



Universidad del Azuay

CUENCA

Facultad de Filosofía Escuela de Turismo

Nombre

Alexandra Córdova

Director de Tesis:

Natalia Rincón

Tema:

*Paquete Turístico: Mi viaje Soft de Relajación
en Sierra Centro y Oriente*

2008-2009

Introducción:

Ecuador es un país que cuenta con una riqueza infinita de lugares hermosos para visitar y tenemos que transmitir a nivel nacional e internacional de todo lo que tiene para que se lo conozca, ya que no hay mejor publicidad que un turista satisfecho con los lugares y servicios visitados.

Los paquetes turísticos han sido implementados para que los pasajeros no tengan que preocuparse de nada en el viaje y simplemente se limiten a disfrutar de un viaje que les ayude a descansar, saliendo de la cotidianidad y viviendo experiencias únicas que las lleve siempre como un recuerdo satisfactorio.

ABSTRAC

Mi viaje Soft de Relajación en sierra centro y oriente es un paquete turístico que busca combatir uno de los problemas más grandes en la actualidad que es el Estrés, cabe destacar que no es un término actual este problema viene ya desde años atrás pero se ha ido agravando con el paso del tiempo sobre todo por el trabajo a presión que muchas veces genera este problema del cual luego se desencadenan muchos daños físicos y psicológicos.

Con la compra de este paquete podrás ir de viaje y al mismo tiempo descansar para que regrese a tu vida cotidiana con total disposición y lleno de energías, disfrutando de la belleza de nuestro país por las ciudades más lindas de la sierra y el oriente, sin tener que preocuparte por nada; el viaje incluye transporte, alojamiento, alimentación completa, guía, masaje y entradas a los lugares a visitar. (Bailoterapia opcional)

Es una experiencia única que nunca olvidarás.. Recuerda que nadie te quita lo viajado.

ABSTRAC

The soft relaxation trip in the central Ecuadorian Andes and Amazon region is a tourist package looking to combat one of the biggest current problems, Stress.

Although stress is a current issue, it is a problem that has been getting worse for many years, mainly due to increasing pressure at work. Stress can lead to further psychological trouble.

By buying this package, you will be able to travel and rest at the same time, helping you return to your daily life refreshed and full of energy. You will enjoy the beauty of our country through the most beautiful cities of the Andes and the jungle without having to worry about a thing; the trip includes transportation, accommodation, all meals, a guide, massages and entrance fees (dance therapy is optional).

It is a unique experience that you will never forget. Remember, nobody takes away your memories.

Agradecimiento

Para la realización de esta monografía agradezco a mis profesores Carlos Delgado, Natalia Rincón, Narcisa Ullauri, Omar Delgado y Miguel San Golqui que han sido los promotores de este curso de guía que nos ha permitido desarrollar este paquete asesorándonos en todo lo que hemos necesitado con total responsabilidad y entrega.

Dedicatoria

Dedico esta monografía con mucho cariño a
mis padres que han sido quienes siempre han
estado apoyando en toda mi carrera a través de
estos años y quienes me han incentivado
siempre a superarme.

INDICE

Tema	Página.
1.1. Concepto de Marco Teórico	5
1.2. Clases de Paquete Turístico	6
1.3. Estructura del Paquete Turístico	8
1.3.1 Segmentación del Mercado	8
1.3.2 Valoración de los Atractivos	12
1.3.3 Guion	12
1.3.4 Itinerarios	12
1.3.5 Costos	13
1.3.6 Venta	13
1.4. Características del Paquete Turístico	17
Objetivos	
2.1. Objetivos Generales	18
2.2. Objetivos Específicos	18
Elaboración y ejecución de Paquete	
3.1. Antecedentes Históricos del Estrés	19
3.1.2 Estrés y Diestrés	20

3.1.3 Problemas del Estrés	20
3.1.4 La problemática del estrés Laboral y sus causas.....	21
3.1.5 Relajación	22
3.2. Mapa de Ruta	24
3.3. Segmentación de Mercado	24
3.4. Valoración de los Atractivos	25
3.5. Guión	27
3.5.1 Ambato	27
3.5.2 Baños de Agua Santa	28
3.5.3 Puyo	31
3.5.4 Riobamba	32
3.6. Itinerario	33
3.7. Costos	35
3.7.1 Margen de Contribución	36
3.7.2 Costos Fijos	37
3.7.3 Punto de Equilibrio	37
3.7.4 Tasa de rendimiento de ventas.....	38

3.7.5 Cuadro de resultados	38
3.8. Ventas	39
4.1. Plan de Actividades	41
5.1. Cronograma	41
6.1. Conclusión	42
7.1 Bibliografía	43

Mi viaje Soft de Relajación en Sierra centro y Oriente

1. Marco Teórico

Al paquete turístico se lo define de diferentes formas, algunas de ellas detalladas a continuación:

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

“Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por un cliente individual o grupal (sin importar el número de personas). Normalmente incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones y otros”. (www.rainforest-alliance.org)

“Viaje en el que se vende por un precio global un conjunto de servicios, comprendiendo generalmente el transporte, el alojamiento y otros servicios complementarios”. (www.conocimientosweb.net)

“El conjunto de bienes y servicios que se comercializan como un todo o marca y se vende con un precio unitario. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones”. (www.dmsjuridica.com)

“Los paquetes turísticos básicos contienen estadía y boleto aéreo. También podemos encontrar aquellos paquetes que contienen estadía, boletos, transporte, excursiones y en muchos casos las comidas dependiendo del hotel. Y del paquete, por supuesto”.

(www.rincondelvago.com)

En el aspecto personal considero que un Paquete Turístico es aquel el cual el turista lo adquiere por un precio global ya sea en grupo o individual que contiene los servicios de alojamiento, transporte y alimentación por el cual la persona no deberá preocuparse más que por la cancelación y disfrutar del mismo. Muchos de ellos incluyen servicios adicionales como guía, visitas a museos, parques, etc.

1.2. Clases de Paquetes Turísticos

“Los paquetes turísticos se clasifican de acuerdo ha:

1. La organización de la prestación: Estos viajes pueden presentarse como estándar o especiales y pueden cubrir la modalidad de viaje de estancia.

Estándar: se ajustan a modelos o patrón único concebidos para el consumo masivo.

Especiales: son aquellos como su nombre lo indica se producen de acuerdo a la solicitud del cliente, tomando en cuenta sus preferencias y necesidades particulares

2. La modalidad del viaje: esto significa por modo de modelo a seguir de acuerdo a lo ofertado.

3. La duración del programa: son distintos tours con un tiempo específico de duración cada uno como por ejemplo hay viajes de 1, 2,3, y hasta 4 días, también podemos clasificar a los denominados de fin de semana, o hasta de meses esto depende o se especifica en el paquete y depende de cuan largo desee el pasajero.

4. El territorio recorrido: según el recorrido de territorio se dividen en:

Locales: son aquellos que se realizan dentro de una ciudad o una localidad determinada.

Los zonales: son programas cuyos circuitos abarcan el área geográfica inmediata al centro turístico. Si bien no existe un límite preciso que defina dicha área, se toma como tal al espacio alcanzable por vía terrestre luego de un recorrido de dos horas.

5. La temática:

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

Específicos: son aquellos cuyos itinerarios abordan temas únicos, e incorporan en su visita solo aquellos atractivos que se relacionan directamente con dichos temas.ejm. Visitas históricas, arquitectónicas, de aventura.etc.

6. La forma de operación: por modo de opera el paquete o modo de trabajo que posea el prestamista del servicio.

7. Los usuarios del producto: esto es determinado por el tipo de persona que compra el paquete por ejemplo: Tercera edad, fun trip, jóvenes de aventura, etc.(Basado en el Libro Circuitos Turísticos, Programación y cotización de Nally Da Chan)

1.3. Estructura del Paquete Turístico

Para elaborar un Paquete turístico debemos desarrollar los siguientes puntos:

1. Segmentación del Mercado
2. Valoración de atractivos turísticos
3. Guion de los lugares a visitar
4. Itinerario
5. Costos
6. Ventas

Un paquete turístico no es una ruta ya que la ruta tiene como finalidad iniciar en punto y que la llegada no coincida en un mismo lugar. Por lo general se usa para dar a conocer un determinado espacio en forma de visitas de corta duración y enlazar distintos puntos cercanos con el fin de producir una sinergia entre ellos. En cambio el paquete turístico inicia en punto, realiza la visita a los lugares establecidos y regresa al lugar donde inicio su partida; además este incluye servicios turísticos con un precio final lo cual la ruta no posee.

1.3.1. Segmentación del Mercado

La segmentación de mercados es un proceso de división del mercado en grupos y subgrupos de compradores homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma más efectiva sus

necesidades, intereses y preferencias, delimitando al tipo de personas que será dirigido el proyecto. Para poder realizar una segmentación eficaz deberemos tener en cuenta los siguientes puntos:

- Identificar el potencial de compra.
- Accesibles: Ser efectivamente alcanzados y servidos.
- Sustanciales: Ser lo suficientemente grandes para ser rentables.
- Originales en sus comportamientos de compra o uso del producto.
- Posibles de servir.
- Defendibles.

Para segmentar un mercado debemos tener en cuenta diferentes criterios entre los que se encuentran:

“Criterios generales: sirven para dividir cualquier población o grupo de personas con independencia de sus pautas de compra o consumo, y del producto o servicio considerado.

Criterios específicos: se refieren a comportamientos de compra o de uso o consumo del producto.

Además de los criterios se debe considerar las variables:

- Variables demográficas: Sexo, edad, estado civil, tamaño del hogar.
- Variables socioeconómicas: Renta, ocupación, nivel de estudios. Se suelen combinar estas variables con la clase social.
- Variables geográficas: Nación, región, hábitat.

Variables subjetivos

- Variables psicográficas: La personalidad y los estilos de vida.

Variables objetivos

- Segmentación por uso. Grandes usuarios, medianos, ocasionales, irregulares no usuarios.

Variables específicas subjetivas

- Segmentación por beneficio. Hace referencia al beneficio buscado por el consumidor.
- Actitudes, percepciones y preferencias. Muy cambiantes.” (www.winred.com)

Estrategia de segmentación

Consiste en dividir el mercado en grupo de compradores que buscan un mismo producto satisfaciendo una necesidad.

Desde los años 60 la empresa se empieza a dar cuenta de la necesidad de segmentar al mercado.

Se divide el mercado total de un producto o servicio, en un cierto número de subconjuntos homogéneos referentes a hábitos, necesidades y gustos de sus componentes, que se denominan segmentos. La finalidad es permitir a las empresas realizar estrategias de marketing y ya no solo hablamos de una segmentación sino que de ella se deriva una micro segmentación.

La competencia ha hecho que los productos y servicios cada vez se vuelvan más parte de sus necesidades y los factores que han determinado el desarrollo de la segmentación son los siguientes:

- Cambios sociales: Cambios sociales que provocan una mayor heterogeneidad social que provoca el tener que dirigirse a segmentos más precisos.
- La evolución tecnológica: Crea nuevas necesidades a cada individuo.
- La competencia

Estas segmentaciones provocan las siguientes ventajas:

- Reconocer la importancia de cada segmento para mejorarlo o a su vez subdividirlo.
- Crear nuevas oportunidades que ofrece el mercado
- Satisfacer gustos y necesidades de grupos grandes y segmentos.
- Estrategias y presupuestos basados en una información más fiable para cada segmento específico y realizar previsiones con más fundamento.
- Realizar adecuadamente los mensajes publicitarios y los medios utilizados con las características y hábitos de cada segmento.

Segmentación y Estrategias

En función de la segmentación tenemos tres estrategias posibles:

- La estrategia indiferenciada: precio económico más accesible al mercado.
- La estrategia diferenciada: diferencia estrategias y productos por segmento. Se adecua mejor la oferta a los segmentos y se pueden conseguir mejores ventas incrementando ganancias. Es posible aumentar precio pero tenemos en cuenta que también esta mayor beneficio económico

- La estrategia concentrada: en un sector concreto, obteniendo un mejor conocimiento de nuestros consumidores”. (basado en www.marketinet.com/Segmentacióndemercado)

1.3.2. Valoración de los atractivos

A un atractivo se lo valora primeramente determinando si es un bien tangible o intangible, luego se determina su ubicación de acuerdo a: ciudad, cantón, parroquia, altura, latitud, longitud, y se determina el nivel de jerarquización que va del uno al cuatro.

Después de haber determinado dichos puntos se determina una resumida información del lugar conjuntamente con fotografías de la zona que demuestren el valor que poseen para considerarse un atractivo.

1.3.3. Guion

Explicación concisa sobre un determinado tema, puede ser de historia, política, economía o una posterior excursión. (Glosario Turístico, Narcisa Ullauri, Dionisio Domínguez Izquierdo, Serie: Cuadernos de Docencia N.-16)

La misma que es transmitida al visitante para informar sobre determinado tema.

1.3.4. Itinerarios

Es un esquema que nos permite organizarnos, regirnos o dirigimos el cual contiene la visita a diferentes atractivos a los cuales se pretende ir en un tiempo determinado para poder conocer la mayoría de atractivos posibles y de acuerdo a lo establecido es decir es un método de organización.

1.3.5. Costos

El negocio, consiste básicamente en satisfacer necesidades y deseos del cliente, en este caso del turista o visitante vendiéndole un servicio por más dinero de lo que **cuesta** realmente.

La ventaja que se obtiene con el precio, un valor cubre todo lo gastado y la utilidad es el margen de mas que tiene el precio.

Para establecer los precio es muy importante basarnos en los precios de la competencia para ofrecer un mismo o mejor precio. Conocer los costos de la empresa es un elemento clave de la correcta gestión empresarial, para que el esfuerzo y la energía que se invierte en la empresa den los frutos esperados.

Para que la colocación de un precio sea satisfactoria existen tres importantes aspectos:

1. Conocer cuáles son las consecuencias técnicas de la decisión tomada.
2. Evaluar las incidencias en los costos de la empresa.
3. Impacto en el mercado que atiende la empresa.

Como se ve, el cálculo de costo es uno de los instrumentos más importantes para una adecuada marcha de la empresa. (Basado en www.infomipyme.com)

1.3.6. Venta

Las empresas turísticas deben considerar que:

1. El consumidor necesita una adecuada información y orientación.

2. Un buen agente de venta debe conocer los problemas que pueden surgirle a su cliente y debe prestar atención a la experiencia obtenida de los problemas antes suscitados como los legislativos y el comportamiento del consumidor en cuanto a cultura, conducta de consumo y gastos, gustos y preferencias y características sociales.
 3. El vender es un objetivo realizado.
 4. Los deberes del agente de ventas obedecen a tres actividades:
 - a. **Actividades de ventas:** El producto debe ser el mismo que se le fue ofrecido al comprador no podrá ser engañado o decepcionado esta causara disminución de clientes.
 - b. **Actividades de servicio:** La persona debe ser atendida en todas sus necesidades desde el momento en que hace contacto por primera vez con el agente de ventas hasta después que haya hecho uso del servicio.
- I. Actividades de inteligencia:** La agencia debe realizar estudios de mercado producto, promoción y publicidad utilizada, la relación oferta demanda y los efectos de los precios del producto vendido. Debe, además, determinar los niveles que tan satisfecho quedo al turista.
- II. Previsión de ventas.**
- a. La venta de la empresa turística calcula sobre las bases de los estudios de mercadotecnia. En este sentido deben ser considerados los siguientes conceptos generales: (Basado en www.monografias.com/ventas)
1. **“Cuota de ventas:** Es la meta de ventas exigida para la empresa, para una división de la empresa o para un agente.

2. **Presupuesto de ventas:** Es el cálculo conservador del flujo esperado de visitantes (volumen estimado de ventas) con el propósito de:
- b. **Decisiones internas:** Tomar decisiones internas sobre la inversión en la operación y compras de bienes y servicios relacionados; tales como, transporte, alojamiento, alimentación y bebidas y acondicionamiento de la planta turística. En este sentido, la participación del sector público es de vital importancia debido a su responsabilidad con el acondicionamiento de la planta turística; básicamente en el funcionamiento apropiado de los servicios públicos.
 - c. **Volumen de producción de bienes servicio:** Este procedimiento permitirá determinar la capacidad de planta turística, de transportes y servicios de alimentación y bebidas de acuerdo a los niveles de ocupación estimados.
 - d. **Presupuestos financieros:** Permiten determinar el capital de trabajo necesario para financiar las operaciones de la empresa de acuerdo a los estimados de la firma.” (www.monografias.com/ventas)

Los Canales de Distribución.

Los Canales de Distribución son todos los medios de los cuales se vale la empresa que brinda bienes o servicios, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

Gran parte de las satisfacciones, que los productos proporcionan a la clientela, se debe a Canales de Distribución bien escogidos y mantenidos.

Además los Canales de Distribución aportan a la Mercadotecnia las utilidades espaciales, temporal y de propiedad a los productos que comercializan.

Tanto los Canales de Distribución en Mercadotecnia son tan infinitos como, los métodos de Distribución de los productos.

En síntesis podemos decir, que los Canales de Distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.” (www.monografias.com/canalesdedistribucion)

Algunos ejemplos de los canales de distribución son:

- Directos: como la de los bancos, los seguros, industriales, etc.
- Cortos: de bienes materiales como muebles, grandes almacenes, grandes superficies, coches, etc.
- Largos: como los de las hostelería, tiendas de barrio, etc.
- Dobles: máster franquicias, importadores exclusivos, como por ejemplo Mac Donalds, etc.

Funciones de los canales de distribución

- “Centralizan decisiones básicas de la comercialización.
- Participan en la financiación de los productos.
- Contribuyen a reducir costes en los productos debido a que facilitan almacenaje, transporte...
- Se convierten en una partida del activo para el fabricante.
- Intervienen en la fijación de precios, aconsejando el más adecuado.

- Tienen una gran información sobre el producto, competencia y mercado.
- Participan activamente en actividades de promoción.
- Posicionan al producto en el lugar que consideran más adecuado.
- Intervienen directa o indirectamente en el servicio posventa.
- Colaboran en la imagen de la empresa.
- Actúan como fuerza de ventas de la fábrica.
- Reducen los gastos de control.
- Contribuyen a la racionalización profesional de la gestión.
- Venden productos en lugares de difícil acceso y no rentables al fabricante.
- Etcétera.” (www.marketing.com/canalesdedistribucion)

1.4. Características del Paquete Turístico

El paquete turístico se caracteriza por llevar en su contenido:

- Atractivos turísticos: Los atractivos turísticos son todos aquellos que constituyen un lugar de visita.
- Planta Turística: La planta turística está conformada por los servicios que se venden a los turistas, que son alojamiento, alimentación, transporte y guía, con el fin de satisfacer sus necesidades
- Infraestructura Turística: Son los servicios básicos: agua, luz, teléfono, internet, etc.

Estos puntos se unen para brindar un viaje del cual el turista estará sujeto a un itinerario preestablecido el mismo que será cumplido a cabalidad durante todo el viaje y por el cual se cancelara un costo que se grupal o individual si fuera el caso.

Un paquete turístico enlaza varios atractivos ya sea en diferentes lugares o en un mismo sitio el cual permite conseguir el objetivo del viaje como por ejemplo relajación, investigación, paseo, etc.

La finalidad del paquete turístico es que el viajero no tenga que preocuparse por ningún motivo y la persona que brinda el paquete turístico tendrá todo organizado y definido de acuerdo a lo ofertado. Por ningún motivo deberá ser cambiado lo ofertado en el paquete.

Si el paquete incluyera guía turístico este será el encargado de transmitir la información de los atractivos turísticos y confrontar todos aquellos inconvenientes que en el desarrollo del

2. Objetivos

2.1. Objetivo General:

- ✚ Crear un paquete turístico para que las personas se relajen, denominada Mi viaje Soft de relajación dirigido a personas adultas.

2.2. Objetivo Especifico

- ✚ Determinar el Segmento de Mercado al cual será dirigido el paquete.
- ✚ Valorar y determinar los atractivos a visitarse de acuerdo al recorrido a realizar
- ✚ Realizar un guión de los lugares que se va a visitar.
- ✚ Determinar un itinerario de visita a lugares determinados.
- ✚ Ofertar un costo competitivo del paquete turístico con todos los servicios incluidos.

- ✚ Determinar los canales por los cuales se ofertara el paquete turístico.

3.1.Elaboración y ejecución del paquete

3.1. Antecedentes históricos del estrés

“El primer concepto de estrés fue formulado por el neurólogo y fisiólogo norteamericano Walter Cannon, quien en 1929, lo definió como una reacción de lucha o huída ante situaciones amenazantes, postulando que su biología dependía de la estimulación del sistema simpático-adrenal.

Hans Selye años más tarde, planteó que la respuesta al estrés no era específica y propuso hablar de un "síndrome general de adaptación", agregando, en 1974, dos conceptos diferentes a tener en cuenta: el de estrés, para designar al sistema de respuesta normal con el cual convivimos, versus el de distrés, como el sistema de respuesta anormal o patológica. Mason, en 1968, hizo un aporte muy interesante al decir que el estresor, es decir el estímulo estresante, debe ser inédito, y que para que el mismo produzca una respuesta, debe haber sido previamente evaluado cognitivamente por el individuo. Es decir, que no influye tanto el estresor en sí mismo, sino la evaluación que se realice de esa situación de amenaza. Cualquier suceso que genere una respuesta emocional, puede causar estrés. Esto incluye tanto situaciones positivas (el nacimiento de un hijo, matrimonio) como negativas (pérdida del empleo, muerte de un familiar). Asimismo, situaciones que provocan estrés en una persona pueden ser insignificantes para otra.”(www.hemera.com.ar)

De acuerdo a lo definido por Walter Cannon y Hans Selye el estrés no es un fenómeno del siglo XXI ya que desde el año 1929 ya se hablaba de este problema, pero en los últimos

tiempos se ha radicado con mayor firmeza por la carga horaria e incluso por el trabajo exagerado que no permite que el cuerpo descanse lo necesario y produciendo diferentes efectos en cada individuo.

3.1.2. Estrés y Distrés

“El estrés es la respuesta adaptativa del organismo en un nivel físico, mental y emocional a los estímulos. Por tanto, cierto grado de estrés es necesario ya que motiva y puede ayudar a las personas a ser más productivas o competitivas. Un determinado grado de estrés estimula el organismo y permite que éste alcance su objetivo, volviendo a la normalidad cuando el estímulo ha cesado. Sin embargo, cuando los sucesos estresantes de la vida, ya sean de orden físico o psíquico, superan nuestra capacidad para afrontarlos hablamos de distrés, es decir, el estrés que se produce cuando los estímulos superan nuestra capacidad de respuesta y adaptación, el cual, con el tiempo puede ser dañino para la mente y el cuerpo. El distrés puede predisponer a la persona a tener una salud general deficiente, al igual que enfermedades físicas y psicológicas específicas tales como infecciones, enfermedades cardíacas o depresión. Pero como dijimos anteriormente, antes de llegar al distrés o estrés patológico, se produce una respuesta normal o fisiológica.” (www.hemera.com.ar)

Entonces de acuerdo a los estudios el estrés en mínimas cantidades ayuda a la persona a desarrollar un sentido de superación que es beneficio para ella pero si este es en exceso no solo afecta su salud física sino también mental.

3.1.3 Problemas de estrés

Algunas de las enfermedades producidas por el estrés son:

- **Cardiovasculares:** cardiopatías, hipertensión arterial, infarto.

- ⊕ **Músculo esqueléticas:** lumbalgias, tendinitis, cervicobraquialgias, fibromialgias.
- ⊕ **Emocionales:** irritabilidad, depresión, ansiedad, insomnio.
- ⊕ **Dermatológicas:** dermatitis, reacciones alérgicas.
- ⊕ **Sexuales y ginecológicas:** disfunción eréctil, anorgasmia, amenorrea.
- ⊕ **Gastrointestinales:** dispepsia, úlcera, diarrea, cólicos, colitis ulcerosa.

Asimismo, muchas enfermedades autoinmunes, neuroendocrinas y otros desequilibrios psicofisiológicos tienen como elemento en común al estrés, que predispone, acelera y empeora el desarrollo de estos padecimientos.

3.1.4. La problemática del estrés laboral y sus causas

El mundo actual implica grandes cambios, con ritmos de vida acelerado, mayor demanda de competencia y especialización. Cada trabajo en la actualidad implica responsabilidad, agilidad, presión, desarrollo y entrega en el mismo, factores que implican que las personas se preocupen demasiado de ello sobre todo por la actual situación económica que ha convertido al trabajo en una necesidad.

La gran mayoría de empresas están basadas sus objetivos en metas que deben cumplir los empleados, la rapidez de entrega de bienes o servicios, la demanda y la competencia influyen para que no se le dé la importancia necesaria a la salud del empleado siendo la principal finalidad la de generar dinero.

Los factores estresantes pueden aparecer prácticamente en cualquier ocupación, profesión o puesto de trabajo y en cualquier circunstancia en que se somete a ese individuo a una carga a la que no puede ajustarse rápidamente. En definitiva, el estrés en el trabajo es un fenómeno tan variado y complejo como la propia vida.

Los principales factores son:

- ✚ Factores intrínsecos al propio trabajo, tales como: las condiciones físicas en que se realiza, la sobrecarga laboral, disponibilidad de recursos, el contenido de trabajo y otros.
- ✚ Factores relacionados con el desempeño de roles, por ejemplo: ambigüedad del rol, conflicto de roles, exceso o falta de responsabilidad, etc.
- ✚ Factores relacionados con las relaciones interpersonales que se generan en la vida laboral.
- ✚ Factores relacionados con el desarrollo de la carrera profesional, por ejemplo: falta de congruencia, falta de competencia para desempeñar el puesto ocupado.
- ✚ Factores relacionados con la estructura y el clima organizacional, como son: falta de participación en la toma de decisiones, carencia de autonomía, etc. (Basado en la teoría de González Cabanach 1998)

3.1.5 Relajación

La relajación es un método utilizado por la gran demanda que exige el ritmo de vida actual, es una técnica de psicología que permite que el cuerpo se encuentre en un estado de reposo.

“La práctica de la relajación nos aporta múltiples beneficios:

- Aumento del nivel de conciencia
- Mayor nivel de reposo. Descanso más profundo.
- Más salud.

- Más resistencia frente a las enfermedades.
- Equilibrio en la tensión arterial.
- Mejor oxigenación.
- Aumento del nivel de energía, vitalidad.
- Superior nivel de recuperación tras los esfuerzos.
- Predominio de los pensamientos positivos.
- Resistencia frente a hábitos erróneos: fumar, alcohol, comidas excesivas, etc.
- Disminución del estrés.
- Mayor capacidad de aprendizaje.
- Mejora de la capacidad de recordar datos. ” (www.psicologiaonline.com)

3.2. Mapa de la Ruta

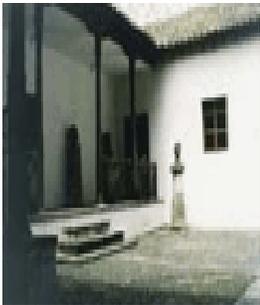


3.3. Segmento de Mercado

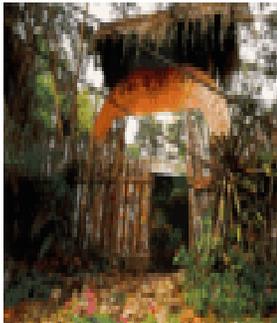
Este tour está dirigido a un segmento de mercado Homogéneo para hombres y mujeres desde los 20 años en adelante que gusten de la relajación y la convivencia con la naturaleza para dejar de lado el estrés y la rutina.

3.4. Valoración de los atractivos

<p style="text-align: center;">ECO ZOOLOGICO SAN MARTIN</p> 	ATRACTIVO:	Eco zoológico San Martín
	CATEGORIA:	Natural
	TIPO:	Zoologico
	SUBTIPO:	Visitacion de animales
	JERARQUIZACION:	3
	PROVINCIA	Tungurahua
	CIUDAD:	Ambato
	CANTON:	Baños de Agua Santa
	PARROQUIA:	San Martín
	ALTURA:	2577 msnm
	ACCESOS:	San Vicente / Iligua
	LATITUD:	S1°14'30"
	LONGITUD:	W78° 37'11"
	UTM:	5

<p style="text-align: center;">Casa de Montalvo</p> 	ATRACTIVO:	Casa de Montalvo
	CATEGORIA:	Cultural
	TIPO:	Museo
	SUBTIPO:	Historia
	JERARQUIZACION:	2
	PROVINCIA	Tungurahua
	CIUDAD:	Ambato
	CANTON:	Ambato
	ALTURA:	2577 msnm
	ACCESOS:	Calle Montalvo N° 03-50 y Bolívar esquina
	LATITUD:	S1°14'30"
	LONGITUD:	W78° 37'11"
	UTM:	5

<p style="text-align: center;">Volcan Tungurahua</p> 	ATRACTIVO:	Volcan tungurahua
	CATEGORIA:	Natural
	TIPO:	Montaña
	SUBTIPO:	Atractivo natural
	JERARQUIZACION:	2
	PROVINCIA	Tungurahua
	CIUDAD:	Ambato
	CANTON:	Baños de Agua Santa
	ALTURA:	5023 msnm
	ACCESOS:	Sector de la Florida
	LATITUD:	S1°28'
	LONGITUD:	W78° 27'
	UTM:	5

<p style="text-align: center;">OMAERE</p> 	ATRACTIVO:	OMAERE
	CATEGORIA:	Natural
	TIPO:	Parque Botanico
	SUBTIPO:	Vegetacion
	JERARQUIZACION:	2
	PROVINCIA	Pastaza
	CIUDAD:	Puyo
	CANTON:	Puyo
	ALTURA:	950 msnm
	ACCESOS:	Ambato-Baños-Puyo.
		Troncal Amazónica en construccion
	LATITUD:	S1°10'
	LONGITUD:	W78° 10'
UTM:	5	

<p style="text-align: center;">IGLESIA BALBANERA</p> 	ATRACTIVO:	Balbanera
	CATEGORIA:	Cultural
	TIPO:	Arquitectura
	SUBTIPO:	Arte Religioso
	JERARQUIZACION:	2
	PROVINCIA	Chimborazo
	CIUDAD:	Riobamba
	PARROQUIA:	Colta
	ALTURA:	3398 msnm
	ACCESOS:	Panamericana
	LATITUD:	S1°07'
	LONGITUD:	W78° 75'
	UTM:	5

<p style="text-align: center;">SAN PEDRO DE ALAUSI</p> 	ATRACTIVO:	Cristo de Alausi
	CATEGORIA:	Cultural
	TIPO:	Monumento
	SUBTIPO:	Monumento Religioso
	JERARQUIZACION:	2
	PROVINCIA	Chimborazo
	CIUDAD:	Riobamba
	CANTON:	Alausi
	ALTURA:	2.340 msnm
	ACCESOS:	Panamericana Norte vía asfaltada
	LATITUD:	S20°10'
	LONGITUD:	w81°18'
	UTM:	5

3.5. Guion

3.5.1 Ambato

En Ambato se realizara una pequeña visita por la ciudad destacando dos bellas Quintas que pertenecieron a las Ilustres familias de Los Mera y Los Martínez, herencia de sus artífices, Juan León Mera y Luís A. Martínez y constituyen una de las reservas botánicas más importantes del País, este parque tiene una extensión de 14 hectáreas ubicada en la Avenida circunvalación Atocha y cuenta con el hábitat de más de 200 especies de plantas superiores, que de acuerdo con la nomenclatura científica se las puede agrupar en 151 géneros y 79 familias botánicas.

Este parque es uno de los pocos atractivos turísticos que administra el Municipio de la ciudad de Ambato.

Luego se observara la Casa de Montalvo, la cual posee reliquias muy importantes para los tungurahueses ya que pertenecieron al ilustre escritor Juan Montalvo, pero lo más sobresaliente de esta lugar es su mausoleo en el cual se encuentra un féretro con el cuerpo de Juan Montalvo, el mismo que fue disecado para ser exhibido y además recibe el mantenimiento respectivo para que se mantenga en buen estado.



www.ambato.gov.ec



www.elcomercio.com



www.codeso.com/Fotos_Ecuador



www.viajeros.com

3.5.2 Baños de Agua Santa

Baños de Agua Santa cantón de la ciudad de Ambato cuenta con atractivos muy característicos muchos de ellos considerados los más explotados en todo el país; en este lugar visitares la Iglesia de Baños de Agua Santa, la Calle Alfaro y el proceso de elaboración de dulces; además nos hospedaremos en la Hostería Volcano la misma que

cuenta con una infraestructura adecuada para un viaje de relajación ya que cuenta con el servicio de masajes, baños de cajón, terapia con piedras, etc., que permitirán conseguir el tan anhelado descanso.

Luego tendremos la visita al Ecozoológico San Martín el mismo que posee una gran visitación anual y cuenta con más de 120 especies nativas del Ecuador entre las que destacan mamíferos, aves y reptiles los mismos que pueden ser vistos e incluso se los puede tocar si es el caso. Está ubicado en el sector de San Martín, a 3 Km. de la ciudad en la vía Ambato, a donde se puede llegar tomando en el Barrio de Pititig, la carretera a la Parroquia Lligua. Además desde este lugar podemos observar el Cañón de San Martín y la Cascada Santa Inés.

También entre los lugares a visitar está El Hotel Spa Luna Runtun Adventure SPA de clase mundial situado 400 metros sobre Baños-Tungurahua-Ecuador, un lugar bendecido por su belleza natural y donde abunda la aventura; Las 63 hectáreas del lugar, están abrazadas por el Parque Nacional Sangay, declarado Patrimonio Natural de la Humanidad, y su estratégica posición ofrece un paisaje dominado por el legendario Parque Nacional de los Llanganates y el imponente Corredor del Río Pastaza.

Para finalizar el viaje nos dirigiremos hacia las cascadas que son uno de los mayores atractivos turísticos de la zona, entre ellas están: Agollan, San Pedro, Manto de la Novia, etc., las mismas que se observarán en el transcurso del viaje hacia el Puyo.



www.turismobanios.com



www.media-cdn.tripadvisor.com



www.turismobanios.com



www.ecuadornow.com

3.5.3 Puyo

En la entrada a Puyo se visitara la Fabrica de Balsa donde encontrara todo tipo de articulo hecho en balsa para obsequios o recuerdos del lugar; el Hospedaje será en la Hostería Flor de Canela que se encuentra ubicada al lado del rio Pastaza compartiendo con la paz de la naturaleza y la exposición de flora y tipos de vivienda de las culturas tradicionales de la zona.



www.flordecanela.com.ec



www.elatelierdesandra.blogspot.com



www.barrinas.net.ve



www.photobucket.com

3.5.4 Riobamba

En Riobamba se visitara la primer iglesia del Ecuador denominada Balvanera situada junto a la laguna de Colta construida en 1534; Luego se visitara Alausi y la estación Ferroviaria en una altitud promedio de 2.340 msnm y en el centro histórico de la ciudad, con sus estrechas calles empedradas, balcones con flores y pintorescas fachadas, lo hacen uno de los centros de atracción turística de la provincia y del país.



www.travelblog.org



www.skyscrapercity.com



www.usfq.edu.ec

3.6 Itinerarios

Mi Viaje Soft de Relajación

4días 3 noches

Día 1

04h00: Salida de Cuenca hacia Ambato

08h30: Desayuno en la Villa

10h00: Pequeño recorrido a la Ciudad de Ambato

12h30: Almuerzo en el café Restaurante Metro

14h30: Salida hacia Pelileo (opcional)

15h30: Check in en el Hotel Volcano de Baños de Agua Santa

16h00: Visita a la Elaboración de dulces tradicionales de Baños de Agua Santa y la Iglesia del mismo nombre.

18h00: Visita las Faldas del Volcán Tungurahua

20h00: Cena en el Hotel Volcano

21h30: Baños de Cajón

Día 2

07h30: Desayuno en el Hotel Volcano

08h30: Visita al Ecozoológico San Martin

10h30: Tarabita de San Martin

11h00: Canopy en San Martin (opcional)

12h30: Almuerzo en la Hostería Luna Runtun

14h00: Masajes brindados por personal especializado

17h00: Espacio libre para realizar compras

20h00: Cena en el Hotel Volcano

21h30: Bailoterapia (opcional)

Día 3

07h00: Desayuno en el Hotel Volcano

08h00: Salida a Puyo y recorrido por las cascadas más importantes.

12h00: Visita a la Fábrica de Balsa

13h30: Check in en la Hostería Flor de Canela

14:30: Visita al Parque Etnobotánica OMAERE

15h30: Tarde libre para disfrutar de la naturaleza

20h00: Cena al aire libre

21h30: Espectáculo de culturas tradicionales de la zona

Día 4

08h00: Desayuno

09h00: Salida a Riobamba

13h00: Almuerzo en el Hotel Zeus de Riobamba

14h30: Visita a la Primera Iglesia del Ecuador la Balvanera

16h00: Visita Alausi

17h00: Retorno a Cuenca

19h30: Arribo a la Ciudad de Cuenca

3.7. Costos

Para el desarrollo de este paquete turístico tenemos que determinar los costos en alimentación, transporte, hospedaje, guía, entradas, alquileres y misceláneos para que en

3.7.2 Costos fijos

Arriendo: \$300

Sueldos: \$450

Publicidad: \$300

Seguro: \$50

Maquinaria: \$25

Viáticos: \$140

Impuestos: \$30

Servicios Básicos: \$100

Utilidad: \$40

Refrigerio: \$30

COSTOS FIJO= \$1465 x 12= \$17580

3.7.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el punto medio de venta en el que no existe ni ganancia ni perdida.

$$PE= CF/MC$$

$$PE= \$17580/\$54.60$$

PE= 322 pax el paquete deberá ser vendido a 332 pasajeros para no tener perdida.

Comprobación

Ventas	$322 \times 236.60 =$	\$76185.20
-Costos Variables	$322 \times 182 =$	\$58604
-Costo Fijo		\$17580
	Respuesta	\$0000

Nota la rentabilidad se puede incrementar en los siguientes periodos con un crecimiento en el número de pax o de paquete.

3.7.4 Tasa de Rendimiento de ventas

Utilidad /Ventas X100

$RV = 21732 / 170352 \times 100$

$RV = 12.76\%$ **El proyecto si es rentable**

3.7.5 Cuadro de resultados

Mi viaje soft de relajación	
ESTADO DE RESULTADOS	
1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009	
Ingresos	
Ventas varios 720×236.60	\$ 170352
-costo variable 720×182	\$ 131040
- costo fijo	\$ 17580.00
Utilidad	\$ 21732.00

3.8. Ventas

El paquete está destinado principalmente a personas adultas por las que hemos determinado que para ellos los medios de acceso y de mayor uso son la televisión, el internet y a través de hojas volantes que influencien al comprador impactándolo con la naturaleza tan bella y la relajación de obtendría si toma el paquete.

Televisión: Se realizara un reportaje invitando a periodistas que puedan cubrir el viaje y de esta forma lo transmitan a las personas para que conozcan más del país y a su vez los incentive a tomar el paquete turístico.

Internet: En la actualidad contamos con páginas web que nos brindan la posibilidad de publicitar gratis como es el caso de www.cuencanos.com en la cual se enviara la información para que sea difundida.

Volantes: Estos volantes tendrán la información necesaria para la persona se sientan atraídas a tomar el paquete turístico y esta estará en los lugares más concurridos como: aeropuertos, terminales terrestres, hoteles, agencias de viajes, centros comerciales, etc.

Mi Viaje Soft de Relajación

4 días 3 noche

Si estas cansado de la rutina y el estrés agobia tu vida.. No lo dudes más ven y relájate con nuestro viaje a la bella ciudad de Ambato y Puyo.



Incluye: Transporte, alojamiento, alimentación completa, guía, entradas, masajes y bailo terapia.

P.V.P
\$236.60

Para mayor información comunicarse al:
2855740
Alexandra Córdova



Además como plan de incentivo se trabajara mediante comisiones a las personas que nos envíen pasajeros ya sean estos de agencia de viajes como particulares que pertenezcan a hoteles u otros establecimientos que prestan servicios turísticos.

4.1. Plan de actividades

ACTIVIDADES	CANTIDAD	DURACION	COSTO	MEDIOS DE VERIFICACION	FACTOR DE RIESGO
Seleccionar Tema	1	01/12/2008		Diseño de Monografía	Temas similares
Determinar atractivos	3	02-05/12/2008	\$2.00	Diseño de Monografía	Vías de acceso
Buscar Información de los atractivos		06-09/12/2008	\$5.00	Monografía	Falta de información de los atractivos
Desarrollar el Marco Teórico	1	10-14/12/2008	\$3.00	Monografía	
Desarrollar el Paquete Turístico	1	15-20/12/2008	\$5.00	Monografía	
Determinar Costos		21/12/2008	\$1.50	Monografía	Competencia
Desarrollar estrategias de venta	3	22-25/12/2008	\$2.00	Monografía- Fotos	
Presentar el diseño acabado	1	05/12/2008	\$12.00	Monografía	Factor economico

5.1. Cronograma

ACTIVIDADES:	Diciembre.2008			Enero.2009		
Recopilación Bibliográfica	x					
Bajar Información de la red	x					
Desarrollar Marco Teórico	x	x				
Desarrollo del Paquete Turístico		x				
Determinar Costos		x				
Plan de Ventas			x			
Entrega del diseño de monografía				x		
Corrección de la Monografía					x	
Disertación de la Monografía						x

6.1. Conclusiones y recomendaciones

Se ha llegado a la conclusión que este paquete turístico sería muy apetecido por las personas sobre todo por aquellas que busquen relajarse y salir de la rutina diaria, para lo cual que a considerado lugares turísticos diferentes a los normalmente ofrecidos, sobre todo en Ambato, punto turístico que está evolucionando para su mayor visitación.

En caso de que el paquete sería lanzado al mercado sería un éxito ya que lo que el turista actual busca es descansar en un viaje del cual el no tengo que preocuparse de nada y regrese de el muy relajado y con una nueva perspectiva de la vida.

El Ecuador cuenta con diversos lugares para su visitación, está en nosotros el difundir otros puntos turísticos de nuestro país ya sea en paquetes ya elaborados o en nuevas rutas que demuestren que los lugares de visitación no son limitados.

Se recomienda para próximos cursos un poco más de organización previa de horarios para tener la predisposición de asistir al curso; en cuanto al paquete turístico se recomienda siempre buscar atractivos turísticos que vayan a satisfacer las expectativas del turista y saber sobre todo que hay muchos atractivos por explotar todavía.

7.1. Bibliografía

1968 (1904) Prehistoria Ecuatoriana. Publicación de la Universidad de Cuenca. Cuenca.

HUMBOLDT, Alejandro Von.

INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR.

1968 Mapa de Ecuador - CT- ÑV- C4 - 3885-IV. Escala 1: 50.000.

1989 “Ecuador: ciencia y tecnología pre colonial”. Editorial El Duende. Quito

TORRES, Glauco

<http://www.psicologia-online.com/formacion/cursos/ansiedad/08-12-2008>

<http://www.ejerciciosderelajacion.com/relajacionnube.htm> 08-12-2008

<http://www.ambato.gov.ec/turismo.html> 08-12-2008

<http://www.elcomercio.com/turismo.html> 08-12-2008

<http://www.viajeros.com/fotos> 08-12-2008

<http://www.media-cdn.tripadvisor.com> 10-12-2008

<http://www.turismobanios.com/Ambato> 08-10-2008

<http://www.psicologiaonline.com/estrés> 10-12-2008

<http://winred.com/estrategias/caso-ikea/gmx-niv102-con1393-npc9-pco8.htm> 11-12-2008

http://www.marketinet.com/ebooks/manual_de_marketing/ 13-01-2009

<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm> 13-01-2009

<http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm> 13-01-2009

<http://www.travelblog.org/Bloggers/Jeh-Jeh>13-01-2009

<http://www.usfq.edu.ec/progint/images/ISQ/local%20faces3.JPG> 13-01-2009