177.34
30% COSTO PAQUETE	
<b>PRECIO DE VENTA AL PUBLICO</b>	<b>768.47</b>



## **COSTO PAQUETE TURISTICO CORPUS CHRISTI:**

**3 Días 2 Noches**

**En promedio 15 pax**

<b>RUBRO</b>	<b>PRECIO OCUPACION SENCILLA USD</b>
<b>TRANSPORTE</b>	40.00
<b>ALIMENTACION</b>	65..88
<b>HOSPEDAJE</b>	224.48
<b>GUIA</b>	80.00
<b>ENTRADAS</b>	5.00
<b>COSTO NETO</b>	415.36
<b>MISCELANEOS</b>	20.77
5% COSTO NETO	
<b>TOTAL COSTO PAQUETE</b>	<b>436.13</b>
<b>UTILIDAD</b>	130.84
30% COSTO PAQUETE	
<b>PRECIO DE VENTA AL PUBLICO</b>	<b>566.97</b>

**ESTADO DE RESULTADOS:****FECHA: ENERO DE 2009****INGRESOS:**

VENTAS PAQUETE NAVIDAD	15 X 768,47	11.527,05
VENTAS PAQUETE SEMANA SANTA	15 X 768,47	11.527,05
VENTAS PAQUETE CORPUS CHRISTI	15 X 566,97	8,504,55
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>31,558.65</b>

**COSTO VARIABLE:**

VENTAS PAQUETE NAVIDAD	15 X 591,13	8,866,95
VENTAS PAQUETE SEMANA SANTA	15 X 591,13	8,866,95
VENTAS PAQUETE CORPUS CHRISTI	15 X 436,13	6,541,95
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>		<b>24,275,85</b>

**MARGEN DE CONTRIBUCION:**

<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>31,558.65</b>
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>		<b>24,275,85</b>
<b>TOTAL COSTO – TOTAL VARIABLE</b>	<b>=</b>	<b>7282,80</b>

**COSTOS FIJOS DE OPERACION:**

PUBLICIDAD	180,00
SUMINISTROS DE OFICINA	100,00
GESTION ADMINISTRATIVA	300,00
SERVICIOS BASICOS	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,180</b>

**UTILIDAD OPERACIONAL:**

MARGEN DE CONTRIBUCION	7282,80
	—
GASTOS FIJOS DE OPERACIÓN	1,180
	_____
<b>TOTAL:</b>	<b>6,102,80</b>

## RENTABILIDAD DE VENTAS

$$RV = \frac{\text{UTILIDAD}}{\text{VENTAS}} \times 100$$

$$RV = \frac{6.102,80}{31.558,65} \times 100 = 19\%$$

$$RV = 19\%$$

El proyecto es rentable en virtud de que se estima una buena posibilidad sin inversión

## MARGEN DE CONTRIBUCION

$$\text{PROMEDIO DE PRECIO DE VENTA} = \$701,30$$

$$\text{PROMEDIO DE PRECIO DE COSTO VARIABLE} = \$538,46$$

$$\text{PROMEDIO DE VENTA} - \text{COSTO VARIABLE} = \text{MARGEN DE CONTRIBUCION}$$

$$MC = 701,30 - 539,46 = 161,84$$

$$MC = 161,84$$

## **PUNTO DE EQUILIBRIO**

PE= COSTO FIJO

—————  
MARGEN DE CONTRIBUCION

**PE = 1180**

————— = **7,29 PAX**

**161,84**

**PE= 7,29 PAX**

NOTA: En 7,29 Pax, el negocio esta en equilibrio.

## **VENTA**

El eje principal para la venta de estos paquetes turísticos es una buena difusión, para esto utilizaremos en primer lugar el Internet, promocionando los nuevos paquetes, además de enviar información a las agencias operadoras para que tengan un nuevo paquete para la venta, se imprimirá dípticos con la información básica y fotos de las fiestas a típicas de Cuenca.

Turismo y fiestas Religiosas en  
Cuenca



Cuenca - Ecuador

*Semana Santa*  
Religión

CONTACTOS Y RESERVACIONES  
www.turismofiestasreligiosascuenca.com  
bolivar 14-65 y juan montalvo  
593 2 854 456

julio 05-06/ 2009

HOSPEDAJE  
ALIMENTACION  
CITY TOUR

*Corpus Cristi*  
Tradición

junio / 2008

HOSPEDAJE  
ALIMENTACION  
CITY TOUR

Cuenca - Ecuador



*Pase del Niño Viajero*  
familia - tradición - valores



diciembre / 2008

HOSPEDAJE  
ALIMENTACION  
CITY TOUR

## CONCLUSIONES

Luego de realizar este paquete he podido llegar a las siguientes conclusiones:

- ✚ Las fiestas populares o tradicionales de Cuenca, son uno de los atractivos mas importantes que tiene nuestra ciudad, inclusive el Pase del Niño fue declarado Patrimonio Intangible del Estado, por esta razón las mismas deben ser correctamente promocionadas y darlas a conocer tanto en nuestro país como en el extranjero
- ✚ Los paquetes propuestos en el presente trabajo será de gran ayuda para empezar a dar a conocer sobre estas nuevas alternativas.
- ✚ El presente proyecto será un aporte para la comunidad cuencana que se verá beneficiado por los ingresos que genera el turismo.
- ✚ El correcto desarrollo y promoción de estos innovadores de paquetes generarán nuevas fuentes de Ingreso.

## RECOMENDACIONES

A continuación detallo mis recomendaciones:

- Involucrar a empresas que estén interesadas en proteger y cuidar nuestro patrimonio Intangible.
- Promoción adecuada de los paquetes propuestos tanto a nivel nacional como internacional.
- Buscar apoyo de las empresas publicas y privadas para que con su aporte nos ayude a desarrollar este proyecto.

## BIBLIOGRAFIA

### Libros:

Boullón, R. (1994) Planificación del Espacio Turístico. Editorial Trillas. México

Chan Nelida (1994) Circuitos Turísticos, programación y cotización. Librerías Turísticas, Argentina.

CICATUR/OEA (1983) Inventario Turístico. Documento de cátedra de Planificación de las Actividades Turísticas. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.

### Conceptos:

Rutas e itinerarios turísticos, de Gómez y G.-Quijano

Manual de geografía turística, de Calabuig y Ministrál

Backer, Morton y Jacobson, Lyle, Contabilidad de costos, un enfoque administrativo y de gerencia, McGraw Hill.

Gimenez Carlos, Costos para Empresarios, Ediciones Macchi, 1.995

Vazquez, Juan Carlos, Costos, Edit. Aguilar.

Backer, Morton y Jacobson, Lyle, Contabilidad de costos, un enfoque administrativo

### Páginas de Internet

<http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml>

<http://www.boletin-turistico.com/lexico/lexicoi.htm>



## 1. MARCO TEORICO

### PAQUETE TURISTICO:

Un paquete turístico esta definido como una fusión de de dos o más servicios turísticos, como hospedaje, alimentación, transporte o excursiones, etc., que puede ser adquirido por uno o varios clientes, y están basados en un itinerario previamente organizado, el mismo que se vende por un precio y tiempo fijo.

Para la elaboración y ejecución de dicho paquete es necesario tomar en cuenta a que mercado se va dirigir, es decir edades y segmentación social, La **segmentación de mercados** es un proceso de división del mercado en subgrupos de compradores homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y se permita al mismo tiempo alcanzar los objetivos establecidos.

Es necesario tener claro cuales son los atractivos a mostrarse los mismos que deben ser valorizados dependiendo varios factores como son el valor intrínseco o sea el valor propio del atractivo, como la ubicación, valor artístico escénico, cultural; el valor extrínseco, que son factores convencionales en el atractivo, otro valor importante es el estado de conservación y el entorno en el que se encuentra ubicado dicho atractivo. Debemos contar también con un guión previamente establecido en el que nos indique todo el recorrido que se realizará dentro de este paquete, además de horarios e itinerarios. Otro punto importante para la realización de un paquete es la delimitación de la zona, es

decir donde estamos ubicados y la zona específica en la cual vamos a desarrollar este nuevo proyecto.

Una parte fundamental son los costos ya que dependiendo de estos se podrá ofertar un paquete atractivo, además de sacar gastos y ganancias, y la última parte de la creación de un paquete es la buena promoción que se le de para la venta, este debe ser llamativo para que mucha gente e interese lo compre y pueda conocer lo que se esta ofertando.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 GENERALES**

- Elaborar un paquete turístico religioso que sea una nueva alternativa que satisfagan las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros.

### **2.2. ESPECIFICOS**

- 2.2.1. Segmentar el mercado al cual se va a dirigir el paquete.
- 2.2.2. Valorar los atractivos que tiene las zonas a ser visitadas
- 2.2.3. Crear un guión que proporciones la información necesaria
- 2.2.4. Realizar un itinerario a seguir, delimitando la ruta.
- 2.2.5. Desarrollar un plan de costos
- 2.2.6. Diseñar estrategias de venta del nuevo paquete.

## **3. ELABORACION Y EJECUCION DEL PAQUETE**

Para la elaboración y ejecución de los paquetes turísticos debemos considerar los siguientes aspectos:

### 3.1. SEGMENTACION DEL MERCADO

El "Diccionario de Términos de Mercadotecnia" de la **American Marketing Association**, define a la **segmentación del mercado** como "el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización"

La **segmentación de mercados** es un proceso de división del mercado en subgrupos de compradores homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y se permita al mismo tiempo alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

### 3.2. VALORACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

La valoración social da lugar a la jerarquización de los atractivos en función de su capacidad para atraer mercados, de manera que cuanto más lejanos sean los mercados que acuden a visitarlo mayor será su jerarquía. Adoptando la jerarquización realizada por CICATUR/OEA(1983), los atractivos turísticos, materia prima del sector, se clasifican en cuatro jerarquías:

1. **Atractivos Jerarquía IV:** Excepcionales capaces por sí solos de atraer una corriente importante de visitantes actuales o potenciales del mercado internacional.

2. **Atractivos Jerarquía III:** Excepcionales capaces por sí solos de atraer una corriente del mercado interno y en menor porcentaje que los atractivos Jerarquía IV del turismo receptivo.

3. **Atractivos Jerarquía II:** Atractivos con algún rasgo llamativo, capaces de interesar a visitantes, ya sea del mercado interno o receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas

4. **Atractivos Jerarquía I:** Atractivos sin méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores. Pero que forman parte del patrimonio turístico como complemento de otros atractivos de mayor jerarquía.

Este criterio funcional de definición del espacio turístico por la presencia de atractivos turísticos(Boullón,1985), incluye asimismo las relaciones de comercialización, comunicación y administración que de su existencia se derivan.

A continuación describo la ficha que se puede utilizar para la jerarquización de los atractivos.

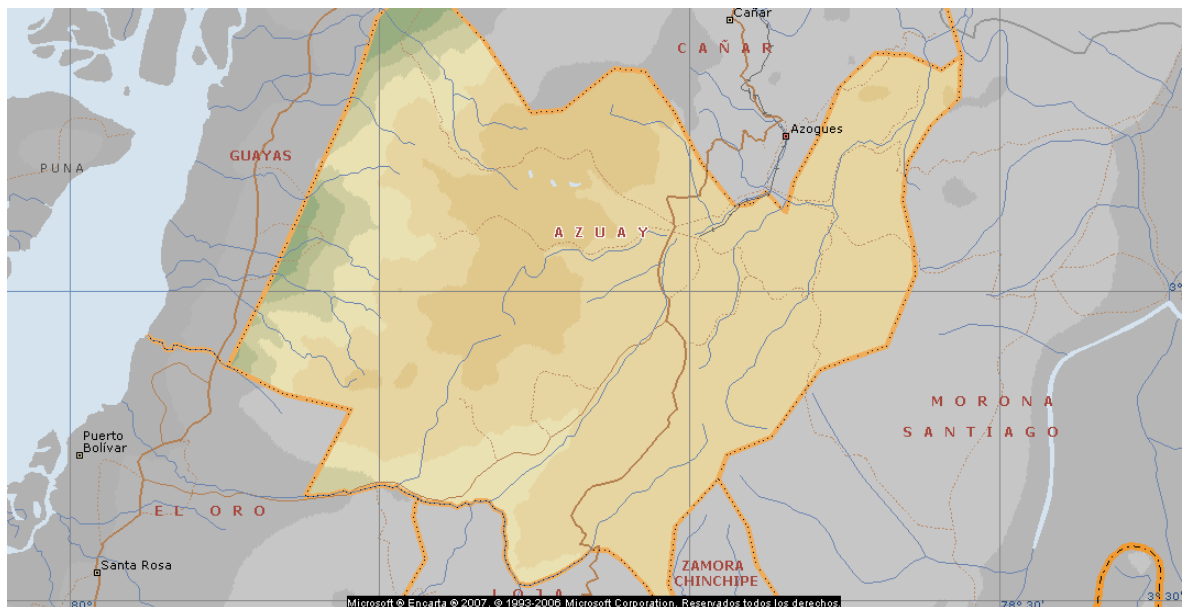
<b><u>ATRACTIVO</u></b>	<b><u>PROVINCIA</u></b>	<b><u>ACCESO</u></b>	
PASE DEL NIÑO	AZUAY		<b><u>LATITUD</u></b>
<b><u>CATEGORIA</u></b>	<b><u>CIUDAD</u></b>		
<b><u>MANIFESTACIONES CULTURALES</u></b>	CUENCA		
<b><u>TIPO</u></b>	<b><u>CANTON</u></b>		
MANIFESTACIONES RELIGIOSAS TRADICIONALES Y CREENCIAS POPULARES	CUENCA		
<b><u>SUBTIPO</u></b>	<b><u>PARROQUIA</u></b>		
			<b><u>UTM</u></b>
<b><u>JERARQUIZACION</u></b>	<b><u>ALTURA</u></b>		
JERARQUIA III			

### 3.3. GUIÓN

El guión pretende desarrollar puntos importantes de atractivos, este nos sirve de herramienta para ubicar al pasajero en la historia de los atractivos. Cada guía puede desarrollar guiones distintos de un mismo atractivo pero estos siempre deben tener fechas y datos históricos iguales ya que estos no cambian, por medio del guión el pasajero vive la historia nuevamente y es el guía el que realiza esta labor.

### 3.4. ITINERARIO – DELIMITACION DE LA RUTA

El itinerario no es más que una descripción de un camino o una ruta, especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios.



### 3.5. COSTOS

Los costos son uno de los factores mas importantes de unos paquetes turísticos estos pueden estar divididos en: Costo fijo, donde esta los valores a pagarse al guía y el transporte, y Costo Variable, donde se incluye el alojamiento, alimentación, entradas, misceláneos.











### 3.6. VENTA

El momento en que se tiene ya estructurado el paquete debemos promocionarlo para venderlo y así llevar a cabo el objetivo planteado de crear una nueva alternativa de turismo.

## 4. PLAN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	CANTIDAD	DURACION	COSTO	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	FAC. DE RIESGO
SEGMENTAR EL MERCADO	-----	10 – 12 – 08 18 – 12 -08	20	ENCUESTAS	
VALORAR ATRACTIVOS	-----	12 – 12 – 08 20 – 12 -08	20	ELABORACION DE FICHAS PARA INVENTARIO	
CREAR GUION	1	20 – 12 -08 22 – 12 – 08	10	GUION	
REALIZAR UN ITINERARIO	1	20 – 12 -08 22 – 12 – 08	10	ITINERARIO MAPA	
DESARROLLAR UN PLAN DE COSTOS	-----	22- 12 -08 31 – 12 – 08	20	PLAN DE COSTOS	
ESTRATEGIAS DE VENTA	-----	31 – 12 – 08 15 – 01 – 09	100	FOLLETOS VIDEO BROCHURE	

## 5. CRONOGRAMA

Descripción		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6
	DICIEMBRE						
	ENERO						
Elaboración Diseño							
Presentación Diseño							
Aprobación Diseño							
Borrador Capitulo I							
Borrador Capitulo II							
Ejecución							
Aprobación							
Presentación Definitiva							
Encuadernación							
Sustentación							



## 6. BIBLIOGRAFIA

Paginas de Internet

<http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml>

<http://www.boletin-turistico.com/lexico/lexicoi.htm>

Libros:

*Boullón, R. (1994) Planificación del Espacio Turístico. Editorial Trillas. México*

*Chan Nelida (1994) Circuitos Turísticos, programación y cotización. Librerías Turísticas, Argentina.*

*CICATUR/OEA (1983) Inventario Turístico. Documento de cátedra de Planificación de las Actividades Turísticas. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.*

*25 pp.*

Conceptos:

Rainforest alliance

Lic. Juan Manuel de la Colina

Rutas e itinerarios turísticos, de Gómez y G.-Quijano

Manual de geografía turística, de Calabuig y Ministrál