



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN
ESCUELA DE TURISMO**

TEMA:

**“PAQUETE TURÍSTICO EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DEL
ECUADOR
DE LAS PROVINCIAS: AZUAY-CHIMBORAZO-BOLÍVAR”**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
GUÍA SUPERIOR DE TURISMO**

AUTORA:

JACQUELINE MORALES

DIRECTOR:

INGENIERO MIGUEL SANGOLQUÍ

CUENCA-ECUADOR

2009

DEDICATORIA

Este trabajo esta dedicado a mis padres a quien les debo mucho por todo el amor y la comprensión que me brindaron durante toda mi formación académica y que aún me apoyan emotivamente para que me siga superando y alcance un escalón más en mi vida profesional.

Y a la Escuela de Turismo que hizo posible culminar mi formación como Guía de Turismo.

AGRADECIMIENTO

Por sobre todas las cosas agradezco al ser supremo por mi salud y por haberme mantenido firme y entusiasta en mi superación académica. Y a la Universidad del Azuay porque me permitió adquirir nuevos conocimientos útiles, los mismos que me permitirán un mejor desarrollo en mi campo profesional.

ABSTRACT

The tourist package named "In the Heritage Cities of Ecuador in the provinces Azuay, Chimborazo and Bolivar" is a cultural program whose objective is to visit cultural heritage sites such as: historic and archeological sites, churches, museums, buildings steeped in old architecture, and handicraft areas in the cities of Cuenca, Riobamba and Guaranda. It is intended for final-year high school students from Cuenca with the aim of changing the typical end-of-year trips, which are usually trips to the Ecuadorian beaches. To achieve this objective, novel marketing strategies were searched for to promote and motivate in a different way, designed to encourage them to know and enjoy learning more about the rich heritage that our country has; This project attempts to motivate students to be conscious and visit new destinations in a different way.



A handwritten signature in blue ink, enclosed within an oval border. The signature is stylized and appears to be 'M. J. ...'.

RESUMEN

El Paquete Turístico denominado “En las Ciudades Patrimonio del Ecuador de las Provincias de Azuay-Chimborazo y Bolívar”, es un programa de tipo netamente cultural que tiene en ruta visitar en las ciudades de Cuenca, Riobamba y Guaranda lugares patrimonio cultural de interés como: sitios históricos, sitios arqueológicos, iglesias, museos, artesanías y edificaciones u obras plasmadas de arquitectura antigua. Destinado a estudiantes de los colegios de Cuenca que están por culminar la secundaria con el objeto de cambiar las típicas giras al culminar los estudios de colegio y que a menudo suelen hacerse estas visitas a las playas del Ecuador. Para cumplir con este propósito se buscó estrategias de mercado para promocionar y motivar de manera diferente, con el fin de impulsarles a que conozcan y disfruten aprendiendo más del rico patrimonio que posee nuestro país y de esta manera se pretenda incentivar a que los estudiantes tomen conciencia y se motiven por visitar destinos nuevos a otro estilo.

CAPITULO I

INTRODUCCION

Para la elaboración del trabajo a realizarse en el próximo capítulo el cual consiste en armar un Paquete Turístico, es necesario partir de un desarrollo de todo el marco conceptual acerca del paquete turístico como son: características, tipos o clases, estructura, segmentación del mercado, valoración de los atractivos turísticos, guión, itinerarios, delimitación de ruta, costos y venta.

La investigación de cada uno de los pasos antes señalados es muy importante, puesto que de esta manera se analizará varias versiones o a la vez se buscará más fuentes que cubran los conceptos críticos de aquellos autores que sean pobres en contenido.

Para cumplir con el trabajo investigativo de este capítulo se revisará fuentes bibliográficas así como también páginas Web.

El objetivo de esta investigación es conocer teóricamente los componentes del paquete turístico y de ganar experiencia en conocimientos con lo que se obtenga de la depuración de la misma.

Este procedimiento es fundamental porque se tendrá un panorama amplio y claro además servirá de gran ayuda al momento de trabajar sin mayores dificultades en el trabajo propuesto.

1. Conceptos de Paquete Turístico:

“Son servicios turísticos integrados de avión, hotel, visitas y traslados que, al obtener descuentos especiales con los prestadores de servicios, pueden ofrecer viajes que resultan muy atractivos para sus clientes. A su vez, estos paquetes los ofrecen otras agencias de viajes, otorgando una comisión y convirtiéndose, así en organizadores mayoristas de excursiones tanto nacionales como a todas partes del mundo”.¹

“Es el producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o mas 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”.²

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. Se lo considera “un conjunto de servicios” debido a que en el momento de su operación cada programa involucra servicios intermedios o de base tales como: alojamiento, transporte, gastronomía, recreación, visitas guiadas, transporte local, lugares de diversión.

¹ BARCENA, Alejandro, GONZALES, Patricia, Contabilidad de Agencias de Viajes, México. D.F., Banca y Comercio, 1991, 51pg., Primera Edición. (Pg. 5)

² <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+hosteleria+paquete+turistico.xhtml>

1.1 Conceptos de los Servicios Turísticos:

“Establecimientos de Alojamiento.- son los que se dedican de modo profesional mediante precio a promocionar hospedaje a las personas con o sin otros servicios complementarios”.

Guía de Turismo.- persona debidamente formada, cuya calidad profesional debe ser reconocida por el Ministerio de Turismo, que se encarga de conducir a uno o más turistas nacionales y extranjeros para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el Patrimonio Turístico Nacional.

Itinerario.- el itinerario es el recorrido que se hará ya sea visita o en un circuito o gira, los operadores, los guías y el pasajero conocen de antemano cual será el recorrido a seguir en su visita.

Restaurante.- establecimiento dedicado al servicio de comidas y bebidas.

Transporte Turístico.- Prestación o intermediación, es actividad de la Agencia de Viajes.

Visita.- es un paseo que se realiza por varias horas, hacia un lugar específico, debe ser dirigida por un guía que conozca el lugar y pueda solventar cualquier inquietud del turista.³

“Estos servicios, que pueden pertenecer a la misma organización o no, se distribuyen de manera de posibilitar al usuario su consumo y disfrute. En turismo no solo debemos garantizar el consumo en tiempo y forma de todos y cada uno de los servicios incluidos en nuestra programación, sino que además se debiera lograr que el cliente disfrute cada una de las prestaciones”.⁴

³ DOMINGUEZ, Dionisio, ULLAURI, Narcisa, Glosario Turístico, Cuenca, 2001, 81pg. (Pgs. 27,28,34,43,61,70,78)

⁴ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. (Pag. 31)

- De estos conceptos de paquete turístico se tomará en cuenta la tercera cita, porque para elaborar el paquete se tendrá que valer de todo este conjunto de servicios puesto que un organizador deberá tomar en cuenta cada detalle por mínimo que parezca. Al momento de armar el paquete se tendrá que organizar el itinerario y para esto se llamará a consultar precios en hoteles, restaurantes, entrada a museos, transporte, sondeo de rutas, el tiempo que va a tomar realizar cada actividad, en fin todo tendrá que ser bien organizado.

1.2. Características de los Paquetes Turísticos.

Los Paquetes Turísticos tienen las siguientes características:

- a.- “Por su Organización.- en paquete Standard para grupos, paquetes Standard para individuales, paquetes especiales para grupos y paquetes especiales para individuales.
- b.-Por su Duración.- puede ser vendido para una 1 noche, de 2 a 5 noches y mas de 5 noches.
- c.- Por el Territorio.- los paquetes turísticos pueden ser locales o zonales.
- d.- Por su Temática.- los paquetes pueden ser generales y específicos.
- e.- Por su modalidad.- en Itinerarios y Estancia.
- f.- Por la Forma de Operación.- en Eventual y Regional.
- g.- Por su Usuario.- en Grupo o Individual”.⁵

1.2.1 Por su Organización.- “estos paquetes pueden presentarse como Standard o Especiales y pueden cubrir la modalidad de viaje de estancia.

Los programas Standard se ajustan a modelos o patrones únicos concebidos para el consumo masivo. El operador elabora un itinerario basándose, en la forma de

⁵ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. (Pgs. 38-46)

competencia y en estudios de mercado que le marcan las tendencias generales y las preferencias de los nichos o segmentos con los que trabaja habitualmente y de aquellos que desea incorporar como clientes. La operación de los programas Standard es siempre de tipo regular, lo que significa que se realiza de acuerdo a un calendario pre-establecido, y que sus salidas están fijadas de antemano y generalmente son diagramas por temporada.

Los paquetes especiales o elaborados se producen de acuerdo a la solicitud del cliente tomando en cuenta sus preferencias y particularidades. En su elaboración participan el programador y el cliente y el programador tiene la responsabilidad de adecuar la oferta a los requerimientos del cliente, se trata de adaptar una oferta rígida, conformada por atractivos y servicios, a las necesidades y motivaciones dinámicas de una persona. En lo que respecta a su operación esta es de tipo eventual su salida queda sujeta a la voluntad del cliente y no a un calendario preconcebido. En ambos casos se trata de una modalidad conocida como viaje de estancia. Las pernoctaciones se realizan siempre en la misma localidad, a lo sumo se efectuarán excursiones a puntos cercanos pero sin que ello involucre grandes y prolongados desplazamientos”.⁶

1.2.2 Por su Duración.- “la duración de estos programas oscila entre medio día y un día entero, de acuerdo con la magnitud del centro y la variedad de los atractivos a visitar. Al hablar de medio día nos referimos a un promedio de 2 a 3 horas de recorrido, cuando hablamos de día entero hablamos de un promedio de 7 a 8 horas de recorrido total esto es ida y vuelta al centro distribuidor. Los atractivos visitados o mostrados pueden ser tanto de sitio, como es el caso de museos, templos, monumentos, o de evento, ferias, fiestas, etc. Estos programas generalmente son elaborados por operadores

⁶ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. (Pgs. 38-46)

locales (empresas de regulares) ubicados en el destino y están dirigidos a agencias operadoras ubicadas en el mercado, quienes intermedian entre los productores y el usuario.

Los paquetes regionales se conocen como tour. Se puede definir todo viaje pre-arreglado a uno o más destinos turísticos, con regreso al punto de partida, cuya duración excede las veinticuatro horas

En cuanto a su extensión espacial, no hay límites pre-fijados. Su duración es medida por la cantidad de noches que efectivamente se pasa en establecimientos de alojamiento, con un mínimo de un pernocte. El tour puede ser operado tanto por mayoristas como por empresas operadoras y su distribución en el mercado dependerá de la política de comercialización de la productora.

1.2.3 Por el Territorio.-por el territorio recorrido, los paquetes pueden ser locales o zonales.

-Paquetes locales son aquellos que se realizan dentro de los límites de una ciudad o localidad determinada.

-Paquetes zonales son programas cuyos circuitos abarcan el área geográfica inmediata al centro turístico como tal al espacio alcanzable por vía terrestre luego de recorrer dos horas de viaje”.⁷

1.2.4 Por su Temática.- “los paquetes pueden ser generales y específicos.

Paquetes Generales.- son aquellos cuyos itinerarios no abordan un tema determinado o puntual como único marco de referencia, sino que incluyen distintos aspectos relacionados con el centro para dar una idea global del lugar.

⁷ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. (Pgs. 38-46)

Paquetes Específicos.- son aquellos cuyos itinerarios abordan temas únicos, e incorporan en las visitas sólo aquellos atractivos que se relacionan directamente con dichos temas como por ejemplo visitas históricas, arquitectónicas, de aventura, etc.

1.2.5 Por su Modalidad.- en Itinerarios y Estancia.

- En Itinerarios.- incluyen distintos aspectos relacionados con el centro para dar una idea general del lugar.

- En Estancia.- las pernoctaciones se realizan en la misma localidad pero se puede hacer excursiones a puntos cercanos sin que se produzca grandes y prolongados desplazamientos.

1.2.6 Por la Forma de Operación.- estos paquetes pueden ser regulares o eventuales, al igual que las excursiones. Desde el punto de vista del usuario, pueden producirse para grupos o para personas individuales, y por su temática serán generales o específicos.

Tanto los programas locales como los regionales presentan una gran cantidad de variantes en su topología. Por esta razón en el momento de establecer el objetivo del paquete el programador debe precisar la clase de servicio a elaborar. De no hacerlo es posible que el itinerario confeccionado no responda a las características del viaje solicitado en Eventual y Regional”.⁸

1.2.7 Por su Usuario.- “en Grupo o Individual”. Los paquetes locales definidos por el usuario pueden producirse para grupos o para individuales.

⁸ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. (Pgs. 38-46)

- Los paquetes para grupos implican que su operación estará sujeta a la conformación previa de un grupo, con un número mínimo de pasajeros establecidos según los criterios de la empresa operadora o según la capacidad de los servicios incluidos.
- Los paquetes para individuales se operan sobre la base de la venta individual de plazas, es decir, por pasajero. No hay necesidad de conformar grupo alguno para efectivizar la salida”.⁹
- De estas características las más relacionadas al paquete propuesto están:

Por su Organización en Programas Standard- debido a que el paquete turístico esta elaborado para los meses de Julio y Agosto considerada época de vacaciones para los estudiantes de la región sierra.

Con respecto a la Duración.- esta relacionado con el Paquete Regional porque el tiempo de recorrido es de 3 días y 2 noches es decir incluye pernoctación.

Con La Temática.- porque está dentro de los Paquetes Específicos puesto que el itinerario esta programado para hacer visitas de tipo histórico, arquitectónico, visitas a museos, iglesias, sitios arqueológicos y artesanías.

Con el Usuario.- debido a que esta dirigido a estudiantes de colegio que quieren hacer una salida en grupo.

1.3 Tipologías Grupales.- existen 2 formas de hacer un paquete turístico; la una es con grupos heterogéneos o abiertos y la otra es con grupos homogéneos o cerrados, para saber como esta conformado cada grupo se indicará a continuación la definición de cada uno de ellos:

⁹ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. (Pgs. 38-46)

1.3.1 Grupos Heterogéneos.- “En un circuito organizado los pasajeros pueden haber comprado su viaje por separado en distintas minoristas (grupos vendidos plaza a plaza), sus componentes no se conocen entre ellos, no existe una conciencia de grupo, y aunque sus motivaciones culturales, al igual que sus edades, son generalmente diversas, tienen un objetivo común: el destino de viaje al que asisten. Ejemplo de este tipo de grupo se puede apreciar en cualquier agencia de viajes minorista o mino-mayoristas, ya que ofertan un mismo circuito (con características concretas sin diferenciación de los públicos a los que se dirige) adquirido por personas muy variadas y sin conocimiento previo de sus futuros compañeros de viaje.

1.3.2 Grupos Homogéneos o Cerrados.- “Se trata de grupos formados antes de comenzar el viaje en los que todos los miembros se conocían y están unidos por un vínculo en común: compañeros de trabajo, miembros de un club, asociaciones (deportistas, musicales, de ocio), por lo que sus edades, cultura, gustos, objetivos, etc. Son muy parecidos o similares”.¹⁰

- De estas 2 tipologías grupales con el cual se identifica el paquete propuesto es con el segundo tipo refiriéndose a grupos homogéneos o cerrados, puesto que se va a vender a grupos de estudiantes que han sido compañeros durante los 6 años de colegio que comparten los mismos gustos e ideologías.

1.4 Clasificación de la Demanda Turística en Función del Tipo de Turismo:

Se puede clasificar la demanda turística en función del tipo de turismo de la siguiente manera:

¹⁰ CABO, Nadal, Mónica, Asistencia y Guía de Grupos, México, Editorial Trillas, 1992. (Pag. 119)

1.4.1 “Según los medios financieros disponibles:

- a. Turismo privado
- b. Turismo social
- c. Turismo de negocios

1.4.2 Según el tiempo disponible para viajar:

- a. Turismo de vacaciones
- b. Turismo de fin de semana
- c. Turismo de negocios

1.4.3 Según los gustos y preferencias del consumidor:

- a. Alternativo
- b. Deportivo (activo/pasivo)
- c. Contemplativo
- d. Religioso

Las estadísticas generales más relevantes para conocer la demanda turística son entradas, salidas y pernoctas”.¹¹

- De esta clasificación según el tipo de turismo con el que se relaciona el paquete propuesto es con el que hace referencia según el tiempo disponible para viajar (Turismo de Vacaciones), ya que el paquete esta dirigido a estudiantes que por fin de año escolar tienen el intervalo de las vacaciones antes de ingresar a un nuevo año de clases pero en este caso se trata de estudiantes de los sextos cursos que van a ingresar a la universidad y como es el último año quieren vacacionar juntos.

¹¹ S, DAGANI, Jorge, Curso Gestión Turística, Módulo Empresas en el Sector Turismo y la Gestión Comercial, {s.a.}.

1.5 Estructura de las partes de un Paquete Turístico

Entre los diferentes elementos que puede tener un paquete turístico están:

1.5.1 Segmentación de Mercado.- “Es el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación de mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva”.¹²

Segmentación de Mercado Concepto.-“El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar en un mercado, individuos que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionan de modo similar ante una “mezcla” de marketing.

Una buena segmentación debería tener como resultado subgrupos o segmentos de mercado que presenten las siguientes características:

- Ser intrínsecamente homogéneos: los consumidores del segmento deben de ser lo más semejantes o similares posible respecto de sus probables respuestas ante las variables de la mezcla de marketing y sus dimensiones de segmentación.
- Heterogéneos. entre sí: los consumidores de varios segmentos deben ser lo mas distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing.
- Ser suficientemente grandes para poder garantizar la rentabilidad del segmento.
- Ser operacionales, para identificar a los clientes y escoger las variables de la mezcla de marketing. Se debe incluir la dimensión demográfica para tomar decisiones referentes a la plaza y a la promoción.

¹² <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta-htm>

1.5.2 Ventajas y procedimientos de la segmentación de mercado

Dentro de los beneficios que se obtienen al segmentar un mercado, es posible señalar los siguientes:

- Permite identificar las necesidades de los clientes dentro de un submercado para de esta manera diseñar la mezcla de marketing más eficaz que posibilite satisfacerlas.
- Las empresas de tamaño mediano pueden crecer más rápido si obtienen una posición sólida en los segmentos especializados del mercado.
- Las empresas crean una oferta de producto o servicio más afinado y fijan el precio apropiado para el público objetivo.
- La selección de canales de distribución y de comunicación se facilita.
- Las empresas enfrentan menos competidores en un segmento específico
- Se generan nuevas oportunidades de crecimiento y la empresa obtiene una ventaja competitiva considerable”.¹³

1.5.3 Identificación de Mercado

Para llevar a cabo la segmentación es necesario considerar algunos aspectos que facilitan la identificación de cada grupo de mercado.

1.5.3.1 Estudio: “Se examina el mercado para determinar las necesidades específicas satisfechas por las ofertas actuales, las que no lo son y las que podrían ser reconocidas. Además es necesario llevar a cabo entrevistas de exploración para entender mejor las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores así como para recabar datos

¹³ FALCONI, Juan, MARCONI, Salvador. Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2005, 415pg. (Pgs. 216-217)

sobre los atributos y la importancia que se les da, patrones de uso, datos demográficos, psicográficos, etc.

1.5.3.2 Análisis: se interpretan los datos para eliminar las variables y agrupar o construir el segmento con los consumidores que comparten un requerimiento en particular y lo que los distingue de los demás segmentos del mercado con necesidades diferentes.

1.5.3.3 Preparación de perfiles: se prepara un perfil de cada grupo en términos de actitudes distintivas, conductas, demografía, etc. Se nombra a cada segmento en función de la característica dominante”.¹⁴

- De los conceptos citados el más relacionado con el paquete propuesto es el concepto dado por Falconí, ya que éste concuerda con la segmentación del mercado que se escogió para ofrecer el paquete y porque es un grupo homogéneo que van a tener reacciones similares en el momento de mostrar la estrategia de venta. Además el hecho de realizar previamente la segmentación de mercado facilitó escoger el público al cual se quiere ofertar el producto buscando así nuevos consumidores y combatiendo la competencia.

¹⁴ FALCONI, Juan, MARCONI, Salvador. Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2005, 415pg. (Pgs. 217)

1.6 Valoración de los Atractivos Turísticos

En la valoración de los atractivos juega un papel importante el inventario turístico.

Inventario Turístico.- “es el catálogo ordenado de los lugares, accidentes naturales y atractivos culturales, así como, la enumeración de los acontecimientos que son o pueden ser mediante una adecuación de interés para la demanda turística”.¹⁵

1.7 Inventario de Recursos Turísticos:

“El Inventario de recursos turísticos está constituido por el patrimonio turístico de una determinada región. Estos comprenden el conjunto de factores de orden natural, cultural e institucional que permiten la creación de una corriente de atracción hacia un determinado país o región. La corriente de atracción generada se materializa en ingresos patrimoniales. El inventario de recursos turísticos constituye para las comunidades receptoras lo que para las empresas de otras ramas son los artículos que se tienen en existencia para la venta. En consecuencia, se hace necesario aplicar avanzadas técnicas de mercado para convencer a los consumidores”.¹⁶

1.7.1 Estrategias para salvaguardar el Patrimonio Turístico:

1.7.1.1 “Inventario de Recursos Turísticos

- a. Atracciones: Patrimonio natural y cultural
- b. Medios de transporte, comunicaciones y facilidades
- c. Medios de alojamiento y alimentación
- d. Mecanismos de protección y seguridad para el turista

¹⁵ HERNANDEZ, Jenny, MORALES, Jacqueline, Tesis: Guabizhún como Centro Turístico del Cantón Déleg, Cuenca, 2004, 159pg. (Pg. 25)

¹⁶ S, DAGANI, Jorge, Curso Gestión Turística, Módulo Empresas en el Sector Turismo y la Gestión Comercial. (Pg. 17)

1.7.1.2 Conservación

- a. Mantenimiento adecuado del paisaje natural y planta turística en general
- b. Desarrollo de políticas conservacionistas que permitan la supervivencia del patrimonio y garantía de calidad en la prestación de los servicios.

1.7.1.3 Protección. Establecimiento de medidas de seguridad para:

- a. Cuidado del patrimonio natural
- b. Cuidado del patrimonio cultural
- c. Cuidado de los servicios complementarios
- d. Visitantes y comunidad receptora
- e. Incorporación de la seguridad ciudadana, en ciudades y sitios de recreación como parte del patrimonio turísticos de una comunidad receptora.
- f. Incorporación de la protección a la salud en cuanto a cura y prevención de accidentes y enfermedades, así como establecimiento de pólizas de accidentes y hospitalización para los turistas nacionales y extranjeros.

1.7.1.4 Divulgación: Campañas de promoción y publicidad que permitan difundir información sobre la actividad turística y patrimonio turístico de una región determinada.

1.7.1.5 Explotación: Aplicación de técnicas avanzadas de mercado y comercialización de productos turísticos para la venta del patrimonio turístico de una determinada región”¹⁷.

¹⁷ S, DAGANI, Jorge, Curso Gestión Turística, Módulo Empresas en el Sector Turismo y la Gestión Comercial. (Pg. 17-18)

1.7.2 Metodología técnica para efectuar la Valoración

La metodología técnica para efectuar la valoración se debería basar en cinco criterios:

- a) “Unicidad: valor de un recurso por el hecho de ser único, ya sea en Ecuador, en América Latina, en el mundo.
- b) Valor Intrínseco: valor de cada recurso dentro de su categoría.
- c) Carácter local: valor que recibe un recurso por ser característico de Ecuador.
- d) Notoriedad: grado de conocimiento del recurso, a nivel nacional o internacional.
- e) Concentración de oferta: valor derivado de la concentración de más ofertas para realizar otras actividades turísticas dentro de la zona”.¹⁸

Para inventariar los atractivos turísticos se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Clasificación de los Atractivos Turísticos: dentro de estos están los atractivos naturales y los atractivos culturales los mismos que son categorizados según el tipo y subtipo.
- Recopilación de Información
- Registro de la Información
- Evaluación y Jerarquización

¹⁸ FALCONI, Juan, MARCONI, Salvador. Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2005, 415pg. (Pg. 391)

La siguiente es una de las técnicas de fichas que se utiliza para realizar el inventario de atractivos turísticos.

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
FOTOGRAFIA:	Atractivo:	Provincia:	Accesos:
	Categoría:	Ciudad:	Latitud:
	Tipo:	Cantón:	Longitud:
	Subtipo:	Parroquia:	UTM:
	Jerarquización:	Altura:	

¹⁹ Ficha de Inventario: Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro

- De los puntos que trata el contexto citado anteriormente acerca de la valoración de los atractivos y del inventario de los recursos turísticos se puede decir que para el trabajo de la valoración de los atractivos del paquete propuesto se lo realizará netamente en base a un listado de Inventario otorgado por el Ministerio de Turismo Gerencia Regional del Austro y por el Ministerio de Turismo Gerencia Regional del Chimborazo, en donde constan los datos al que hace referencia este tema como son: nombre del atractivo, categoría, tipo, subtipo, jerarquía, provincia, cantón, parroquia, altura, accesos, longitud, latitud, UTM, fotos, mapas y accesos.

1.8 Guión.- “contiene toda la información necesaria para satisfacer a las preguntas e inquietudes que generalmente suelen hacer los turistas, para ello es indispensable tener una información veraz y acertada posible.

¹⁹ Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro. CD Inventario Turístico y Gráfico Azuay y Cañar.

Guiones de ruta En la mayoría de las ocasiones, el guía de ruta da las explicaciones a través del micrófono, sentado en el asiento delantero, lo que posibilita la consulta de datos y que pueda llevar consigo sus apuntes.

1.8.1 Existen tres maneras de preparar las explicaciones:

1.8.1.1 Esquemáticamente. Consiste en un breve apunte que nos recuerda lo que tenemos que decir, con referencias que posibilitan la improvisación, como si se tratara de un telegrama. Redactado como si se tratara de un texto literario. Para utilizar este sistema hay que saber leer sin que se note que se está leyendo. Por eso conviene entonar adecuadamente, hacer pausas e incluso fingir lapsus de memoria.

1.8.1.2 Sistema Mixto. Se trata de una combinación de los dos anteriores, ajustando la información a nuestros conocimientos, haremos frases más redactadas de aquello que desconocemos y reducir a datos telegráficos aquello que nos es más conocido y necesita un simple recordatorio. Este sistema es el más utilizado.

1.8.1.3 Para preparar estas explicaciones se deberá seguir ciertas pautas prácticas:

Utilizar hojas sueltas para cada uno de los elementos a explicar. De esta manera podrán ser usadas varias veces, pero suprimiendo alguna si es conveniente u ordenándolas de manera diferente para que los elementos estén en otro orden. También se puede hacer con procesador de texto si se dispone de un ordenador.

A máquina facilita la lectura, dejar márgenes posibilita hacer anotaciones posteriores y enriquecer los apuntes.

1.8.2 La información que resulta vital para el guía de ruta es la siguiente:

- Las carreteras a utilizar, los kilómetros por recorrer, los horarios a cumplir, el itinerario a seguir, las paradas a realizar, las fronteras por cruzar, puntos de interés notable de los que hay que hablar, el día de la semana, tiendas abiertas, tráfico, la fecha, caravanas, fiestas nacionales, salidas o entradas de autopista así como puntos de referencia, pensión alimenticia, visitas incluidas, hoteles y restaurantes, accesos, etc.
- Así como un sin fin de información que, sin ser vital, puede ser considerada de interés para el guía de ruta.
- El problema surge a la hora de ordenar todo este volumen de información de manera coherente y coordinada, de modo que resulte de fácil consulta y de gran claridad. Para ello, se va a definir cómo debe ser físicamente este soporte, para continuar estableciendo una estructura de ordenación de la información”.²⁰
- El guión es la herramienta principal que deberán obligatoriamente llevar los guías en las salidas con los turistas, el cual deberá contener la información veraz y la más acertada posible para que cuando los visitantes hagan alguna pregunta el guía sepa responder de manera satisfactoria.

1.9 Itinerario / Delimitación de Ruta

“El Itinerario es el recorrido o detalle de actividades y prestaciones incluidas en el programa. El recorrido define las rutas o caminos a tomar, las ciudades de visita y pernocte, los medios de transporte seleccionados para trasladarse de una ciudad a otra, los kilómetros y tiempos que se emplean en dicho traslado. Este servicio tiene una

²⁰ http://html.rincondelvago.com/guia-turistico_1.html

peculiaridad: para efectivizarse es decir para que el cliente lo consuma realmente, este deberá trasladarse a un espacio físico definido que llamaremos destino. Por ejemplo para utilizar un servicio de alojamiento deberá ir al hotel establecido o para consumir un tour por Europa, debería trasladarse a ese continente y desplazarse por el, según esté fijado en el circuito.

El detalle de actividades y prestaciones establece las cantidades y tipos de elementos que el pasajero consume por día, la distribución de su tiempo, tanto el que emplea para el consumo como el libre de compromiso, e identifica a los prestadores de los servicios. El concepto de que el programa se adquiere en bloque o en un solo acto significa que al comprarlo el cliente adquiere derecho de uso sobre todos los servicios incluidos en el mismo, de ahí su denominación de paquete.

No hay que confundir a los itinerarios personales con los servicios adicionales u opcionales que prestan los tours o paquetes y cuya finalidad es la extensión voluntaria del programa o la utilización del tiempo libre incluido en los paquetes”.²¹

“El concepto de precio global señala que el cliente pagará un único precio por el uso de todos los servicios y actividades que compone el producto. Esto se aplicara a aquellos servicios y actividades que compone el producto. Esto se aplicará a aquellos servicios incluidos o de consumo obligatorio, no así a los servicios adicionales u opcionales, que deben abonarse en forma independiente. El objeto de todo programa es fijar la secuencia

²¹ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. DOMINGUEZ, Dionisio, ULLAURI, Narcisa, Glosario Turístico, Cuenca, 2001, 81pg. (Pg. 32)

u orden de las prestaciones, determinar tiempos y asignar los recursos necesarios para su operación”.²²

.

Itinerario.- Es el recorrido en el que se describen los lugares de interés, con fechas de salida, fechas de llegada, lugares a visitar, alojamiento, alimentación, etc.

- Para la elaboración del itinerario del paquete a ser realizado todo lo citado anteriormente va hacer de gran utilidad, porque para elaborar el itinerario del paquete se deberá indicar los días, las horas, los lugares de alojamiento, los lugares de alimentación, los costos de las entradas a los museos, sin olvidar los servicios que están incluidos y los servicios que no están incluidos, etc. También se esta de acuerdo con lo que se dice que “el cliente compra el producto en bloque y que tiene derecho a ser uso de todos los servicios incluidos”.

1.10 Ruta Turística

“Es un elemento promocional que basado en un itinerario previo, facilita la orientación del pasajero en el destino. Al elaborar la ruta turística se deberán establecer con precisión 8 aspectos que conforman el marco dentro del cual se moverá el programador, a saber:

²² CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. DOMINGUEZ, Dionisio, ULLAURI, Narcisa, Glosario Turístico, Cuenca, 2001, 81pg. (Pg. 32)

1.10.1 El objetivo final:

Es brindar información sobre las posibilidades turísticas de una determinada zona, describiendo sus atractivos, las actividades que se pueden realizar y los servicios, el objetivo de la ruta es buscar:

- a) Incentivar una mayor afluencia de visitantes a una determinada zona
- b) Re-orientar una corriente turística.
- c) Fomentar la creación de nuevos productos o tipos de consumo.

1.10.2 El productor:

El responsable de la producción es el organismo o ente encargado de fijar y llevar adelante las políticas y estrategias de promoción de un destino.

Puede ser el mismo estado nacional, departamental, provincial o comunal, o puede tratarse de entes mixtos o privados, como cámaras o pool de empresas.

1.10.3 Los alcances de su distribución:

Conocer el público al que irá el programa facilita la tarea de encontrar puntos de comunión entre lo que el destino quiere o necesita promocionar y lo que la demanda desea visitar o hacer en él.

1.10.4 El uso que le dará el pasajero:

La ruta turística tiene un uso informativo es la descripción de un recorrido por un determinado destino o parte del mismo. Pasa a ser el guía del viajero”.²³

²³ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. DOMINGUEZ, Dionisio, ULLAURI, Narcisa, Glosario Turístico, Cuenca, 2001, 81pg. (Pgs. 17-22)

1.10.5 El espacio que abarcará:

“Una ruta se desarrolla sobre un espacio geográfico reducido en tamaño, puede ser local o regional.

1.10.6 La temática que abordará:

Todos los atractivos se hallan directamente relacionados con el tema central o eje de la ruta.

1.10.7 El tipo de circuito a diagramar:

El circuito puede ser lineal o circular.- Las rutas lineales el trazado es rectilíneo, corren paralelas a algún accidente geográfico de relevancia o a alguna carretera e incorporan los atractivos localizados en sus inmediaciones, siempre que observan una misma unidad temática. Se incluirán los servicios que el pasajero pueda utilizar a fin de efectivizar el paseo.

Las rutas circulares o triangulares tienen trazados que dependen de la localización de los centros o atractivos. En ella el eje rector es siempre temático.

1.10.8 El nivel de información a suministrar:

La ruta tiene como finalidad informar sobre los atractivos y servicios localizados en una área específica, sin que existan fines de lucro directamente involucrados”.²⁴

- De lo citado en cuanto a la Ruta Turística, para el trabajo del paquete a realizarse será útil todo lo que hace referencia a que una ruta debe describir el recorrido de los

²⁴ CHAN, Nélida, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición. DOMINGUEZ, Dionisio, ULLAURI, Narcisa, Glosario Turístico, Cuenca, 2001, 81pg. (Pgs. 17-22)

destinos a visitarse, el kilometraje a recorrer, el espacio geográfico donde se encuentran los destinos turísticos y el tipo de circuito a diagramar, y en este caso sería el Circuito Lineal porque los atractivos a visitarse se encuentran paralelos al accidente geográfico del Ecuador que van de Sur a Norte.

1.11 Costos.- “el costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio es la suma del costo mas el beneficio)”.²⁵

Para realizar correctamente un presupuesto hay que diferenciar gastos fijos y gastos variables para hallar la utilidad o el beneficio.

1.11.1 Gastos Fijos:

“Son todos aquellos costes que se dan en la confección y desarrollo de un servicio con un precio determinado previamente, el cual no varía en proporción al número de clientes que utilicen ese servicio; por lo tanto se consideran fijos entre otros gastos el autocar, transporte (cuando es colectivo), chofer, guía local durante las visitas, y marketing, etc.”.²⁶

1.11.2 Gastos Variables:

“Son todos los costes que modifican el precio global del servicio cotizado en relación al número de participantes de dicho servicio. Se consideran variables: el transporte

²⁵ <http://www.dewfinicion.de/costo/>

²⁶ CABO, Nadal, Mónica, Asistencia y Guía de Grupos, Mexico, Editorial Trillas, 1992. (Pg. 75)

regular, el alojamiento utilizado, las entradas a diferentes espectáculos o monumentos, alimentación, etc.”.²⁷

1.11.3 Cotización del producto:

“Cotizar el producto significa calcular todos los costes y añadir el beneficio estimado hasta obtener el precio de venta al público (PVP) de forma unitaria (por persona).

Los precios de venta al público suelen ofrecerse en los folletos sobre la base de tres temporadas según el índice de ocupación: alta, media y baja, y en ocasiones con diferentes categorías de hoteles.

1.11.4 Reglas básicas para cotizar

Para realizar la cotización de un paquete turístico y para evitar agresivas pérdidas económicas, se debe seguir las siguientes reglas universales:

- Servicio por servicio, Día por Día, Estableciendo precios unitarios (por persona)”²⁸.

1.12 Costos de Marketing y Gastos Generales

“Todo producto trae consigo unos costos de publicidad, promoción y distribución que suelen imputarse proporcionalmente en cada paquete. Su cálculo es variable y depende de la política de marketing de cada empresa. Es conveniente imputar también en el presupuesto una parte proporcional de los costos fijos de la empresa en cada producto. También es aconsejable hacer lo mismo con los costos variables en especial los gastos de comunicación (correo, teléfono, telex, contratación temporal, etc.

²⁷ CABO, Nadal, Mónica, Asistencia y Guía de Grupos, México, Editorial Trillas, 1992. (Pg. 75-76)

²⁸ CABO, Nadal, Mónica, Asistencia y Guía de Grupos, México, Editorial Trillas, 1992. (Pg. 74)

1.12.1 Comisión de Minoristas

La venta de los paquetes a través de otras agencias obliga a incluir en los costos la comisión recibida por las minoristas por parte de la Mayorista por cada paquete vendido, esta comisión suele ser entre un 10 y un 15%.

1.12.2 Aplicación del Beneficio

El precio total de un paquete incluye un porcentaje de beneficios que puede oscilar entre un 5 a un 12% en el mercado actual. La estrategia que el organizador sigue para fijar el precio de venta debe basarse en: el poder adquisitivo del mercado, los precios de la competencia y los costos del producto, para obtener un mayor o menor porcentaje de beneficios.

1.12.3 Impuesto al IVA

Todo viaje programado tiene un impuesto final de un 12% sobre el beneficio que obtiene la agencia productora con la venta del viaje. Este precio se incluye en el PVP para repercutirlo al consumidor final”.²⁹

1.12.4 Umbral de Rentabilidad

“En cualquier negocio se suele hablar de un punto muerto o de equilibrio en el que los ingresos se igualan a los costos sin existir beneficio alguno.

En los paquetes de grupo hay que calcular el llamado “umbral de rentabilidad” que se trata del número de plazas mínimo que hay que vender para cubrir los costos fijos. Todas las plazas que se vendan por encima del índice de ocupación, reportan beneficios

²⁹ CABO, Nadal, Mónica, Asistencia y Guía de Grupos, Mexico, Editorial Trillas, 1992. (Pg. 77)

y toda plaza vendida por debajo reportará pérdidas a la agencia y se determinará que no es rentable realizar este viaje.

Para calcular correctamente el número mínimo de participantes hay que diferenciar lo que son gastos fijos, a los que se tendrá que hacer frente independientemente del número de clientes, de los gastos variables a los que solo habrá que enfrentarse dependiendo del número de participantes del viaje”.³⁰

Ejemplo de Gastos Fijos y Gastos Variables:

Gastos Fijos	Gastos Variables
Transporte (cuando es colectivo)	Hotel
Guías acompañantes	Alimentación
Costos de organización	Entradas a monumentos y museos
Guías locales	

Haciendo un análisis a todos los conceptos que abarca el costo para sacar el valor del paquete a ser elaborado servirá de guía todo lo citado, puesto que se analizará los gastos fijos, los gastos variables, la comisión, de este modo se va a obtener el precio de venta al público y la ganancia o el punto de equilibrio en base al número de paquetes a vender.

³⁰ CABO, Nadal, Mónica, Asistencia y Guía de Grupos, Mexico, Editorial Trillas, 1992. (Pg. 77)

1.13 Ventas:

“Se supone que es preciso estimular a los consumidores para que compren, para ello, las empresas que ponen en práctica este concepto, utilizan todo un arsenal de herramientas de venta y promoción para estimular mas compras.

En síntesis, la definición de venta enfoca la misma desde dos perspectivas diferentes: que son desde la. Perspectiva General y desde la Perspectiva de Mercadotecnia”.³¹

Para la venta de un producto o servicio es importante conocer cuales son las estrategias de marketing pero para ello comenzaremos definiendo su concepto.

1.13.1 Marketing Turístico:

“Es el conjunto de normas y procedimientos tendientes a satisfacer las necesidades del consumidor de la mejor forma posible a través del intercambio de bienes/servicios. Tiene que cumplir el objetivo del consumidor (satisfacción) y el de la empresa (beneficios, rentabilidad) Esta relación empresa-consumidor se produce en el mercado”.³²

1.13.2 Sistemas de Comunicación

Los principales sistemas de comunicación dentro del marketing son los siguientes:

1.13.2.1 PUBLICIDAD.- “es un conjunto de técnicas que combinan aspectos de comunicación con la comercialización de productos y servicios, intentando crear en los consumidores el deseo de viajar y de adquirir un producto o servicio turístico determinado de una empresa.

³¹ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta-htm>

³² S, DAGANI, Jorge, Curso Gestión Turística, Módulo Empresas en el Sector Turismo y la Gestión Comercial. (Pgs..1-2)

Las técnicas de publicidad mas utilizadas son las siguientes:

- Anuncios de prensa: periódicos o revistas.
- Propagandas: catálogos, folletos, panfletos.
- Anuncios en medios de comunicación: televisión, radio, Internet, cine.

1.13.2.2 PROMOCION.- son ejecuciones comerciales de las empresas de corta duración que pretenden estimular las ventas. Entre ellas están:

- Ofertas o promociones de última hora
- Sobre los intermediarios; las empresas turísticas realizan promociones mediante la entrega de viajes gratuitos o de algún elemento del mismo.
- Elementos Ajenos.- las promociones más habituales son regalos de cualquier producto o servicio mediante concursos o sorteos”.³³

.

1.13.3 MARKETING DIRECTO.- “tiene una serie de técnicas para facilitar el contacto inmediato y personalizado con el consumidor con el fin de vender o promocionar un producto o servicio turístico. Tiene 2 aspectos fundamentales:

Personalización.- la comunicación con el consumidor debe ser individual y personal.

Base de Datos.- es la fuente de donde tomamos la forma que nos permitirá comunicarnos con nuestro cliente y que éste sienta lo personal del trato

1.13.4 INFORMACION TURISTICA.- “pretende la transmisión eficaz y comprensible desde una empresa u organismo hacia otras empresas intermediarias o potenciales consumidoras a petición suya o por iniciativa propia para dar a conocer las

³³ FALCONI, Juan, MARCONI, Salvador. Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2005, 415pg. (Pg. 5)

características y condiciones de un destino turístico o de un producto a través de oficinas de turismo, embajadas y consulados o por cualquier persona turista o residente de un determinado lugar.

1.13.5 LAS FERIAS.- son manifestaciones comerciales de corta duración que pretenden mostrar, comunicar las características de un producto turístico concreto, con el fin de que ese turista o empresa se sienta atraído por esas exposiciones y se plantee la posibilidad de realizar el viaje.

1.13.6 RELACIONES PUBLICAS.- es el conjunto de actividades planificadas con el objeto de establecer y mantener una comunicación y comprensión entre empresas, organismos y clientes para la aceptación de un destino turístico.

Las Relaciones públicas se llevan a cabo mediante:

La realización de notas de prensa: para dar a conocer los actos programados por la empresa o para comunicar asuntos referidos a la empresa, de un destino turístico o de un producto”.³⁴

De todas estas estrategias de venta con las que se enfocará para la venta del paquete son: la publicidad y el marketing directo.

Con la Publicidad porque se diseñará un tríptico en el que jugará un papel importante los colores fotografías, mapas, y se colocará la información necesaria y principal del paquete que se va a ofrecer.

³⁴ FALCONI, Juan, MARCONI, Salvador. Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2005, 415pg. (Pg. 5-6-7)

Con el marketing directo porque habrá una relación directa y personal con los clientes, es decir se ingresará curso por curso ofreciendo el paquete turístico explicándoles del producto con toda la información necesaria con 2 meses de anticipación previa a la salida de gira de fin de año.

CONCLUSIONES

- 1.- Una vez concluido con el marco teórico puedo indicar que este trabajo fue de gran apoyo porque me permitió conocer más a fondo cada uno de los temas investigados
- 2.- Gracias a la teoría tengo las ideas claras a ser desarrolladas en el próximo capítulo.
- 3.- Este trabajo investigativo me da la oportunidad de llevar a la práctica la teoría.
- 4.- Esta investigación me ha dado la oportunidad de ampliar mi perspectiva conceptual y llenar aquellos vacíos o criterios pobres en conocimiento.
- 5.- Pude darme cuenta de lo importante que fue buscar criterios de diferentes autores para tener una idea general de cada tema a ser desarrollados mas adelante.
- 6.- El desarrollo de este capítulo me dio la oportunidad de actualizar mi aprendizaje adquirido hace siete años atrás en las aulas de esta institución.
- 7.- Aprendí que no toda la información que uno recoge es la más acertada por eso es útil saber clasificar los datos recopilados para un eficaz desarrollo de cualquier paquete turístico.
- 8.- Aprendí a citar de una manera diferente las fuentes bibliográficas a lo que se hacía en años anteriores.
- 9.- Prácticamente este capítulo me hizo crecer intelectual y profesionalmente.

CAPITULO II

INTRODUCCION

El Turismo en la actualidad es una de las actividades de mayor desarrollo a nivel internacional, pero el Ecuador no se queda atrás ya que cuenta con gran potencial turístico rico en patrimonio natural y cultural. Dentro de cada uno de ellos se puede explotar una gran diversidad de formas para impulsar el turismo en nuestro país la idea es buscar nuevas estrategias de promoción que lleguen a satisfacer la demanda de cada mercado.

Es así que se pensó desarrollar en este capítulo un paquete turístico para visitar algunas ciudades patrimoniales que poseen inmuebles de valor histórico, arquitectónico que sin duda son representativos para la ciudad que lo posee y para nuestro país, el objetivo es visitar estos atractivos turísticos y también incrementar el turismo en el Ecuador.

El hecho de que en nuestro país se haya reconocido alrededor de 22 ciudades con la denominación de patrimonio es ya un mérito de progreso obtenido gracias al legado cultural que hemos heredado de nuestros ancestros como son la riqueza de los centros históricos de estas ciudades, por su arquitectura, por sus sitios arqueológicos, por sus costumbres por sus tradiciones, por sus obras artísticas, por su gastronomía, en fin tenemos tanto producto que vale la pena explotar concientemente y dar a conocer a propios y extraños siempre con mira de conservar para nuestras futuras generaciones.

Es aquí donde se debería trabajar buscando y planificando estrategias factibles para que estas ciudades patrimoniales se conviertan en destinos turísticos sostenibles, así el turismo también irá evolucionando en nuestro país en toda su amplitud.

Para ello se deberá tener muy en claro el tipo de público, es decir primero se partirá con la segmentación de mercado al cual se va a ofrecer el paquete turístico y en base a esto se definirá los sitios a visitar y se realizará una valoración a los atractivos con los datos mas sobresalientes de cada uno de ellos, para luego detallar de manera concreta la información necesaria con los que contará cada lugar para llamar la atención al turista a esto en materia turística se lo conoce como guión.

Se diseñará el mapa de ruta el cual es importante en todo paquete turístico para poder ubicarse, señalando cada uno de los atractivos a ser visitados en orden cronológico.

En el itinerario que se elaborará constarán los días, las horas, los lugares de visita, los lugares de alojamiento, de alimentación, entradas a museos.

Para definir el costo de este paquete se hará mediante formulas aplicadas a los costos fijos y variables de esta manera se obtendrá el costo por grupo o por pax.

Finalmente para la venta del paquete se lo hará mediante un tríptico el cual llevará toda la información necesaria que satisfaga las inquietudes de los turistas.

Antecedentes o Caracterización del Paquete.

Al paquete turístico se le ha denominado “En las Ciudades Patrimonio del Ecuador de las Provincias de Azuay-Chimborazo y Bolívar”, de éstas provincias se escogió a Cuenca, Riobamba y Guaranda consideradas dentro de aquellas ciudades catalogadas como patrimonio cultural del Ecuador ya que cuentan con valiosos bienes arquitectónicos e históricos plasmados en edificaciones antiguas, iglesias, museos, monumentos parques, sitios arqueológicos, plazas y mercados de artesanía típica de cada región con gran acogida a nivel nacional e internacional.

El mercado que se escogió para ofrecer el paquete es un mercado juvenil diferente a los tradicionales, se trata de jóvenes estudiantes que están por finalizar la secundaria, el interés por este público es porque se quiere en ellos incentivar a que conozcan lo nuestro para que valoren lo que tenemos y a futuro ellos también se conviertan en medios transmisores impulsando a otras personas a que visiten primero el Ecuador y no den privilegio a lo de afuera.

Por otro lado esta destinado a un público que no es tomado muy en cuenta por las operadoras de turismo y es un mercado abandonado, es por eso que llamó la atención este grupo y que a la vez tiene la ventaja de que al ser estudiantes ellos van a interesarse más al conocer palpando de cerca la historia de estos lugares, de la belleza de las edificaciones, de la arqueología y de la artesanía a parte que éste va a ser el motor para que en otras ocasiones puedan visitar otros destinos.

Y de esta manera se busque practicar e incrementar esta actividad para mejorar el desarrollo turístico de cada provincia y del país en general, que por cierto a pesar de ser pequeño cuenta con una gran variedad de atractivos que pueden ser visitados durante todo el año.

Otro aspecto interesante para este mercado es romper con las giras tradicionalistas que son las típicas visitas a las playas que suelen hacer los estudiantes al finalizar sus estudios y mas bien mirar hacia otros destinos viviendo nuevas experiencias como en este caso visitando ciudades patrimoniales con bienes que se remontan a épocas: prehispánicas, de la colonia, de la independencia y la moderna logrando así la valoración de los mismos.

La afluencia turística en las provincias de Azuay, Chimborazo y Bolívar es alta porque también cuentan con destinos que se prestan para realizar diferentes tipos de turismo como es el de aventura, montaña, escalada, fotografía, pesca, cabalgata entre otros, los mismos que han ayudado a desarrollar una infraestructura turística básica y necesaria tanto dentro como fuera de estas zonas permitiendo satisfacer las exigencias de los turistas.

Las razones expuestas justifican el Paquete Turístico “En las Ciudades Patrimonio del Ecuador” y el mercado, porque la idea fue desarrollar este trabajo organizando un paquete turístico con nuevos destinos o con aquellos atractivos que son poco o casi nada visitado por falta de mecanismos de marketing para la promoción de los mismos.

2. Estructura de un Paquete:

Para la elaboración del paquete turístico fundamentalmente se seguirá los siguientes pasos:

2.1. Segmentación del Mercado.

El mercado al cual esta destinado este paquete turístico es para un público homogéneo especialmente para un grupo de jóvenes estudiantes de 17 y 18 años que quieren visitar las ciudades patrimonio del Ecuador como gira de fin de año, y porque quieren conocer así como también ampliar sus conocimientos de lo que es practicar el turismo cultural y natural que es en sí nuestro patrimonio.

2.2. Valoración de los atractivos Turísticos.

En las siguientes fichas consta la valoración de los atractivos turísticos de las Provincias de Azuay, Chimborazo y Bolívar dichos atractivos constan también en el itinerario de los sitios que se va a visitar dentro del paquete turístico.

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“PARQUE CALDERÓN”			
	Atractivo: Parque Calderón Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Históricas Subtipo: Parques Jerarquía: 3	Provincia: Azuay Ciudad: Cuenca Cantón: Cuenca Parroquia: Cuenca Altura: 2.540msnm.	Accesos: Calles Benigno Malo entre Bolívar y Sucre Carreteras de Primer Orden. Latitud: 2°53'847"S Longitud: 79°00'248"O UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro
 FOTO: Guía Turística Estar en Cuenca Asociación Hotelera del Azuay

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“CATEDRAL DE LA INMACULADA CONCEPCIÓN”			
	Atractivo: Catedral de la Inmaculada Concepción Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Históricas Subtipo: Arquitectura Religiosa Jerarquía: 3	Provincia: Azuay Ciudad: Cuenca Cantón: Cuenca Parroquia: Sagrario Altura: 2.540msnm.	Accesos: Calles Benigno Malo entre Bolívar y Luís Cordero Carreteras de Primer Orden. Latitud: 2°53'931"S Longitud: 79°00'257"O UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro
 FOTO: Revista Vistazo Cuenca 450 Años de Fundación

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“CATEDRAL VIEJA O IGLESIA DEL SAGRARIO”			
	Atractivo:	Catedral Vieja	Provincia: Azuay
	Categoría:	Manifestaciones Culturales	Ciudad: Cuenca
	Tipo:	Históricas	Cantón: Cuenca
	Subtipo:	Arquitectura Religiosa	Parroquia: El Sagrario
	Jerarquía:	3	Altura: 2.540msnm.
			Accesos: Calles Sucre y Luís Cordero
			Carreteras de Primer Orden
			Latitud: 2°53'895"S
			Longitud: 79°00'266"O
			UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro

FOTO: Novena del Pase del Niño Prefectura del Azuay

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“EDIFICIO DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA”			
	Atractivo:	Corte Suprema De Justicia	Provincia: Azuay
	Categoría:	Manifestaciones Culturales	Ciudad: Cuenca
	Tipo:	Históricas	Cantón: Cuenca
	Subtipo:	Arquitectura Civil	Parroquia: Gil Ramírez
	Jerarquía:	3	Dávalos
			Altura: 2.540msnm.
			Accesos: Calles Luís Cordero y Sucre
			Carreteras de Primer Orden
			Latitud: 2°53'904"S
			Longitud: 79°00'268"O
			UTM:

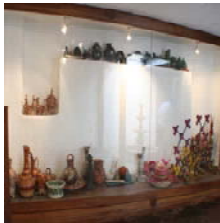
Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro

FOTO: Agenda Cultural Noviembre Dos Mil Ocho

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“CASA PAREDES ROLDAN-MUSEO DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA”			
	Atractivo: Museo del	Provincia: Azuay	Accesos: Calles Larga
	Sombrero de	Ciudad: Cuenca	10-41 entre Padre
	Paja Toquilla	Cantón: Cuenca	Aguirre y General Torres
	Categoría: Manifestaciones	Parroquia: Gil Ramírez	Carreteras de Primer
	Culturales	Dávalos	Orden
	Tipo: Etnográfico	Altura: 2.540msnm.	Latitud: 2°54'38"S
	Subtipo: Artesanías		Longitud: 79°00'428"O
	Jerarquía: 3		UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro

FOTO: Folleto Publicitario del Museo del Sombrero de Paja Toquilla

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“MUSEO MANUEL AGUSTIN LANDIVAR”			
	Atractivo: Museo Manuel	Provincia: Azuay	Accesos: Calle Larga y
	Agustín Landívar	Ciudad: Cuenca	Manuel Vega
	Categoría: Manifestaciones	Cantón: Cuenca	Carreteras de Primer
	Culturales	Parroquia: El Sagrario	Orden
	Tipo: Históricas	Altura: 2.540msnm.	Latitud: 2°53'310"S
	Subtipo: Museo		Longitud: 79°00'990"O
	Arqueológico		UTM:
	Jerarquía: 3		

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro

FOTO: Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“SITIO ARQUEOLOGICO DE TODOS SANTOS”			
	Atractivo: Sitio	Provincia: Azuay	Accesos: Bajada de
	Arqueológico de	Ciudad: Cuenca	Todos Santos
	Todos Santos	Cantón: Cuenca	Carreteras de Primer
	Categoría: Manifestaciones	Parroquia: El Sagrario	Orden
	Culturales	Altura: 2.540msnm.	Latitud: 2°53'310"S
	Tipo: Históricas		Longitud: 79°00'990"O
	Subtipo: Sitio		UTM:
	Arqueológico		
	Jerarquía: 3		

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro
 FOTO: Guías Educativas Didácticas Procesos 2 Cuenca Patrimonio

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“ARTESANÍAS DE GUANO”			
	Atractivo: Artesanías de	Provincia: Chimborazo	Accesos: Vía a Guano
	Guano	Ciudad: Riobamba	Carreteras de Primer
	Categoría: Manifestaciones	Cantón: Riobamba	Orden
	Culturales	Parroquia: Guano	Latitud: 1°36'35.81"S
	Tipo: Etnográficas	Altura: 2.715msnm.	Longitud: 78°38'34.34"O
	Subtipo: Artesanías en		UTM:
	Cuero y Tejidos		
	Jerarquía: 1		

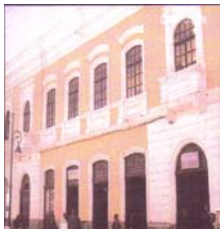
Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
 FOTO: www.codeso.com/

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “PARQUE PEDRO VICENTE MALDONADO”			
	Atractivo: Parque Pedro Vicente Maldonado	Provincia: Chimborazo	Accesos: Calle Primera
		Ciudad: Riobamba	Constituyente entre 5 de
		Cantón: Riobamba	Junio y Espejo
	Categoría: Manifestaciones Culturales	Parroquia: Maldonado	Carreteras de Primer
	Tipo: Históricas	Altura: 2.756msnm.	Orden
	Subtipo: Parques		Latitud: 1°40'16.67"S
	Jerarquía: 2		Longitud: 78°38'53.78"O
			UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
 FOTO: www.viajandox.com

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “PALACIO MUNICIPAL”			
	Atractivo: Palacio Municipal	Provincia: Chimborazo	Accesos: Calle 5 de
		Ciudad: Riobamba	Junio y Veloz
		Cantón: Riobamba	Carreteras de Primer
	Categoría: Manifestaciones Culturales	Parroquia: Maldonado	Orden
	Tipo: Históricas	Altura: 2.761msnm.	Latitud: 1°40'14.57"S
	Subtipo: Arquitectura Civil		Longitud: 78°89'17.64"O
	Jerarquía: 2		UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
 FOTO: Guía Práctica El Turística de Riobamba

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “EDIFICIO DE LA GOBERNACIÓN”			
	Atractivo: Edificio de la Gobernación Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Históricas Subtipo: Arquitectura Civil Jerarquía: 2	Provincia: Chimborazo Ciudad: Riobamba Cantón: Riobamba Parroquia: Maldonado Altura: 2.761msnm.	Accesos: Calle 5 de Junio y Veloz Carreteras de Primer Orden Latitud: 1°40'14.52"S Longitud: 78°87'17.59"O UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
 FOTO: Guía Práctica El Turística de Riobamba

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “ESTACIÓN DEL FERROCARRIL”			
	Atractivo: Estación del Ferrocarril Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Históricas Subtipo: Arquitectura Civil Jerarquía: 3	Provincia: Chimborazo Ciudad: Riobamba Cantón: Riobamba Parroquia: Juan de Velasco Altura: 2.785msnm	Accesos: Av. Daniel León Borja y Carabobo Carreteras de Primer orden Latitud: 1°39'37.85"S Longitud: 78°39'37.37"O UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
 FOTO: www.codeso.com/

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “MUSEO DE LAS CONCEPTAS”			
 	Atractivo: Museo de las Conceptas Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Históricas Subtipo: Museos Jerarquía: 3	Provincia: Chimborazo Ciudad: Riobamba Cantón: Riobamba Parroquia: Maldonado Altura: 2.752msnm.	Accesos: Calles Argentinos y Juan Larrea Carreteras de Primer Orden Latitud: 1°40'28.77"S Longitud: 78°38'42.41"O UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
FOTOS: www.flickr.com/photos/recorrecuador/435215191

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “CASA BOLÍVAR”			
	Atractivo: Casa Bolívar Categoría: Manifestaciones Culturales Tipo: Históricas Subtipo: Arquitectura Civil Jerarquía: 2	Provincia: Chimborazo Ciudad: Riobamba Cantón: Riobamba Parroquia: Juan de Velasco Altura: 2.785msnm.	Accesos: Calles Primera Constituyente y Rocafuerte Carreteras de Primer Orden Latitud: 1°39'37.31"S Longitud: 78°39'37.08"O UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
FOTO: Guía Práctica El Turística de Riobamba

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “EDIFICIO DEL MUNICIPIO DE GUARANDA”			
	Atractivo: Municipio de	Provincia: Bolívar	Accesos: Calles
	Guaranda	Ciudad: Guaranda	Convención y García
	Categoría: Manifestaciones	Cantón: Guaranda	Moreno
	Culturales	Parroquia: Vintimilla	Carreteras de Primer
	Tipo: Históricas	Altura: 2.668msnm.	Orden
	Subtipo: Arquitectura		Latitud: 1°36'14.35"S
	Civil		Longitud: 78°59'55.43"O
	Jerarquía: 2		UTM:

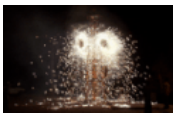
Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
 FOTO: www.codeso.com/TurismoEcuador/FotosBolivar02.html

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “CATEDRAL DE SAN PEDRO DE GUARANDA”			
	Atractivo: Catedral de San	Provincia: Bolívar	Accesos: Calles 10 de
	Pedro	Ciudad: Guaranda	Agosto y Sucre
	Categoría: Manifestaciones	Cantón: Guaranda	Carreteras de Primer
	Culturales	Parroquia: Vintimilla	Orden
	Tipo: Históricas	Altura: 2.631msnm.	Latitud: 1°36'14.29"S
	Subtipo: Arquitectura		Longitud: 78°59'55.37"O
	Religiosa		UTM:
	Jerarquía: 2		

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
 FOTO: www.codeso.com/TurismoEcuador/FotosBolivar02.html

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“MUSEO CENTRO CULTURAL INDIO GUARANGA”			
	Atractivo: Museo	Provincia: Bolívar	Accesos: Ingreso por El
	Centro Cultural	Ciudad: Guaranda	Cementerio - Ciudadela
	Del Indio	Cantón: Guaranda	Juan 23
	Guaranga	Parroquia: Ángel Polibio	Carreteras de Segundo
	Categoría: Manifestaciones	Chávez	Orden
	Culturales	Altura: 2.673msnm.	Latitud: 1°35'31.28"S
	Tipo: Históricas		Longitud: 79°00'05.91"O
	Subtipo: Museo		UTM:
	Jerarquía: 2		

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
FOTO: [www.codeso.com/ TurismoEcuador/FotosBolivar02.html](http://www.codeso.com/TurismoEcuador/FotosBolivar02.html)

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
“ARTESANÍAS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO”			
  	Atractivo: Artesanías de	Provincia: Bolívar	Accesos: Vía
	San José de	Ciudad: Chimbo	Panamericana
	Chimbo	Cantón: San José de	Carreteras de Primer
	Categoría: Manifestaciones	Chimbo	Orden
	Culturales	Parroquia: Chimbo	Latitud: 1°40'59.33"S
	Tipo: Etnográficas	Altura: 2.480msnm.	Longitud: 79°01'31.28"O
	Subtipo: Artesanías:		UTM:
	Pirotecnia		
	Cerámica		
	Madera		
	Jerarquía: 2		

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo
FOTO: www.viajandox.com/chimbo.htm

NOMBRE DEL ATRACTIVO: “SANTUARIO DE LAVIRGEN DEL HUAYCO”			
	Atractivo: Iglesia	Provincia: Bolívar	Accesos: Vía
	Categoría: Manifestaciones	Ciudad: Chimbo	Panamericana
	Culturales	Cantón: San José de	Chimbo – Magdalena
	Tipo: Históricas	Chimbo	Carreteras de Primer
	Subtipo: Arquitectura	Parroquia: Magdalena	Orden
	Religiosa	Altura: 2480msnm.	Latitud: 1°39'57.44"S
	Jerarquía: 2		Longitud: 79°00'19.77"O
			UTM:

Inventario Turístico Ministerio de Turismo Gerencia Regional de Chimborazo

FOTO: www.viajandox.com/chimbo.htm

2.3 Guión.

2.3.1 Cuenca:

Patrimonio.- “la riqueza de su arquitectura y obras artísticas le merecieron el nombramiento de Patrimonio Cultural de la Humanidad el 1 de Diciembre de 1999. El Centro Histórico esta formado por la zona residencial más antigua, tiene una extensión de 178 hectáreas. En él están ubicados los edificios públicos más importantes y es el núcleo económico de la ciudad donde se realizan las principales funciones urbanas. Aquí encontramos la mayoría de iglesias con mérito arquitectónico, la zona arqueológica, los barrios artesanales de origen colonial, los mercados centrales , el Barranco del Tomebamba y varios sitios que son de mucha importancia y muestran el porque de la declaratoria como ciudad Patrimonio Cultural”.³⁵

2.3.1.1 Parque Calderón.- es el lugar de encuentro de los cuencanos quienes comparten un momento de descanso dialogando diversos aspectos de la vida cotidiana a la vez disfrutan del arte y en ocasiones de la música en vivo. A sus alrededores están los sitios encargados en del desarrollo político, jurídico, económico, religioso y social, En el centro del parque se levanta el monumento en honor al Héroe Niño Abdón Calderón quien murió a los 18 años en la Batalla del Pichincha, a sus alrededores están 8 pinos conocidos como Araucaria excelsa traídos desde Chile por el Presidente Luís Cordero.

2.3.1.2 Catedral de la Inmaculada.- “su construcción inició en la segunda mitad de la década de 1980, por iniciativa del Obispo Miguel León, con el diseño del hermano redentorista Juan Stiehle. En 1967, la Catedral Nueva alcanza su estado actual, en la

³⁵ Fundación Municipal de Turismo Cuenca, Mapa Turístico de Cuenca, {s. a.}

misma que se mezclan elementos estilísticos de diversas escuelas arquitectónicas, entre lo mas representativo de la Catedral están sus cúpulas cubiertas con azulejos de Checoslovaquia, el rosetón frontal, el baldaquino tallado en madera y recubierto con pan de oro, los vitrales de las naves laterales fueron realizados por Guillermo Larrazábal.

La Catedral Nueva Presenta 3 cuerpos horizontales y 3 naves verticales, en el caso de los cuerpos: el primero de la planta baja que contempla las puertas con sus respectivas portadas, el segundo alberga un rosetón y el tercero esta el remate de las torres inconclusas. Las 3 naves se estructuran con las torres en sus extremos y con el acceso principal, el rosetón en el centro rematando con la estatua italiana de Santa Ana con la Virgen Niña.

2.3.1.3 Catedral Vieja.- es el edificio patrimonial más importante de la ciudad esta iglesia cuyo nombre es “El Sagrario” mas conocida como Catedral Vieja, Fue La primera en ser construida en la ciudad en el año de 1567. En un inicio fue la parroquia de españoles y mas tarde, a principios del siglo XIX, llegó a ser catedral con la creación del obispado en Cuenca. Presenta un estilo ecléctico y su arquitectura ha sido modificada en varias ocasiones desde su construcción”.³⁶

“Últimamente la catedral Vieja fue restaurada en su totalidad, manteniendo la arquitectura original para el funcionamiento de un museo de arte religioso comarcano. Aquí se puede observar valiosas obras religiosas tanto en pinturas como en esculturas de artistas como Miguel Vélez, Daniel Alvarado, Gaspar Sangurima entre otros”.³⁷

³⁶ Fundación Municipal de Turismo Cuenca, Mapa Turístico de Cuenca, {s. a.}

³⁷ Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro. CD Inventario Turístico y Gráfico Azuay y Cañar.

2.3.1.4 Corte Superior de Justicia.- “En un principio este importante edificio se construyó para la Universidad Estatal de Cuenca. El mismo fue diseñado con un amplio patio central alrededor del cual se distribuyen en cuatro pisos los cuartos que alguna vez fueron las aulas. La función Judicial compro este edificio en el año 1949”.³⁸

2.3.1.5 Edificaciones del Centro Histórico de Cuenca.-“La arquitectura de Cuenca es expresión viva y valiosa de nuestra cultura que merece protección, pues en estas estructuras viejas está plasmado el trabajo y esfuerzo de nuestro pueblo a lo largo de las diferentes etapas históricas. Santa Ana de las Aguas de Cuenca llamada así por Carlos María de la Condamine, como toda urbe fundada por los españoles se gesta con construcciones alrededor de la plaza central modestas en su magnitud pero que responden a las necesidades vivenciales. Cuenca de arquitectura paisajística que en inicios utilizó para sus construcciones: el barro, la madera, el techo de paja , que con el paso de los años se fue incorporando otros materiales permitiendo la perdurabilidad a las edificaciones aprovechando de ciertos recursos como las piedras del asiento incaico del Tomebamba para los cimientos. Primero se levantaron obras de carácter religioso y como consecuencia en su entorno se fueron construyendo las edificaciones civiles”.³⁹

2.3.1.6 Casa Paredes Roldan-Museo del Sombrero de Paja Toquilla.- esta casa hoy convertida en museo pertenece a la Familia Roldan ubicada en pleno centro Histórico de Cuenca. Esta Familia ha sido pionera en la exportación y comercialización de sombreros de paja toquilla quienes han venido trabajando por más de 60 años en esta labor. Visitar este museo es involucrarse y vivir la historia del Sombrero de Paja

³⁸ Fundación Municipal de Turismo Cuenca, Mapa Turístico de Cuenca, {s. a.}

³⁹ Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro. CD Inventario Turístico y Gráfico Azuay y Cañar.

Toquilla, aquí funciona un taller donde se observa cada uno de los pasos para la elaboración del mismo, podemos gustar de una gran variedad de sombreros, bolsos, carteras y otros objetos elaborados con este material que es la paja toquilla y porque no comprar alguno de estos para llevarnos de recuerdo y no podemos salir sin dejar de visitar el museo que funciona en esta casa.

2.3.1.7 Historia del Sombrero de Paja Toquilla.- “desde mediados del Siglo XIX se difundió desde Cuenca la artesanía de la confección de sombreros de paja toquilla. La primera Escuela de Tejedores se inició en 1845 con el apoyo del Cabildo Cuencano en el Barrio de El Chorro. Para las últimas décadas del siglo XIX, el tejido del sombrero de paja toquilla se había convertido en la primera actividad económica de la zona de influencia de Cuenca con miles de tejedoras de la zona urbana y rural. Cuenca fue desde entonces el centro de exportación y este oficio proporcionó el segundo rubro de ingresos económicos para el país luego del cacao.

Este tramo artesanal tiene aún cierta importancia económica puesto que Cuenca es el centro nacional de exportación de sombreros de Paja Toquilla. Su tejido emplea considerable mano de obra femenina sobre todo del área rural. Hay sombreros de distintas calidades, precios y también objetos ornamentales hechos de paja como canastillas, juguetes y variadas figuras.

2.3.1.8 Museo Manuel Agustín Landívar.- este museo esta ubicado en el Centro Histórico de Cuenca junto a las Ruinas de Todos Santos en un inmueble de la Casa de la Cultura Núcleo del Azuay, esta casa se constituye como museo un 6 de Abril de 1987, aquí se expone materiales culturales recuperados en las excavaciones arqueológicas realizadas en las Ruinas de Todos Santos a partir de 1972. Entre los materiales

culturales constan alrededor de 20 mil fragmentos y piezas enteras de cerámica lítica y metal de las culturas Cañari, Inka y Colonial. También cuenta con una colección de monedas que esta formada por: una chaquira de oro probablemente cañari, una macuquina de medio real de plata, cobre y níquel de los siglos XVIII, XIX Y XX. Además en este lugar se realizan exposiciones temporales de distinta temática.

2.3.1.9 Sitio Arqueológico de Todos Santos.- ubicado en la margen izquierda del Río Tomebamba bajada de Todos Santos, el sitio de Todos Santos toma el nombre del Primer Barrio de Cuenca y del antiguo puente construido en 1849 destruido posteriormente por la crecida del río Tomebamba en 1950.

El hallazgo de estos vestigios arqueológicos se realizó en forma casual cuando un obrero que excavaba una zanja para la construcción de una casa de habitación a unos 72mts. del actual puente de Todos Santos, tropezó con un gran dintel de piedra, este fue pronto descubierto en su totalidad, al igual que una gran cantidad de bloques labrados de piedra caliza provenientes de un muro incásico”.⁴⁰

“Este museo de sitio es quizá el único en Sudamérica en el que se han sobrepuesto tres culturas: los cañaris fundaron Guapondelig, los Incas Tomebamba y los españoles Cuenca.

De la cultura Cañari queda un muro de calizas junto al que se han encontrado piezas de tipo ceremonial de la cultura Challuabamba.

De la cultura Inca hay dinteles de piedra que pesan alrededor de 5 toneladas y miden 5mts. que servían como vigas en los templos y palacios de Tomebamba, también se destacan 5 horcinas para colocar monolitos tallados.

⁴⁰ Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro. CD Inventario Turístico y Gráfico Azuay y Cañar.

De la cultura española quedan restos de los molinos coloniales, encontrándose aquí monedas de la época.

Se aprecia también los cimientos de la Casa de Rodrigo Núñez de Bonilla, el primer vecino de la ciudad que construyó una vivienda de estilo español con materiales de los palacios de Pumapungo.

Es sorprendente la forma de construcción que usaron los indios cañaris ya que para cubrir un espacio de 5mts. de luz emplearon la técnica incásica del falso arco o arco cordelado utilizada en el Cuzco para cubrir los vanos de los acueductos y de los ríos canalizados dentro del capitel incásico”.⁴¹

2.3.2 Riobamba:

“Por estar situada en la Avenida de los volcanes y en el centro del país, Riobamba goza de un entorno paisajístico único, mantiene un centro histórico de arquitectura Republicana y Neoclásica que junto a sus museos, iglesias, parques y obras monumentales recuerdan gestas libertarias como el 11 de Noviembre y el 21 de Abril posicionándola a visitar y disfrutar como ciudad de destino, con un Corredor Turístico que articula sus 11 parroquias rurales y la legendaria estación del ferrocarril.

2.3.2.1 Artesanías de Guano.- Guano esta ubicado a 6 Km. de Riobamba, es conocido por el trabajo artesanal en la fabricación de una gran diversidad de abrigos, sombreros, guantes, carteras, maletines, chompas y zapatos de cuero de gran calidad, así como también por sus famosas alfombras de gran diversidad en cuanto a diseños.

⁴¹ Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro. CD Inventario Turístico y Gráfico Azuay y Cañar.

2.3.2.2 Parque Maldonado.- en este lugar se ubicó la Plaza Mayor, en donde se concentraban los poderes político, religioso y social trazándose las primeras manzanas del núcleo urbano y en su entorno las edificaciones más importantes de la Riobamba del Reasentamiento. En 1909, el concejal y escritor José Alberto Donoso propuso erigir un monumento y la construcción de un parque en honor a Pedro Maldonado, personaje de enorme valor del Siglo XVIII. En 1911 los arquitectos italianos, Russo y Tormen, rediseñaron ese espacio. El conjunto monumental fue trabajado en Italia por el arquitecto Durini, este monumento se inauguró en 1927 donde se hallan también 4 piletas de bronce, situadas en el centro de cada uno de los costados complementado el atractivo de este parque”.⁴².

2.3.2.3 Palacio Municipal.- “es la sede del Cabildo, tiene características arquitectónicas del siglo XIX. Su edificación es neoclásico con grandes portales en la planta baja, con columnas macizas libres de ornamentación e intercaladas con amplios arcos rebajados. El remate de la fachada en la esquina es un frontón y el resto de la fachada es una cornisa corrida. Fue construido en 1880 por obreros riobambeños dirigidos por el arquitecto italiano Natale Tormen.

2.3.2.4 Edificio de la Gobernación.- forma un solo conjunto con el Palacio Municipal donde funcionan las oficinas del representante del Poder Ejecutivo. Su edificación tiene paredes anchas y altas, de estilo neoclásico, en la planta baja como característica se destaca un espacioso portal de columnas intercaladas con amplios arcos rebajados y de medio punto, sobrios balcones apoyados sobre fuertes ménsulas

⁴² ITUR, Guía Práctica El Turística, Riobamba, 2005, 53pg. (Pgs. 1-51-23)

2.3.2.5 Estación del Ferrocarril.- Comenzando el siglo XX la construcción del ferrocarril y su paso por Riobamba unieron las regiones costanera y andina dinamizando su economía, en este momento histórico se levantaron las mayores edificaciones bajo la influencia del estilo neoclásico y ecléctico, la estación del Ferrocarril se encuentra en el corazón de la urbe, se puede viajar en tren en una aventura fascinante hacia la Nariz del Diablo, en cuyo recorrido se atraviesa por inigualables paisajes y diversas culturas. Al Llegar a la estación de Alausí, el clima es cálido por lo que se puede trepar al techo de los vagones para disfrutar del paisaje hasta llegar a la Nariz del Diablo en donde el tren debe retroceder y avanzar en zigzag descendiendo abruptamente de 1900 a 1800 metros. Esta fue una de las obras más difíciles de ingeniería de la época, donde cientos de obreros ofrendaron sus vidas. Luego de avanzar montaña abajo hacia la orilla del río Chanchán, el tren cruza pequeños túneles llegando a la estación donde se disfruta de un clima primaveral y de exquisitos platos tradicionales”.⁴³

2.3.2.6 Museo Monasterio de las Conceptas.- “es un museo de arte religioso, pertenece al Convento de las Madres Conceptas, es una de las joyas históricas, culturales y de tradición religiosa de la Antigua Riobamba. Las custodias son un ejemplo, entre las que se destaca la custodia de la antigua Riobamba, construida a principios del siglo XVIII en oro macizo considerada una de las más bellas piezas de la orfebrería religiosa hispanoamericana por su excepcional labrado, nitidez de expresiones de sus componentes y una majestuosa estructura que mide un metro y medio de altura”.⁴⁴

⁴³ ITUR, Guía Práctica El Turística, Riobamba, 2005, 53pg. (Pg. 10-31)

⁴⁴ ITUR, Guía Práctica El Turística, Riobamba, 2005, 53pg. (Pg. 10-31)

“Este museo es el mejor de la ciudad y es considerado como uno de los mejores de arte religioso de América Latina, por la calidad y el valor de las obras que posee.

Catorce de las antiguas celdas de las monjas conceptas se convirtieron en salas de exhibición, estas salas contagian el misticismo del monasterio, allí se exhiben: custodias, gran número de esculturas, lienzos, mobiliario, paletas, cristos, vírgenes, pinturas, ornamentos sacerdotales tejidos en oro y plata de los siglos XVII Y XVIII, objetos de platería así como réplicas de las celdas de las monjas, y los elementos que utilizaban para purificarse ante Dios por medio del castigo”.⁴⁵

2.3.2.7 Casa de Bolívar.- “es una casa típica de la Riobamba del Reasentamiento. Perteneció al Coronel Juan Bernardo de León y Cevallos, héroe de la independencia del Ecuador. A esta edificación llegó el libertador Simón Bolívar en su visita a Riobamba. Se conserva la fachada original, el patio empedrado con su hermoso jardín. En las paredes encontramos cuadros recordatorios. Además, podemos encontrar obras y documentos de consulta administrado por la Sociedad Bolivariana Núcleo de Chimborazo. En este acogedor lugar Simón Bolívar escribió el poema “Mi Delirio sobre el Chimborazo”. Actualmente, funciona en su interior un restaurante llamado el Delirio Restaurante”.⁴⁶

2.3.3 Guaranda:

“Conocida como “La Ciudad de las Siete Colinas” es la más pequeña de las capitales provinciales de la sierra ecuatoriana fue fundada por españoles en 1571. Guaranda es una ciudad en donde se puede recorrer a pie, y visitar la Plaza Central donde están los

⁴⁵ Ministerio de Turismo Gerencia Regional del Chimborazo. Inventario Turístico.

⁴⁶ ITUR, Guía Práctica El Turística, Riobamba, 2005, 53pg. (Pg. 16)

edificios del Municipio, la Gobernación, la Casa de la Cultura, la Catedral y las ferias de la Plaza 15 de Mayo. El carnaval de Guaranda es el más famoso en el país se juega con agua y talco se puede degustar de las comidas típicas y de la música de las bandas populares.

2.3.3.1 Edificio del Municipio de Guaranda.- en este edificio en la actualidad funcionan los diferentes estamentos del I. Municipio de Guaranda, pero originalmente perteneció a la familia Unda. La historia de este predio se remonta al siglo XVI aquí nació el patriota guarandeño Coronel Fernando de Echeandía. En la parte superior de su fachada existe un reloj cuya inauguración tuvo lugar el 14 de enero de 1929. También se puede admirar una vieja imprenta tipográfica que fue donada por el General Eloy Alfaro. El edificio esta ubicado en la calle Convención de 1884 y García Moreno”.⁴⁷

2.3.3.2 Catedral de San Pedro de Guaranda.-“Presenta una singular belleza para los visitantes, su estilo neoclásico conserva detalles de diferentes tendencias que van desde el romántico hasta el gótico. Su fachada esta construida de piedra labrada, dominada por dos torres. Se encuentra ubicada en la calle 10 de Agosto y Sucre, frente al parque El Libertador.

2.3.3.3 Colina Cruz Loma.- es un mirador desde el cual se tiene una vista panorámica de la ciudad de Guaranda. En la cima se encuentra un pequeño museo con armas de la Independencia, documentos históricos, arqueología y pinturas antiguas. Allí se levanta el monumento al Indio Guaranga.

⁴⁷ www.viajandox.com/chimbo.htm

2.3.3.4 Museo y Centro Cultural Indio Guaranga.- en este museo se puede observar piezas arqueológicas que pertenecieron a diferentes culturas que poblaron nuestro territorio como: La cultura Valdivia, Manteña, Guangalá, Puruhá, entre otras. Estos artefactos han sido calculados en unos 3.600 a 3.700 años de antigüedad. Existe también una galería de arte en la cual se exponen diversas obras de diferentes autores. En su salón auditorio se realizan diversos tipos de actividades culturales y educativas. La construcción de este centro cultural se asemeja a una fortaleza ya que se halla en la cima de Cruz Loma, dominada por el monumento al Cacique Guaranga”⁴⁸

“Leyenda Monumento al Cacique Guaranga.-Augusto César Saltos nos relata en sus cuentos y leyendas, que años atrás en el Mirador de Cruz Loma, existió una cruz de madera donde se realizaba la misa del miércoles de ceniza después de los días de carnaval, pero una noche cayó un rayo fruto del fuerte invierno, desapareciendo aquel símbolo de religión. Ante lo acontecido un grupo de guarandeños encabezados por el Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo de Bolívar, decidieron colocar en la cima de la colina la cabeza del Cacique Guaranga, como un símbolo que presidía las reuniones de la Comarca bajo la sombra del árbol Guarango. Actualmente esa cabeza fue reemplazada por un monumento al Cacique Guaranga y Centro Cultural que contiene: un museo, un auditorio donde se expone objetos antiguos para recordar la historia provincial”.⁴⁹

2.3.3.5 San José de Chimbo.- “el cantón de Chimbo se encuentra ubicado en la parte central occidental de la Provincia de Bolívar con territorios de clima templado y subtropical donde abunda la producción agrícola y ganadera así como la flora y la fauna típica de la zona donde se puede practicar el ecoturismo, es el rincón de la artesanía, es

⁴⁸ www.viajandox.com/chimbo.htm

⁴⁹ www.recorrecuador.com/category/ecuador/sierra/bolivar/guaranda

una pequeña ciudad considerada como una de las más antiguas del Ecuador con calles adoquinadas, sus casas se caracterizan por de estilo serrano y costeño que encierran una rica historia y tradición, su pueblo es laborioso que le han convertido a la ciudad en una importante fuente microempresarial, artesanal y socioeconómica para la provincia. Sus habitantes fabrican estupendas guitarras y se destacan en la fabricación de los juegos pirotécnicos y también en la alfarería ya que por la calidad sus productos son preferidos por todo el país”.⁵⁰

2.3.3.6 Santuario de La Virgen del Huayco.- “uno de los lugares de visita en la provincia de Bolívar e este santuario al que acuden visitantes de todo el país en las romerías que se organizan para rendir culto a la Virgen María. El Monseñor Cándido Rada, primer obispo de Guaranda fue el propulsor de la construcción de este santuario construido sobre una quebrada en la parroquia La Magdalena de Cantón Chimbo. Según antiguas tradiciones se dice que este lugar se le presentó la Virgen a una humilde campesina.

El santuario tiene características monumentales por la piedra que abunda desde las grandes lozas que revisten la plaza frente del santuario, hasta las bandas y adornos que circundan el claustro. La fiesta de la Virgen del Huayco se las realiza el 8 de Septiembre cada año”.⁵¹

⁵⁰ www.viajandox.com/chimbo.htm

⁵¹ www.viajandox.com/chimbo.htm

2.4. Itinerario

PAQUETE TURISTICO EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DEL ECUADOR DE LAS PROVINCIAS: AZUAY-CHIMBORAZO-BOLIVAR

ITINERARIO:

3 DIAS Y 2 NOCHES

DIA 1:

07H45AM PICK UP

08H00AM Cuenca Recorrido por la Ciudad: Parque Calderón, Catedral Inmaculada Concepción,
Catedral Vieja, Palacio de Justicia, Museo del Sombrero de la Casa Paredes Roldan, Museo
Manuel Agustín Landívar, Sitio Arqueológico de Todos Santos.

12H00PM Almuerzo en el Restaurante El Maíz

13H00PM En Ruta Destino Riobamba

20H00PM Riobamba Alojamiento en el Hotel El Galpón

20H30PM Cena en el Hotel

DIA 2:

08H00AM Desayuno en el Hotel

08H45AM Visita Guano: Artesanías en Tejido y Cuero, Compras y Fotografía

10H30AM Retorno a Riobamba

10H45AM Recorrido por la Ciudad Parque Pedro Vicente Maldonado, Palacio Municipal, Edificio de
La Gobernación, Estación del Ferrocarril, Museo del Convento de la Concepción, Casa
Bolívar.

13H00PM Almuerzo en el Hotel El Galpón

14H30PM En Ruta destino Guaranda

17H30PM Guaranda Alojamiento en el Hotel Tambo El Libertador

20H00PM Cena en el Hotel

DIA 3:

08H00AM Desayuno en el Hotel

08H30AM Recorrido por la Ciudad de Guaranda: Edificio del Municipio, Catedral de San Pedro, Colina de Cruz Loma, Museo del Indio Guaranga.

10H30AM Salida a San José de Chimbo Recorrido por las Artesanías en Madera y Cerámica

11H45AM Visita al Santuario de la Virgen del Huayco

13H30PM Regreso a Guaranda Almuerzo en el Hotel Tambo El Libertador

14H45PM Retorno a Cuenca

EL TOUR INCLUYE:

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Entradas a museos
- Guía durante todo el recorrido

EL TOUR NO INCLUYE:

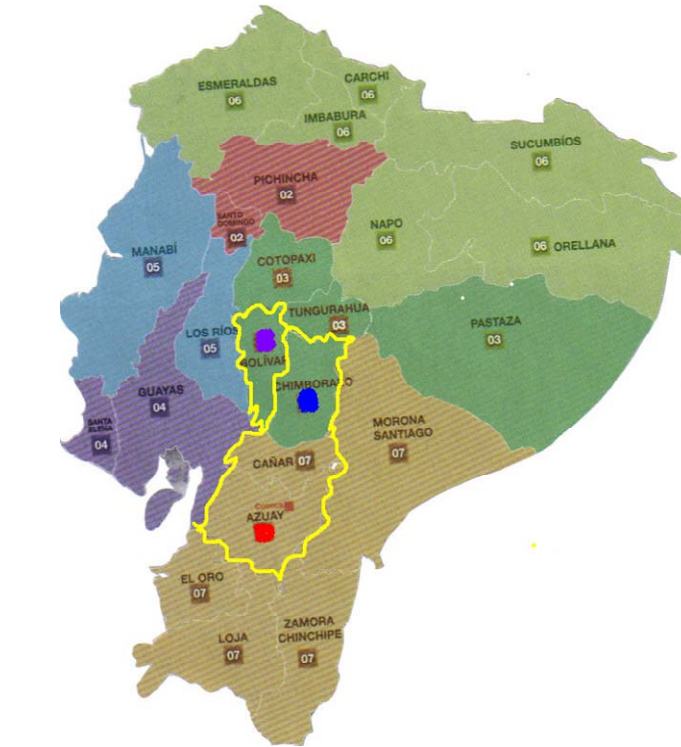
- Bebidas Adicionales
- Gastos Extras

PRECIO POR PERSONA: \$138,92

PRECIO POR GRUPO: \$3.473,00

2.4.1 Delimitación de Ruta

Delimitación de Ruta



MUSEO



RUINAS



IGLESIAS



**PARQUES
MONUMENTOS**



ARTESANIAS



2.5 Costos

CUADROS DE ELABORACION DE COSTOS DEL PAQUETE TURISTICO EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DEL ECUADOR DE LAS PROVINCIAS:

AZUAY-CHIMBORAZO-BOLÍVAR

RUTA: CUENCA- RIOBAMBA-GUARANDA

25 PAX / 3 DIAS Y 2 NOCHES

COSTOS VARIABLES

VARIABLES	COSTO POR DIA	COSTO TOTAL	COSTO POR PAX
Transporte	\$200,00	\$ 600,00	\$24,00
Alojamiento	\$518,81	\$1037,61	\$41,51
Alimentación	\$235,44	\$ 706,32	\$28,25
Guía	\$ 50,00	\$ 150,00	\$ 6,00
Museos	\$ 59,17	\$ 177,50	\$ 7,10

En el costo total esta incluido el hospedaje y la alimentación del chofer y el guía

CV x Pax = \$106,86

Margen de Ganancia 30% = \$ 32,06

PVP x Pax = \$138,92

COSTOS FIJOS

GASTOS	COSTO MENSUAL
Teléfono	\$ 18,00
Útiles de Oficina	\$ 12,00
Publicidad	\$100,00
Internet	\$ 15,00

CF mensual = \$145,00

Precio de Venta al Público = \$138,92

Costos Variables = \$106,86

Costos Fijos = \$145,00

Se proyecta vender en la época vacacional comprendida en los meses de Junio y Julio 1 paquete semanal con un total de 4 al mes y 8 en los dos meses cada con un promedio de 25 a 30 pax.

ESTADO DE RESULTADOS
Del 1ro de Junio al 31 de Julio del 2009

INGRESOS	
Ventas	\$ 27.784
Costos Variables	- \$ 21.372
Costoso Fijos	- \$ 290
Utilidad	\$ 6.122

$$\text{Utilidad} = \$6.122 / 27.784 = 0,22 * 100 = 22\%$$

$$\text{RENTABILIDAD DE VENTAS} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Ventas}} * 100 = 22\%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO	
FORMULA	SIMBOLOGIA
$PVP(x) = CV(x) + CF + B$	PV= Precio Venta
$138,92(x) = 106,86(x) + 290 + 0$	CV= Costo Variable
$138,92(x) - 106,86(x) = 290$	CF= Costo Beneficio
$32,06(x) = 290$	B= Siempre a 0
$X = 290 / 32,60$	
$X = 9,04 \text{ Pax}$	

DEMOSTRACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
Ventas	9,04 * \$138,92	\$1.255,84
Costo de Venta	9,04 * \$106,86	-\$ 966,01
Costo Fijo	-	-\$ 290,00
	Utilidad	\$ 0,17

DEMOSTRACION DE COSTOS Y GASTOS			
Venta	8 Paquetes * 25pax	200 * \$138,92	\$27.784
Costo Venta	8 Paquetes * 25pax	200 * \$106.86	\$21.372
Gastos Fijos	8 * 2 meses	145 * 2	\$ 290

Luego de concluido con el análisis detallado respecto a la cotización del paquete dio como resultado conocer la utilidad real que se obtendrá al ofrecer el Paquete Turístico “En las Ciudades Patrimonio del Ecuador de las Provincias de Azuay-Chimborazo-Bolívar”. Dando así a conocer que el producto es rentable porque se obtendrá excelentes ingresos en tan solo dos meses.

2.6 Venta

Como primera estrategia de venta se visitará personalmente con dos o tres meses antes de las vacaciones algunos de los Colegios de Cuenca. Específicamente se ingresará a los últimos de bachillerato de las diferentes carreras curso por curso ofreciéndoles el paquete y motivándoles a que visiten nuevos destinos.

Como segunda estrategia de venta publicitaria para ofrecer el producto se diseñó y se elaboró el siguiente tríptico a full color; el cual consta de fotos, itinerario, mapa de ruta, lugares a visitarse, recomendaciones y costos, es decir haciendo constar toda la información básica y suficiente que al cliente le va a interesar



Parque Maldonado



Estación del Ferrocarril

GUARANDA La ciudad de las Siete Colinas.



MUNICIPIO DE GUARANDA



Guitarras y Artesanía



SANTUARIO DE LA VIRGEN DEL GUAYCO

MAPA DE RUTA

Delimitación de Ruta



Recomendaciones:

- Llevar ropa ligera y abrigada
- Llevar cámara de fotos
- Por su seguridad se prohíbe la ingesta de bebidas alcohólicas.

Costo:

Por Pax: Por Grupo:

INFORMES:

2854-493 / 2840-900 / 099 557 181
E-mail: girasfindeañ@hotmai.com
Cuenca - Ecuador

Disfruta y Conoce los atractivos culturales del Ecuador en tu

GIRA DE FIN DE AÑO

Junto a tus compañeros visitando:

LAS CIUDADES
PATRIMONIO
DEL ECUADOR



HISTORIA



MUSEOS



ARQUEOLOGIA



ARTESANIA



IGLESIAS

CUENCA

RIOBAMBA

GUARANDA

EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DEL ECUADOR DE LAS PROVINCIAS AZUAY - CHIMBORAZO - BOLIVAR

Ruta: Cuenca-Riobamba-Guaranda

ITINERARIO

3 DIAS y 2 NOCHES

DIA 1:

07H45AM PICK UP

08H00AM

Cuenca Recorrido por la Ciudad: Parque Calderón, Catedral Inmaculada Concepción, Catedral Vieja, Palacio de Justicia, Museo del Sombrero de la Casa Paredes Roldán, Museo Manuel Agustín Landívar, Sitio Arqueológico de Todos Santos.

12H00PM Almuerzo en el Restaurante El Maíz

13H00PM En Ruta Destino Riobamba

20H00PM Riobamba Alojamiento en el Hotel El Galpón

20H30PM Cena en el Hotel

DIA 2:

08H00AM Desayuno en el Hotel

08H45AM Visita Guano: Artesanías en Tejido y Cuero, Compras y Fotografía

10H30AM Retorno a Riobamba

10H45AM Recorrido por la Ciudad Parque Pedro Vicente Maldonado, Palacio Municipal, Edificio de La Gobernación, Estación del Ferrocarril, Museo del Convento de la Concepción, Casa Bolívar.

13H00PM Almuerzo en el Hotel El Galpón

14H30PM En Ruta destino Guaranda

17H30PM Guaranda Alojamiento en el Hotel Tambo El Libertador

20H00PM Cena en el Hotel

DIA 3:

08H00AM Desayuno en el Hotel

08H30AM Recorrido por la Ciudad de Guaranda: Edificio del Municipio, Catedral de San Pedro, Colina de Cruz Loma, Museo del Indio Guaranga.

10H30AM Salida a San José de Chimbo Recorrido por las Artesanías en Madera y Cerámica

11H45AM Visita al Santuario de la Virgen del Huayco

13H30PM Regreso a Guaranda Almuerzo en el Hotel Tambo El Libertador

14H45PM Retorno a Cuenca



EL TOUR INCLUYE:

- Alojamiento en los mejores hoteles de cada ciudad.
- Alimentación
- Transporte
- Entradas a museos
- Guía durante todo el recorrido

EL TOUR NO INCLUYE:

- Bebidas adicionales
- Gastos Extras

CUENCA Patrimonio cultural de la Humanidad



Catedral de Cuenca



Sitio arqueológico de Todos Santos

RIOBAMBA

Se le conoce también con los nombres de "Corazón de la Patria", "Sultana de los Andes", "Ciudad de las Primicias"



La Custodia

CONCLUSIONES

- 1.- Luego de concluir con el segundo capítulo pude desarrollar las investigaciones teóricas aplicadas positivamente en la práctica.
- 2.- En el desarrollo de este trabajo me di cuenta que falta interesarnos más en armar paquetes turísticos con nuevos destinos y que no han sido todavía explotados en su totalidad.
- 3.- Llevar mi trabajo investigativo a la práctica me fue de gran ayuda porque pude actualizar mis conocimientos y canalizar mis ideas.
- 4.- Con este trabajo aprendí más en cuanto a saber armar un paquete turístico tomando en cuenta cada uno de los detalles, el mismo que lo realizaré con más destreza en mi campo profesional.
- 5.- Al analizar el guión de los atractivos a visitar en este paquete turístico recopilé una información profunda que me servirá para dar a conocer a los turistas.
- 6.- Para obtener las coordenadas de los atractivos me sirvió el saber utilizar muy bien el GPS.
- 7.- Me quedo satisfecha de haber realizado el trabajo de un paquete turístico completo que parte desde la recopilación de datos hasta la manera de cómo vender el mismo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- 1.- Una vez concluido con el marco teórico puedo indicar que este trabajo fue de gran apoyo porque me permitió conocer más a fondo cada uno de los temas investigados.
- 2.- Gracias a la teoría tengo las ideas claras a ser desarrolladas en el próximo capítulo.
- 3.- Este trabajo investigativo me da la oportunidad de llevar a la práctica la teoría.
- 4.- Esta investigación me ha dado la oportunidad de ampliar mi perspectiva conceptual y llenar aquellos vacíos o criterios pobres en conocimiento.
- 5.- Pude darme cuenta de lo importante que fue buscar criterios de diferentes autores para tener una idea general de cada tema a ser desarrollados mas adelante.
- 6.- El desarrollo de este capítulo me dio la oportunidad de actualizar mi aprendizaje adquirido hace siete años atrás en las aulas de esta institución.
- 7.- Aprendí que no toda la información que uno recoge es la más acertada por eso es útil saber clasificar los datos recopilados para un eficaz desarrollo de cualquier paquete turístico.
- 8.- Aprendí a citar de una manera diferente las fuentes bibliográficas a lo que se hacía en años anteriores.
- 9.- Prácticamente este capítulo me hizo crecer intelectual y profesionalmente.
- 10.- Luego de concluir con el segundo capítulo pude desarrollar las investigaciones teóricas aplicadas positivamente en la práctica.
- 11.- En el desarrollo de este trabajo me di cuenta que falta interesarnos más en armar paquetes turísticos con nuevos destinos y que no han sido todavía explotados en su totalidad.

12.- Llevar mi trabajo investigativo a la practica me fue de gran ayuda porque pude actualizar mis conocimientos y canalizar mis ideas.

13.- Con este trabajo aprendí más en cuanto saber armar un paquete turístico tomando en cuenta cada uno de los detalles, el mismo que lo realizaré con más destreza en mi campo profesional.

14.- Al analizar el guión de los atractivos a visitar en este paquete turístico recopile una información profunda que me servirá para dar a conocer a los turistas.

15.- Para obtener las coordenadas de los atractivos me sirvió el saber utilizar muy bien el GPS.

16.- Me quedo satisfecha de haber realizado el trabajo de un paquete turístico completo que parte desde la recopilación de datos hasta la manera de cómo vender el mismo.

RECOMENDACIONES:

Al concluir con mi trabajo investigativo, me permito establecer unas cuantas recomendaciones que deberíamos tomar en cuenta y resolverlos para que progrese el turismo en el Ecuador:

1.- A los Ministerios de Turismo Regionales recomiendo que deberían trabajar concientemente para completar con el inventario de todos los atractivos y hacer constar aquellos que están fuera y más si se tratan de atractivos importantes para el desarrollo del turismo.

2.- A los prestadores de servicios turísticos es importante mejorar y cumplir con lo ofrecido y con el tipo de atención que se da a los visitantes nacionales y extranjeros para que se vayan satisfechos y regresen nuevamente.

- 3.- Para los guías y para quienes trabajemos armando paquetes turísticos, es fundamental realizar un sondeo previo para la realización de una delimitación de ruta para saber con exactitud ciertos datos como por ejemplo: las distancias de un punto a otro o los centros que están más cercanos al lugar donde nos encontremos en caso de que se nos presente una emergencia entre otros.
- 4.- Es preferibles investigar o estudiar lo más que se pueda de los atractivos a visitar y estar al día con las últimas noticias nacionales e internacionales para satisfacer las inquietudes de los turistas.
- 5.- Es fundamental realizar un cálculo de costos para evitar pérdidas.
- 6.- Es imprescindible hacer un análisis de mercado para que el producto turístico que se realice tenga la acogida esperada.
- 7.- Es recomendable buscar la estrategia ideal de marketing para la venta del paquete turístico.

BIBLIOGRAFIA

- AGUILAR, Orejuela Rodrigo, Agenda Cultural, Municipio de Cuenca, 2008, 109pg.
- ALVAREZ, Pazos, Francisco, Guías Educativas Didácticas Procesos 2, Cuenca Patrimonio, Municipalidad de Cuenca, {s.a.}, 35pg.
- BARCENA, Alejandro, GONZALES, Patricia, Contabilidad de Agencias de Viajes, México. D.F., Banca y Comercio, 1991, 51pg., Primera Edición.
- CABO, Nadal, Mónica, Asistencia y Guía de Grupos, México, Editorial Trillas, 1992.
- CELLERI, Mónica, HERNANDEZ, Daniel, OCHOA, Iván, VANEGAS, Juan Pablo. Estar en Cuenca, Guía Turística, Cuenca, 2008, 48pg.
- CHAN, Nélica, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición.
- DAHDA, Jorge, Publicidad Turística, México, Editorial Trillas, 1992.
- DOMINGUEZ, Dionisio, ULLAURI, Narcisa, Glosario Turístico, Cuenca, 2001, 81pg.
- FALCONI, Juan, MARCONI, Salvador. Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2005, 415pg.
- Fundación Municipal de Turismo Cuenca, Mapa Turístico de Cuenca, {s.a.}
- Fundación Municipal Turismo Cuenca, Ministerio de Turismo, Guía Turística Estar en Cuenca, Cuenca, 2008, 48pg.
- HERNANDEZ, Jenny, MORALES, Jacqueline, Guabizhún como Centro Turístico del Cantón Déleg, Cuenca, 2004, 159pg.
- ITUR, Guía Práctica El Turística, Riobamba, 2005, 53pg.
- Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro. CD Inventario Turístico y Gráfico Azuay y Cañar.

Ministerio de Turismo Gerencia Regional del Chimborazo. Inventario Turístico.

Prefectura del Azuay, Novena del Pase del Niño, 2008.

SANCHEZ, Jairo, Mapa Turístico, Provincia de Bolívar, {s.a.}.

S, DAGANI, Jorge, Curso Gestión Turística, Módulo Empresas en el Sector Turismo y la Gestión Comercial, {s.a.}.

SANTOS, Tristona, Revista Vistazo, Cuenca 450 Años de Fundación, 2007, 54pg.

VALLEJO, Cristina, Guía Turística Este es Ecuador, Quito, Imprenta Mariscal, 2005, 98pg. No. 419.

<http://www.codeso.com/TurismoEcuador/FotosBolivar02.html> 20/Diciembre/2008

<http://www.codeso.com/TurismoEcuador/FotosChimborazo04.html>
20/Diciembre/2008

<http://www.dewfinicion.de/costo/> 09/Diciembre/08

<http://www.flickr.com/photos/recorecuador/435215191> 12/Enero/2009

<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+hosteleria+paquete+turistico.xhtml> 09/Diciembre/08

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta-htm>
09/Diciembre/2008

http://html.rincondelvago.com/guia-turistico_1.html 15/Diciembre/08

<http://www.recorecuador.com/category/ecuador/sierra/bolivar/guaranda>
22/Diciembre/2008

<http://www.viajandox.com/chimbo.htm> 19/Diciembre/2008

http://www.viajandox.com/chim_riobamba_parquemaldonado.htm 12/Enero/2009

INDICE

RESUMEN.....	5
--------------	---

CAPITULO I

Introducción.....	6
1 Conceptos de Paquete Turístico.....	7
1.1 Conceptos de Servicios Turísticos.....	8
1.2 Características de los Paquetes Turísticos.....	9
1.2.1 Por su Organización.....	9
1.2.2 Por su Duración.....	10
1.2.3 Por el Territorio.....	11
1.2.4 Por su Temática.....	11
1.2.5 Por su Modalidad.....	12
1.2.6 Por la Forma de Operación.....	12
1.2.7 Por su Usuario.....	12
1.3 Tipologías Grupales.....	13
1.3.1 Grupos Heterogéneos.....	14
1.3.2 Grupos Homogéneos o Cerrados.....	14
1.4 Clasificación de la Demanda Turística en Función del Tipo de Turismo.....	14
1.4.1 Según los Medios Financieros Disponibles.....	15
1.5 Estructura de las Partes de un Paquete Turístico.....	16
1.5.1 Segmentación del Mercado.....	16
1.5.2 Ventajas y Procedimiento de la Segmentación del Mercado.....	17
1.5.3 Identificación de Mercado.....	17
1.5.3.1 Estudio.....	17

1.5.3.2 Análisis.....	18
1.5.3.3 Preparación de Perfiles.....	18
1.6 Valoración de los Atractivos Turísticos.....	19
1.7 Inventario de Recursos Turísticos.....	19
1.7.1 Estrategias para Salvaguardar el Patrimonio Turístico.....	19
1.7.1.1 Inventario de Recursos Turísticos.....	19
1.7.1.2 Conservación.....	20
1.7.1.3 Protección.....	20
1.7.1.4 Divulgación.....	20
1.7.1.5 Explotación.....	20
1.7.2 Metodología Técnica para Efectuar la Valoración.....	21
1.8 Guión.....	22
1.8.1 Maneras de Preparar las Explicaciones.....	23
1.8.1.1 Esquemáticamente.....	23
1.8.1.2 Sistema Mixto.....	23
1.8.1.3 Utilizar Hojas Sueltas.....	23
1.8.2 Información Vital para el Guía de Ruta.....	24
1.9 Itinerario/Delimitación de Ruta.....	24
1.10 Ruta Turística.....	26
1.10.1 El Objetivo Final.....	27
1.10.2 El Productor.....	27
1.10.3 Los Alcances de su Distribución.....	27
1.10.4 El uso que le dará el Pasajero.....	27
1.10.5 El Espacio que Abarcará.....	28
1.10.6 La Temática que Abordará.....	28

1.10.7 El Tipo de Circuito a Diagramar.....	28
1.10.8 El Nivel de Información a Suministrar.....	28
1.11 Costos.....	29
1.11.1 Gastos Fijos.....	29
1.11.2 Gastos Variables.....	29
1.11.3 Cotización del Producto.....	30
1.11.4 Reglas Básicas para Cotizar.....	30
1.12 Costos de Marketing y Gastos Generales.....	30
1.12.1 Comisión de Minoristas.....	31
1.12.2 Aplicación del Beneficio.....	31
1.12.3 Impuesto al IVA.....	31
1.12.4 Umbral de Rentabilidad.....	31
1.13 Ventas.....	33
1.13.1 Marketing Turístico.....	33
1.13.2 Sistemas de Comunicación.....	33
1.13.2.1 Publicidad.....	33
1.13.2.2 Promoción.....	34
1.13.3 Marketing Directo.....	34
1.13.4 Información Turística.....	34
1.13.5 Las Ferias.....	35
1.13.6 Relaciones Públicas.....	35
Conclusiones.....	37

CAPÍTULO II

Introducción.....	38
Antecedentes o Caracterización del Paquete Turístico.....	40

2 Estructura de un Paquete Turístico.....	42
2.1 Segmentación del Mercado.....	42
2.2 Valoración de los Atractivos Turísticos.....	42
2.3 Guión.....	53
2.3.1 Cuenca.....	53
2.3.1.1 Parque Calderón.....	53
2.3.1.2 Catedral de la Inmaculada Concepción.....	53
2.3.1.3 Catedral Vieja.....	54
2.3.1.4 Corte Superior de Justicia.....	55
2.3.1.5 Edificaciones del Centro Histórico de Cuenca.....	55
2.3.1.6 Casa Paredes Roldan-Museo del Sombrero de Paja Toquilla.....	55
2.3.1.7 Historia del Sombrero de Paja Toquilla.....	56
2.3.1.8 Museo Manuel Agustín Landívar.....	56
2.3.1.9 Sitio Arqueológico de Todos Santos.....	57
2.3.2 Riobamba.....	58
2.3.2.1 Artesanías de Guano.....	58
2.3.2.2 Parque Maldonado.....	59
2.3.2.3 Palacio Municipal.....	59
2.3.2.4 Edificio de la Gobernación.....	59
2.3.2.5 Estación del Ferrocarril.....	60
2.3.2.6 Museo Monasterio de las Conceptas.....	60
2.3.2.7 Casa de Bolívar.....	61
2.3.3 Guaranda.....	61
2.3.3.1 Edificio del Municipio de Guaranda.....	62
2.3.3.2 Catedral de San Pedro de Guaranda.....	62

2.3.3.3 Colina de Cruz Loma.....	62
2.3.3.4 Museo y Centro Cultural del Indio Guaranga.....	63
2.3.3.5 San José de Chimbo.....	63
2.3.3.6 Santuario de La Virgen del Huayco.....	64
2.4 Itinerario.....	65
2.4.1 Delimitación de Ruta.....	67
2.5 Costos.....	68
2.6 Venta.....	70
Tríptico Publicitario.....	72
Conclusiones.....	74
Conclusiones y Recomendaciones.....	75
Bibliografía.....	78
Anexos.....	85

ANEXOS

DISEÑO DEL TRABAJO DE GRADUACION

ELABORACION DEL PAQUETE TURÍSTICO

“EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DEL ECUADOR

DE LAS PROVINCIAS: AZUAY-CHIMBORAZO-BOLÍVAR”

1. Marco Teórico.

El presente trabajo de graduación tiene como objeto diseñar el Paquete Turístico con el Título “En las Ciudades Patrimonio del Ecuador de las Provincias del Azuay-Chimborazo y Bolívar”. Para desarrollar este paquete turístico partiré dando a conocer algunos conceptos los cuales serán muy útiles durante el desarrollo de este trabajo.

Paquete Turístico.

Son servicios turísticos integrados de avión, hotel, visitas y traslados que, al obtener descuentos especiales con los prestadores de servicios, pueden ofrecer viajes que resultan muy atractivos para sus clientes. A su vez, estos paquetes los ofrecen otras agencias de viajes, otorgando una comisión y convirtiéndose, así en organizadores mayoristas de excursiones tanto nacionales como a todas partes del mundo.

(Barcena 5)

Clases de Paquetes Turísticos:

Los Paquetes Turísticos se clasifican de la siguiente manera:

- a.- Por su Organización.- en paquete Standard para grupos, paquetes Standard para individuales, paquetes especiales para grupos y paquetes especiales para individuales.
- b.- Por su Duración.- puede ser vendido para una 1 noche, de 2 a 5 noches y mas de 5 noches.
- c.- Por el Territorio.- los paquetes turísticos pueden ser locales o zonales
- d.- Por su Temática.- los paquetes pueden ser generales y específicos.
- e.- Por su modalidad.- en Itinerarios y Estancia.
- f.- Por la Forma de Operación.- en Eventual y Regional.

g.- Por su Usuario.- en Grupo o Individual”.

(Chan 38 - 46)

Tipologías Grupales.- existen 2 formas de hacer un paquete turístico; la una es con grupos heterogéneos o abiertos y la otra es con grupos homogéneos o cerrados, para saber cómo está conformado cada grupo se indicará a continuación la definición de cada uno de ellos:

1.-Grupos Heterogéneos:

En un circuito organizado los pasajeros pueden haber comprado su viaje por separado en distintas minoristas, sus componentes no se conocen entre ellos, no existe una conciencia de grupo, y aunque sus motivaciones culturales, al igual que sus edades, son generalmente diversas, tienen un objetivo común: el destino de viaje al que asisten. Ejemplo de este tipo de grupo se puede apreciar en cualquier agencia de viajes minorista o mino-majoristas, ya que ofertan un mismo circuito (con características concretas sin diferenciación de los públicos a los que se dirige) adquirido por personas muy variadas y sin conocimiento previo de sus futuros compañeros de viaje.

(Cabo 119)

2.-Grupos Homogéneos o Cerrados:

Se trata de grupos formados antes de comenzar el viaje en los que todos los miembros se conocían y están unidos por un vínculo en común: compañeros de trabajo, miembros de un club, asociaciones (deportistas, musicales, de ocio), por lo que sus edades, cultura, gustos, objetivos, etc. Son muy parecidos o similares.

(119 -120)

Qué entendemos por Patrimonio.- Es lo que se hereda de los padres y de la naturaleza, y lo que queremos heredar a nuestros hijos y a las generaciones futuras.

Conceptos de Patrimonio:

- . Es el conjunto de bienes que caracterizan la creatividad de un pueblo y que distinguen a las sociedades y grupos sociales unos de otros, dándoles su sentido de identidad.

Es el conjunto de elementos naturales con valor excepcional desde el punto de la ciencia y la conservación o de la belleza natural, es el hábitat de especies animales y vegetales y fuente de vida y recursos para la humanidad.

www.ministeriopatrimonio.gov.ec/

Estructura de las partes de un Paquete Turístico

Entre los diferentes elementos que puede tener un paquete turístico están:

1.-Segmentación de Mercado.- “es el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación de mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva”.

www.promonegocios.net/mercadotecnia

2.-Valoración de los Atractivos Turísticos

En la valoración de los atractivos juega un papel importante el inventario turístico.

Inventario Turístico.- “es el catálogo ordenado de los lugares, accidentes naturales y atractivos culturales, así como, la enumeración de los acontecimientos que son o pueden ser mediante una adecuación de interés para la demanda turística”.

(Tesis: “Guabizhún Como Centro Turístico del Cantón Déleg” 25)

Para inventariar los atractivos turísticos se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Clasificación de los Atractivos Turísticos: dentro de estos están los atractivos naturales y los atractivos culturales los mismos que son categorizados según el tipo y subtipo.
- Recopilación de Información
- Registro de la Información
- Evaluación y Jerarquización

3.- Guión.- contiene toda la información necesaria para satisfacer a las preguntas y respuestas que generalmente suelen hacer los turistas, para ello es indispensable tener una información veraz y acertada posible.

“Esquemáticamente. Consiste en un breve apunte que nos recuerda lo que tenemos que decir, con referencias que posibilitan la improvisación. En la mayoría de las ocasiones, el guía de ruta da las explicaciones a través del micrófono, sentado en el asiento delantero, lo que posibilita la consulta de datos y que pueda llevar consigo sus apuntes”.

www.rincondelvago.com/guia-turistico

4.- Itinerario /Delimitación de Ruta

Itinerario.- Es el recorrido en el que se describen los lugares de interés, con fechas de salida, fechas de llegada, lugares a visitar, alojamiento, alimentación, etc.

Ejemplo de un Itinerario:

A GALAPAGOS POR DESCANSO...3 NOCHES Y 4 DIAS Día 1: Isla San Cristóbal: Aeropuerto-Hotel-Playa Man Día 2: León Dormido-Isla Lobos-Puerto Grande o Manglecito-Lobería Día 3: El Progreso-Soledad-Junco-Galapaguera-playa Puerto Chino-Comida Campestre. Día 4: Centro de Interpretación-Aeropuerto Tour Incluye: - Boleto Aéreo (ICARO) - 3 noches de alojamiento en el Hotel Algarrobo - Recepción en el aeropuerto - Alimentación completa - Servicio de guías - Tarifa de extranjeros/tarifa de nacionales Tour no Incluye: - Visita al Centro de Interpretaciones Términos y condiciones
--

Fuente: Certificado del Club Visita Ecuador

5.- Costos.- “el costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio es la suma del costo mas el beneficio)”.

www.definicion.de/costo/

Para realizar correctamente un presupuesto hay que diferenciar gastos fijos y gastos variables para hallar la utilidad o el beneficio.

Gastos Fijos:

Son todos aquellos costes que se dan en la confección y desarrollo de un servicio con un precio determinado previamente, el cual no varía en proporción al número de clientes que utilicen ese servicio; por lo tanto se consideran fijos entre otros gastos el autocar, transporte (cuando es colectivo), chofer, guía local durante las visitas, y marketing, etc.

(Cabo 75)

Gastos Variables:

Son todos los costes que modifican el precio global del servicio cotizado en relación al número de participantes de dicho servicio. Se consideran variables: el transporte regular, el alojamiento utilizado, las entradas a diferentes espectáculos o monumentos, alimentación, etc.

(75 - 76)

Cotización del producto:

Cotizar el producto significa calcular todos los costes y añadir el beneficio estimado hasta obtener el precio de venta al público (PVP) de forma unitaria (por persona).

Los precios de venta al público suelen ofrecerse en los folletos sobre la base de tres temporadas según el índice de ocupación: alta, media y baja, y en ocasiones con diferentes categorías de hoteles.

Reglas básicas para cotizar

Para realizar la cotización de un paquete turístico y para evitar agresivas pérdidas económicas, se debe seguir las siguientes reglas universales:

- Servicio por servicio, Día por Día, Estableciendo precios unitarios (por persona).

(74)

6.-Ventas:

Se supone que es preciso estimular a los consumidores para que compren, para ello, las empresas que ponen en práctica este concepto, utilizan todo un arsenal de herramientas de venta y promoción para estimular más compras.

En síntesis, la definición de venta enfoca la misma desde dos perspectivas diferentes: que son desde la. Perspectiva General. Y desde la Perspectiva de Mercadotecnia

www.promonegocios.net

Para la venta de un producto o servicio es importante conocer cuales son las estrategias de marketing pero para ello comenzaremos definiendo su concepto.

Marketing Turístico:

“Es el conjunto de normas y procedimientos tendientes a satisfacer las necesidades del consumidor de la mejor forma posible a través del intercambio de bienes/servicios. Tiene que cumplir el objetivo del consumidor (satisfacción) y el de la empresa (beneficios, rentabilidad) Esta relación empresa-consumidor se produce en el mercado”.
(S. Degani 1 - 2)

2. Objetivos:

2.1. Objetivo General:

Diseñar el Paquete Turístico “En las Ciudades Patrimonio del Ecuador de las Provincias: Azuay-Chimborazo-Bolívar”, destinado a los Estudiantes de los Sextos Cursos de los Colegios de la Ciudad de Cuenca.

2.2. Objetivos Específicos:

2.2.1. Segmentar el mercado al cual irá dirigido el paquete turístico.

2.2.2. Investigar la valoración de los atractivos turísticos hacer visitados.

2.2.3. Elaborar un guión de los lugares a visitar.

2.2.4. Realizar el itinerario de las actividades a desarrollarse y delimitar la ruta.

2.2.5. Calcular costos del Paquete Turístico.

2.2.6. Diseñar una estrategia de venta para el Paquete Turístico.

3. Elaboración y Ejecución del Paquete Turístico

3.1. Para la Segmentación del Mercado y para que el Paquete tenga la acogida esperada y si el caso lo amerita se aplicará encuestas a algunos estudiantes de los Sextos Cursos de los Colegios de la Ciudad de Cuenca, y de los resultados que arrojen las encuestas conoceré el porcentaje de alumnos que les gustaría realizar un turismo natural y cultural visitando las ciudades Patrimonio del Ecuador.

3.2. Para la Valoración de los Atractivos Turísticos a visitar necesitare conocer la importancia y las características de interés de cada uno de ellos; sean estos: atractivos naturales, culturales, religiosos, arqueológicos, arquitectónicos, históricos, etc. Para lo cual me apoyaré en el diseño de la siguiente ficha:

NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
FOTOGRAFIA:	Atractivo:	Provincia:	Accesos:
	Categoría:	Ciudad:	Latitud:
	Tipo:	Cantón:	Longitud:
	Subtipo:	Parroquia:	UTM:
	Jerarquización:	Altura:	

3.3. En el Guión elaboraré una información general de los lugares a visitar destacando los sitios más representativos como: atractivos naturales, museos, iglesias, monumentos, plazas, edificios, lugares de esparcimiento, restaurantes, alojamiento. Es decir será una información clara y concreta que me servirá de mucha utilidad como guía de turismo.

3.4. El Itinerario constará de fechas, días y horas de todas las actividades a realizarse como: sitios a visitar, lugares de alojamiento, de alimentación, transporte, costo del tour, que incluye/que no incluye, términos y condiciones Para que los estudiantes tengan una idea general del plan de actividades que van ha desarrollar y de los servicios que se les esta ofreciendo.

3.5. Para calcular el Costo del Paquete Turístico realizaré un desglose de los servicios a ofrecer analizando los costos fijos y costos variables y con estos datos formularé el costo beneficio para obtener el precio de venta al publico y a la vez conoceré cual va hacer mi ganancia a tener mediante el número de paquetes a vender.

3.6. Para la Venta del Paquete Turístico: este paquete será elaborado para estudiantes de los sextos cursos y como estrategia de venta diseñaré un tríptico publicitario que

estímule la compra y llegue a este tipo de público que sería un público homogéneo que guste del turismo cultural y natural.

Para diseñar el tríptico tendré en cuenta los siguientes aspectos:

- Motivación principal del viaje
- Indicar el mercado al cual va dirigido
- Fotografías de los lugares a visitar
- Texto descriptivo del viaje
- Fechas de salida y horarios
- Costo por pax o por grupo
- Indicando lo que esta o no incluido.
- Recomendaciones

4. PLAN DE ACTIVIDADES:

Para el plan de actividades seguiré la siguiente matriz en el que consta de: actividades, cantidad, duración, costos, medios de verificación y factores de riesgo.

ACTIVIDADES:	CANTI- DAD:	DURACION:	COSTOS:	MEDIOS DE VERIFICACION:	FACTORES DE RIESGO:
Recopilación de Información Bibliográfica/ Internet	—	29Nov-15Dic-08	15	Documentos	Datos no Actualizados
Depurar Información	—	30Nov-16Dic-08	4	Informe	Información Insuficiente
Aplicación de Encuestas	--	10-Dic-19	10	Encuestas	Falta de Tiempo
Segmentar el Mercado	1	08-Dic-15	15	Encuestas	Falta de Tiempo
Buscar Fichas de valoración de los atractivos	—	09-18Dic-08	6	Fichas de Valoración	Levantar Fichas
Selección de Atractivos	—	09-17Dic-08	5	Guión	No haber Información de algún Atractivo
Tomar Fotografías	—	10-15Dic-08	—	Fichas	No fotografiar las que están fuera de la Ciudad
Elaboración del Guión	1	09-17Dic-08	4	Guión	Poca Información
Elaboración del Itinerario	1	09-18Dic-08	8	Itinerario	Buscar mas Información
Calculo de Costos	1	18-26Dic-08	5	Paquete	Averiguar Precios
Armado del Paquete	1	27-30Dic-08	100	Costo	Tiempo
Propuesta del Diseño de un Tríptico Publicitario	1	31Dic-05Ene-09	18	Tríptico	Falta de Tiempo y Dificultad Económica

5. CRONOGRAMA:

Para el cronograma seguiré el siguiente esquema en el que constan las actividades que se desarrollaran según la semana que corresponda a cada mes.

ACTIVIDADES:	NOVIEMBRE:				DICIEMBRE:				ENERO:			
Recopilación de Información Bibliográfica/ Internet				X	X	X	X					
Depurar Información				X	X	X	X					
Aplicación de Encuestas						X	X					
Segmentar el Mercado						X						
Buscar Fichas de valoración de los atractivos						X	X					
Selección de Atractivos						X	X					
Tomar Fotografías						X	X					
Elaboración del Guión						X	X					
Elaboración del Itinerario						X	X					
Calculo de Costos							X	X				
Armado del Paquete								X	X			
Propuesta del Diseño de un Tríptico Publicitario									X	X	X	

6. BIBLIOGRAFIA:

- ALVAREZ, Francisco, Serie de Guías Educativas Didácticas 2 Procesos Cuenca Patrimonio Vivo, Graficas Hernández, 35pg. [s.a]
- BARCENA, Alejandro, GONZALES, Patricia, Contabilidad de Agencias de Viajes, México, D.F., Banca y Comercio, 1991, 51pg, Primera Edición
- CABO, Nadal, Mónica, Asistencia y Guía de Grupos
- CELLERI, Mónica, HERNANDEZ, Daniel, OCHOA Iván, VANEGAS, Juan Pablo, Estar en Cuenca, Guía Turística, Cuenca, Imprenta Monsalve Moreno, 2008, 48pg.
- CHAN, Nélica, Circuitos Turísticos, Argentina, 1994, 195pg, Segunda Edición.
- DAHDA, Jorge, Publicidad Turística”, México, Editorial Trillas, 1992.
- S. DEGANI, Jorge, Curso Gestión Turísticas, Módulo Empresas en el Sector Turismo y la Gestión Comercial, [s.a]
- TESIS, Guabizhún Como Centro Turístico del Cantón Déleg, HERNANDEZ, Jenny, MORALES, Jacqueline, Cuenca, 159pg.
- VALLEJO, Cristina, Guía Turística, Este es Ecuador, Quito, Imprenta Mariscal, 2005, 98pg, No. 419
- <http://www.definicion.de/costo/> 09/Diciembre/2008
- http://www.ministeriopatrimonio.gov.ec/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=21&Itemid=275/ 16/Diciembre/2008
- <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+hosteleria+paquete+turistico.shtml> 09/Diciembre/2008
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm> 09/Diciembre/2008
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentación-del-mercado> 09/Diciembre/2008
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm> 09/Diciembre/2008

