



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE TURISMO

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO GUIA SUPERIOR DE TURISMO

Tema:

**Aventura Inca – Cañari
Provincia de Cañar**

Autor:

María de los Ángeles Ochoa Briones

Directora:

Natalia Rincón

**Cuenca-Ecuador
2009**

DEDICATORIA

Quiero dedicar todo el trabajo que implico eta tesis a mis padres que jamas se dieron por vencidos, que con sus palabras de coraje, fortaleza y amor me ense;aron a nunca darme por vencida a creer en mi misma y saber que siempre puedo brindar mas.
Convirtiéndome así en lo que quiero ser.

AGRADECIMIENTOS

Quiero brindar mis más sinceros agradecimientos a todas las personas que
hicieron que este sueño se vuelva realidad
Principalmente a mis padres que con su apoyo y amor incondicional
Supieron guiarme
Pero sobre todo por creer en mi, una vez más
A todos mis profesores de los cuáles no solo aprendí
Letras y números, sino lecciones de vida
Que las llevo conmigo a donde
VOY.

A toda mi familia por ser los cimientos de mi vida.
GRACIAS

INDICE DE CONTENIDOS

Agradecimientos.....	i.
Dedicatoria.....	ii
Indice de Contenidos.....	iii
Abstract.....	iv
Resumen.....	v
Introducción	vi

CAPITULO I

1. 1 Definición de Turismo.....	1
1.2 Proyecto Turístico.....	1
1.3 Clases de Paquetes Turísticos.....	3
1.3.1 Regionales.....	3
1.3.2 POR SU ORGANIZACION.....	3
1.3.2.1 Estándar e Individuales.....	3
1.3.2.2 Especiales para grupos y para Individuales.....	4
1.3.3 POR SU TEMÁTICA.....	4
1.3.3.1 General.....	4
1.3.3.2 Específico.....	4
1.3.4 POR SU MODALIDAD.....	4
1.3.4.1 Itinerante.....	4
1.3.4.2 De Estancia.....	4
1.3.5 POR LA FORMA DE OPERACIÓN.....	4
1.3.5.1 Eventual.....	4
1.3.5.2 Regular.....	5
1.3.6 POR LOS USUARIOS DEL PRODUCTO.....	5
1.3.6.1 Grupales.....	5
1.3.6.2 Individuales.....	5
1.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	5
1.4.1Características de la Segmentación.....	5
1.4.1.1 Ser intrínsecamente homogéneos (similares)	5
1.4.1.2 Heterogéneos entre sí.....	6
1.4.1.3 Bastante grandes.....	6
1.4.1.4 Operacionales.....	6

1.4.2 PROCESO DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO.	6
1.4.2.1 Estudio.....	6
1.4.2.2 Análisis.....	6
1.4.2.3 Preparación de Perfiles.....	6
1.4.3 TIPOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	7
1.4.3.1 Segmentación Geográfica:	7
1.4.3.2 Segmentación Demográfica.....	7
1.4.3.3 Segmentación Psicográfica.....	7
1.4.3.4 Segmentación por comportamiento.....	7
1.5 VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	7
1.5.1 Inventario de atractivos turísticos.....	7
1.6 GUIÓN.....	10
1.7 ITINERARIO Y DELIMITACION DE LA RUTA.....	11
1.7.1 ITINERARIO.....	11
1.8 COSTOS.....	11
1.9 VENTA.....	12
1.10 CONCLUSIÓN.....	12

CAPITULO II

2.1 INTRODUCCIÓN.....	13
2.2 CARACTERIZACION DEL PAQUETE.....	13
2.3 ESTRUCTURA DEL PAQUETE.....	13
2.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	13
2.4.1 Tipo de Investigación.....	13
2.4.1.1 Proceso.....	13
2.4.2 MERCADO.....	14
2.4.2.1 Universo.....	14
2.4.2.2 Determinación del Mercado.....	14
2.4.2.3 Muestreo.....	14
2.4.2.4 Fuentes.....	14
2.4.3 Desarrollo de la Encuesta.....	14
2.4.1 Encuesta.....	14
2.4.4 Resultados de la Encuesta.....	16

2.4.4.2 Gráficos.....	17
2.4.4.3 Conclusión.....	17
2.5 VALORACION DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	20
2.6 GUIÓN.....	25
2.6.1 Azogues	25
2.6.2 Fiesta de la Virgen de la Nube.....	25
2.6.3 Gastronomía de Azogues.....	25
2.6.4 Artesanías de Azogues.....	26
2.6.5 Cañar	26
2.6.6 Grupo Étnico los Cañaris.....	27
2.6.7 Mitos y Leyendas.....	27
2.6.8 Principales Fiestas.....	27
2.6.9 Indumentaria.....	27
2.6.10 Qhapaq Ñan (Camino Principal Andino)	28
2.6.11 Tambos y Distancias	28
2.6.12 Sitio Arqueológico de Culebrillas.....	28
2.6.13 Sitio Arqueológico de Ingapirca.....	30
2.6.14 Fiesta del Inti Raymi.....	32
2.6.15 Sitios Arqueológicos de Coyocor.....	33
2.6.16 Aguas Termales de Yanayacu.....	33
2.6.17 La Troncal.....	33
2.7 ITINERARIO / DELIMITACIÓN DE LA RUTA	34
2.8 COSTOS	35
2.9 VENTA.....	39
2.10 CONCLUSIÓN.....	40
2.11 BIBLIOGRAFÍA.....	40

ABSTRACT

This package shows the Cañar Province through experience, it is full of discoveries, knowledges and adventure, ideal for the lovers of risk and healthy entertainment.

This Inka-Cañari Adventure package tries to highlight the most important historical, cultural and natural aspects of the province and introducing the main attractions and characteristics of the province.

This project outlines the best method of distribution of the package, which offers great advantages and good benefits aimed at both national and foreign tourists alike.

RESUMEN

El presente paquete da a conocer a la provincia de Cañar de un modo vivencial, lleno de descubrimiento, conocimiento y aventura, ideal para personas que disfruten del riesgo y un sano esparcimiento.

El Paquete Aventura Inka-Cañari, trata de resaltar los aspectos históricos, culturales y naturales, más importantes de la Provincia, dando a conocer sus principales atractivos y los aspectos más característicos.

En el presente paquete se plantea la mejor forma de distribución del paquete el cuál ofrece grandes ventajas y buenos beneficios.

Dando a conocer a la Provincia del Cañar entre todos los ecuatorianos y extranjeros que visitan nuestro país. Pues tiene grandes potenciales turísticos que se los puede aprovechar de mejor manera

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1 DEFINICIÓN DE TURISMO

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo, agencia de la ONU) el turismo comprende todas las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su residencia habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año y para ir de vacaciones, trabajar u otras actividades"

1.2 PRODUCTO TURISTICO

El Producto Turístico consiste en el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de las personas que con fines, recreativos, de descanso, religiosos, culturales, naturales, etc., se desplazan de su lugar habitual de residencia hacia algún destino que cuente con atractivos turísticos; cuya programación y operación se hace previa al inicio del viaje, que se vende por un precio unitario para todo el paquete en el que incluye ya los principales servicios como son: alojamiento, alimentación, transporte, entradas a los sitios de mayor interés etc.,. Para ello ya se establecen alianzas o convenios con establecimientos que brinden estos servicios turísticos.

Miguel Angel Acerenza, nos explica que el producto turístico tal cual se lo conoce hoy, tiene su origen a mediados del 50 en Europa y lo define de la siguiente manera:

“Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (Acerenza M, 1993:23)

Pero vale tomar en cuenta que no todo desplazamiento implica que estemos en presencia de un producto turístico. Por ejemplo, podemos ir al teatro los domingos, de esta manera tenemos una oferta original (el espectáculo que nos atrae), una oferta derivada (las instalaciones del teatro), y la posibilidad de integrar ambos elementos por medio del desplazamientos (el colectivo). ¿Estaríamos consumiendo un producto

turístico? La respuesta, cualquiera sea, choca con la definición de turismo de la OMT, donde queda claramente expresado *fuera del lugar de residencia*.

Para Roberto Boullon, al igual que Acerenza, el producto turístico se distingue del resto por el hecho de que la producción y el consumo se dan en simultáneo en tiempo y espacio (proceso de Servucción) [4] . (Boullon, 2004:14). El turismo es considerado un “bien de lujo” por tanto es sensiblemente elástico al comportamiento de otras variables como el ingreso.

El turismo, posee características propias y el perfil de cada producto debe comprenderse dentro de seis variables básicas: tipo, utilidad, función, necesidad, satisfacción y motivación. En efecto, el turismo es un servicio vinculado al sector terciario de la economía; su utilidad es predominantemente psicológica y de estatus, su función es inmaterial por cuanto sigue una dinámica que se instala en la experiencia subjetiva; se consume turismo para satisfacer la necesidad del tiempo libre, que en sí es una necesidad cultural adquirida propia de las sociedades de consumo occidentales; la satisfacción del consumidor es a corto plazo aunque luego pueda quedar un recuerdo residual que emule ese viaje; finalmente las cinco variables anteriores integradas son las que llevan y desembocan en la motivación. (Ibid: 17-35)

Los planificadores turísticos cuidan al detalle y programan los efectos de la excursión a tal modo que los turistas tengan o experimenten sentimientos similares.

Por el otro, existen ocasiones en que el producto turístico no surge de la demanda en forma individual, sino de ciertas políticas estructurales externas a los individuos o los grupos, sean estas iniciativas estatales o privadas. Quizás sea posible, que la demanda sea la que condicione lo que se vende, pero en otros casos es la misma oferta la que normativamente impone que productos desear.

El autor Phillip Kotler, define el Producto Turístico como: “*Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo ... el concepto producto no se limita a objetos físicos ... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas*” (Kotler P, 2004:7)

<http://www.colonialtours.com.do/dicturistico.htm>

1.3 CLASES DE PAQUETES TURISTICOS

Existe varias clases de paquetes turísticos, estos varían dependiendo del número de días, de pasajeros, de destinos turísticos, etc.

Teniendo una gran variedad de clases de paquetes turísticos estos pueden ser:

1.3.1 REGIONALES

“Los Programas Regionales se los conoce genéricamente como tour. Se pueden definir como “todo viaje pre-arreglado a uno o más destinos turísticos, con regreso al punto de partida, cuya duración excede las veinticuatro horas” Pueden ser

- Tours de fin de semana (1noche de pernocte)
- Miniturismo (de 2 a 5 noches de pernocte)
- Tour de larga distancia (superior a 5 noches de pernoctación).

Chan, Nélica. Circuitos turísticos, Programa y Cotización. Segunda edición. Argentina 1994.

1.3.2 POR SU ORGANIZACION

1.3.2.1 Estándar e Individuales

“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 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.

Generalmente este tipo de programas son un verdadero popurrí de atractivos, puesto que su objeto es complacer a todo aquel que los consume” (3)

1.3.2.2 Especiales para grupos y para Individuales

“Los programas especiales, conocidos como elaborados sobre medida en Estados Unidos, son aquellos que, como su nombre lo indica, se producen de acuerdo a la solicitud del cliente, tomando en cuenta sus preferencias y necesidades particulares.”

(3)

Para elaborar este tipo de paquete, participan tanto el programador como el cliente por igual, siendo responsabilidad del programador adecuar la oferta a los requerimientos del cliente. Su operación será eventual

1.3.3 POR SU TEMÁTICA

1.3.3.1 General

“Los programas 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” (3)

1.3.3.2 Específico

“Los programas específicos son aquellos cuyos itinerarios abordan temas únicos, e incorporan en las visitas sólo aquellos atractivos que se relacionan directamente con dichos temas.”

Estos temas pueden ser por ejemplo: cultura, naturaleza, arquitectura, religioso, etc.

1.3.4 POR SU MODALIDAD

1.3.4.1 Itinerante

Los paquetes turísticos itinerantes abarcan la utilización de servicios turísticos en distintos lugares, haciendo recorridos por zonas diferentes.

1.3.4.2 De Estancia

Este paquete turístico abarca un conjunto de servicios turísticos en lugar determinado y permanente, es decir “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.”

1.3.5 POR LA FORMA DE OPERACIÓN

1.3.5.1 Eventual

Un paquete turístico eventual es aquel en el que “su salida queda sujeta a la voluntad del cliente y no a un calendario preconcebido.” (4)

1.3.5.2 Regular

“Los programas de operación de tipo regular se realiza de acuerdo a un calendario pre-establecido, y sus salidas están fijadas de antemano y generalmente so diagramas por temporada” (4)

1.3.6 POR LOS USUARIOS DEL PRODUCTO

1.3.6.1 Grupales

“Los programas para grupos implican que su operación estará sujeta a la confirmación 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” (5)

1.3.6.2 Individuales

“Los programas 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” (5)

1.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

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

El segmento de mercado es un conjunto relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen gustos similares, que reaccionarán de modo parecido ante un determinado producto.

1.4.1 Características de la Segmentación

1.4.1.1 Ser intrínsecamente homogéneos (similares)

Los consumidores del segmento deben de ser lo más semejantes posible respecto de sus probables respuestas ante las variables de la mezcla de marketing y sus dimensiones de segmentación.

1.4.1.2 Heterogéneos entre sí

Los consumidores de varios segmentos deben ser lo más distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing

1.4.1.3 Bastante grandes

Para poder garantizar la rentabilidad del segmento

1.4.1.4 Operacionales

Para identificar a los clientes y escoger las variables de la mezcla de marketing . Se debe de incluir la dimensión demográfica para poder tomar decisiones referentes a la plaza y la promoción.

1.4.2 PROCESO DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

1.4.2.1 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. Se llevan acabo entrevistas de exploración y organiza sesiones de grupos para entender mejor las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores. Recaba datos sobre los atributos y la importancia que se les da, conciencia de marca y calificaciones de marcas, patrones de uso y actitudes hacia la categoría de los productos; así como, datos demográficos, psicográficos, etc.

1.4.2.2 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.

1.4.2.3 Preparación de Perfiles

Se prepara un perfil de cada grupo en términos de actitudes distintivas, conductas, demografía, etc. Se nombra a cada segmento con base a su característica dominante. La segmentación debe repetirse periódicamente porque los segmentos cambian. También se investiga la jerarquía de atributos que los consumidores consideran al escoger una marca, este proceso se denomina partición de mercados. Esto puede revelar segmentos nuevos de mercado .

1.4.3 TIPOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

1.4.3.1 Segmentación Geográfica:

Subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.

1.4.3.2 Segmentación Demográfica

Se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están : la edad, el genero, el ingreso y la escolaridad.

1.4.3.3 Segmentación Psicográfica

Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.

1.4.3.4 Segmentación por comportamiento

Se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.

Tomado de la Página Web:www.monografias.com

1.5 VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1.5.1 Inventario de atractivos turísticos

Inventario de atractivos turísticos tiene el propósito de convertirse en un instrumento de planificación del turismo y registro ordenado de información sobre factores físicos y culturales del conjunto de recursos turísticos que en la medida que reúnen las condiciones para elaborar productos turísticos en la.

Además de este registro en el cual se clasifican y califican los atractivos, creación de una ficha para cada atractivo inventariado con información básica sobre: Nombre, Código, ubicación, fecha de elaboración de la ficha, significado y valor, fotografía, descripción, opciones de producto, definición del perfil del visitante, pautas de comportamiento y referentes bibliográficos.

El inventario contiene una evaluación cualitativa sobre las características del recurso como tal y cuantitativa para determinar la valoración numérica de los recursos turísticos que brinden al planificador información básica que le permita plantear y ejecutar acciones de mejoramiento de su calidad e incorporación en el diseño de productos diversos y variados.

Tomado del Portal Oficial de Turismo en Bogota

“La identificación de los atractivos turísticos es una de las tareas esenciales en la fase de diagnóstico de un proceso de planificación y consiste, básicamente, en la elaboración de un listado de recursos y lugares con potencialidad o posibilidad de explotación Turística.”

Otra definición válida sería la que establece al inventario como un catálogo de lugares, objetos o establecimientos de interés turístico en un área determinada, consistente en una clasificación y descripción de los recursos identificados mediante una metodología.

Más detalladamente, las características que se deberían considerar en un buen inventario de atractivos turísticos son las siguientes:

- Todos los inventarios tienen en común la organización de los recursos en forma de fichas o listados más o menos pormenorizado y ordenado bajo unos criterios.
- El inventario ha de apoyarse necesariamente en un análisis de la realidad y no basado en especulaciones.

- Es muy conveniente la documentación inicial de la zona objeto de estudio, por parte del planificador o del equipo técnico.
- La colaboración de la Administración específica en cada caso es de vital importancia para agilizar los trabajos, solucionar problemas, así como la ayuda de los habitantes de la zona.
- Contar con pequeños grupos de apoyo de la zona es interesante, ya que ayuda a la formación de posibles y futuros promotores turísticos.
- En la toma de datos del inventario se debe prever, disponer de fotografías de los recursos, recogida de muestras vegetales, agua, confección de dibujos y croquis de situación, localización de los recursos en mapas topográficos, etc., que facilitarán la labor de depuración y análisis de la información,
- El inventario debe ser una herramienta que permita sacar conclusiones acerca de las potencialidades de la zona, así como la priorización de actuaciones que optimicen el proceso de planificación.
- El inventario debe, aparte de cuantificar los recursos, dotarles de una valoración cualitativa.
- Los resultados del inventario y sus actuaciones posteriores deben ser fieles al espíritu de planificación turística y a los objetivos predeterminados por todas las partes integrantes en el proceso de desarrollo.
- Los resultados de la investigación han de ser tratados con soportes informáticos, para su progresiva actualización, revisión y modificación, así como para futuras acciones comerciales y de promoción.

Todo ello nos permitirá elaborar un inventario de atractivos turísticos eficaz para el futuro.

Los métodos de clasificación e inventario de los recursos constituyen los primeros pasos en el análisis del potencial turístico de la zona, facilitando la identificación de aquellos elementos o actividades que tienen un cierto poder actual o potencial para atraer a la demanda turística. Sin embargo, el valor real del potencial turístico de un área no se mide únicamente por el número de atractivos que reúne, sino por la calidad de éstos.

Éste es precisamente el objetivo de las técnicas de evaluación de los recursos que, como en cualquier otra actividad a planificar, tienen como fin básico establecer una medida de valor sobre la cual fundamentar la toma de decisiones en el proceso planificador.

Se puede observar, pues, uno de los primeros aspectos y características fundamentales que debe reunir un buen inventario de recursos: recopilación y evaluación.

El primer componente no requiere demasiadas explicaciones, ya que se trata de una labor meramente cuantificadora; pero es en la segundo, donde se plantean las verdaderas disyuntivas a la hora de analizar los recursos. Las preguntas que cabe plantearse son las siguientes:

El problema radica, esencialmente, en que no existe una metodología que haya sido aceptada de modo general para la elaboración de un inventario, y lo más frecuente es que en cada caso particular se elabore una clasificación que sólo es válida para el área de análisis, dificultando así la comparación entre diversas zonas.

1.6 GUIÓN

El guión es la descripción de los sitios de visita que forman parte del paquete, de una manera clara, concreta y precisa. Esta información es de uso específico del guía, el mismo que lo transmitirá a sus clientes, los turistas.

Esta información además deberá redactarse en forma ordenada, tomando en cuenta el itinerario del paquete.

Guión es un documento en el que se expone con los detalles necesarios los diferentes puntos o tópicos que se interpretaran en un paquete de turismo .El Guion es una guía en la que aparece descrito todo lo que se integra al paquete.

Es recomendable convertir el contenido del paquete en una narración, historia, suceso, situación cotidiana, a través de la cual podemos contar aquello que nos interesa transmitir a una audiencia determinada en función de los objetivos.

Guión consta de una manera detalla cada uno de los atractivos del paquete, en la cual se da a conocer de forma detallada, las características mas importantes como son: fechas, relatos, leyendas, personajes más significativos que destacan el atractivo turístico. Pudiendo ser este cultural, natural, etc.

1.7 ITINERARIO Y DELIMITACION DE LA RUTA

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

- Indicación detallada de un recorrido cualquiera.
- Documento escrito o impreso que describe un recorrido determinado con indicación de distancias y eventualmente con informaciones hoteleras y otros elementos de interés turístico.

Tomado de la página www.boletin-turistico.com/lexico/lexicoi.htm

1.7.1 ITINERARIO

1.- Descripción de un camino o una ruta, especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios.

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

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

Tomado de Manual de geografía turística, de Calabuig y Ministrál

El itinerario es el elemento en el cuál se detalla el recorrido de la ruta, indicando los sitios de paradas en los cuales se realizarán las visitas pertinentes del Paquete Turístico, estableciendo tiempos para la alimentación, hospedaje y horas de descanso.

El Itinerario es muy importante en un Paquete Turístico, pues nos ayudara así a aprovechar el máximo las visitas preprogramadas.

1.8 COSTOS

Los costos sirven para detallar el valor del paquete turístico. Para determinar el costo se deberá tomar en cuenta, los precios de transporte, alojamiento, alimentación, guía, entradas y misceláneos.

Los costos del paquete son parte fundamental del mismo, puesto que de ello depende en gran cantidad de su aceptación y comercialización, siempre que vaya de la mano de la calidad del servicio que se ofrecerá.

El paquete turístico comprende un conjunto de servicios turísticos que se ofrecen con un precio integral, por lo que la venta se realizara mediante prestadores de servicios turísticos.

1.9 VENTA

Para la comercialización del paquete turístico Paquete Turístico Aventura Inca-Cañari la será a través de Agencias de Viajes Operadoras, ya que son los únicos establecimientos, legalmente autorizados para le venta directa al público de un paquete turístico.

1.10 CONCLUSIÓN

En este capítulo se da a conocer la teoría básica para el mejor desarrollo y entendimiento del Paquete Turístico Aventura Inka-Cañari, indicando las principales pautas, para el correcto avance de la misma.

CAPITULO II

AVENTURA INKA-CAÑARI



Provincia de Cañar

2.1 INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se desarrollará el Paquete Turístico Aventura Inka-Cañari, a desarrollarse en la Provincia de Cañar.

2.2 CARACTERIZACION DEL PAQUETE

El Paquete Aventura Inka-Cañari en la Provincia del Cañar, está orientado a un turismo de aventura, naturaleza y cultural, pues trata de destacar los principales atractivos turísticos de la Provincia, realizando la parte histórica que caracteriza a la misma combinada con la aventura y el deseo por descubrir.

Para ello se ha determinado las siguientes pautas, para el desarrollo y el éxito del Paquete.

2.3 ESTRUCTURA DEL PAQUETE

El Paquete Aventura Inka-Cañari en la Provincia de Cañar, se basará en una estructura sólida para lo cual cuenta con una serie de elementos, que ayudarán para su correcto desempeño.

2.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para la Segmentación del mercado se hizo una encuesta, para dar a conocer el tipo de mercado al cual está orientado el Paquete Aventura Inka-Cañari en la Provincia del Cañar

2.4.1 Tipo de Investigación

2.4.1.1 Proceso

La investigación es descriptiva y exploratoria puesto que para sacar el tamaño de la muestra se realizo un sondeo, del cual obtuvimos un total de 50 encuestas para determinar la investigación de mercado, también concluyente porque a través de esto se

pudo segmentar el mercado al cual va dirigido el Paquete Aventura Inka-Cañari en la Provincia del Cañar

2.4.2 MERCADO

2.4.2.1 Universo

El estudio se realizó a personas tanto habitantes de la ciudad de Cuenca, como algunos extranjeros y residentes de las provincias cercanas como son Loja, Guayaquil, Quito.

2.4.2.2 Determinación del Mercado

El Universo es de 20000 personas aproximadamente, según el dato del Ministerio de Turismo, visitan anualmente la Provincia de Cañar,

2.4.2.3 Muestreo

Mediante el sondeo que se realizó a 50 personas cuya pregunta fue:

-. Ud visitaría la Provincia del Cañar

Los resultados fueron:

P : Personas respondieron que SI

Q: Personas respondieron que NO

Para obtener el total de número de personas que se encuestaron se desarrolló la siguiente fórmula:

$$TM = M \frac{P*Q}{M}$$

2.4.2.4 Fuentes:

Las personas fueron entrevistadas en los sitios de mayor atracción turística en la ciudad de Cuenca, como son:

- El Centro Histórico.....23 encuestados
- El Mall del Río.....15 encuestados
- El Barranco12 encuestados
- Total.....50 encuestados

2.4.3 Desarrollo de la Encuesta

2.4.1 Encuesta

La encuesta se realizó a 50 personas habitantes en la ciudad de Cuenca, 7 de ellos extranjeros, entre norteamericanos y europeos.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Buenos días mi nombre es María de los Ángeles Ochoa, soy estudiante de la Universidad del Azuay y estoy realizando una encuesta, previa a la obtención del Título Guía Superior de Turismo.

Para un Paquete Turístico a realizarse en la Provincia del Cañar.

Si ud. fuera tan gentil de ayudarme respondiendo las siguientes preguntas.

ENCUESTA

1.- Su edad oscila entre. (señale con un X)

18-23 _____ 24-33 _____ 34-40 _____ Mas de 41 _____

2.- Le gustan los Deportes Extremos?

SI _____ NO _____

3.- Que actividades prefiere hacer en su tiempo libre

_____ a) Salir a distraerse, descansar y hacer un poco de ejercicio

_____ b) Quedarse en la casa viendo tv, leer un buen libro etc.,

_____ c) Aventurarse a una experiencia nueva y emocionante

4.- Sabía ud que en la Provincia de Cañar, existen Aguas Terales de Yanayacu?

SI _____ NO _____

Si su respuesta es NO, Le gustaría conocerlas

SI _____ NO _____

5.- Señale si que lugares ha visitado de la Provincia de Cañar

_____ a) Ingapirca

_____ b) Los Baños del Inca

_____ c) La cara del Inca

(Si señala uno o más de los literales anteriores conteste la siguiente pregunta.)

6.- Cuando realizó su visita, le acompañó un guía especializado en el tema.

SI _____ NO _____

7.- Le gustaría conocer la Provincia del Cañar de un modo distinto?

SI _____ NO _____

Gracias por su colaboración

2.4.4 Resultados de la Encuesta

2.4.4.1 Datos

1.- Su edad oscila entre

- 18-23.....05
- 24-33.....13
- 34-40.....28
- Mas de 41.....04

2.- Le gustan los Deportes Extremos?

- SI.....39
- NO.....11

3.- Que actividades prefiere hacer en su tiempo libre

- a) Salir a distraerse, descansar y hacer un poco de ejercicio.....8
- b) Quedarse en la casa viendo televisión, leer un buen libro etc.....11
- c) Aventurarse a una experiencia nueva y emocionante.....31

4.- Sabía ud que en la Provincia de Cañar, existen Aguas Termales de Yanayacu?

- SI.....15
- NO.....35

Si su respuesta es NO, Le gustaría conocerlas?

- SI.....33
- NO.....2

5.- Señale que lugares ha visitado de la Provincia de Cañar

- a) Ingapirca.....32
- b) Los Baños del Inca.....16
- c) La cara del Inca.....12

(Si señala uno o más de los literales anteriores conteste la siguiente pregunta.)

6.- Cuando realizó su visita, le acompañó un guía especializado en el tema.

- SI.....14
- NO.....36

7.- Le gustaría conocer la Provincia del Cañar de un modo distinto?

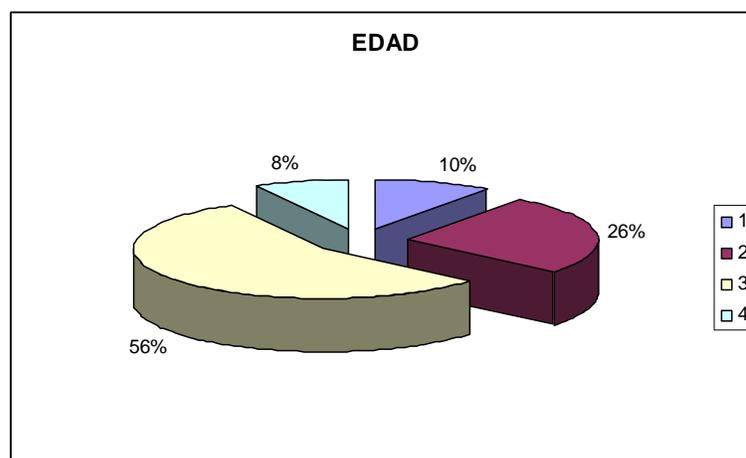
- SI.....48
- NO.....2

2.4.4.2 Gráficos

A continuación presentamos los gráficos de las preguntas para determinar la Segmentación del Mercado Aventura Inca-Canari en la Provincia de Canar

1.- Su edad oscila entre

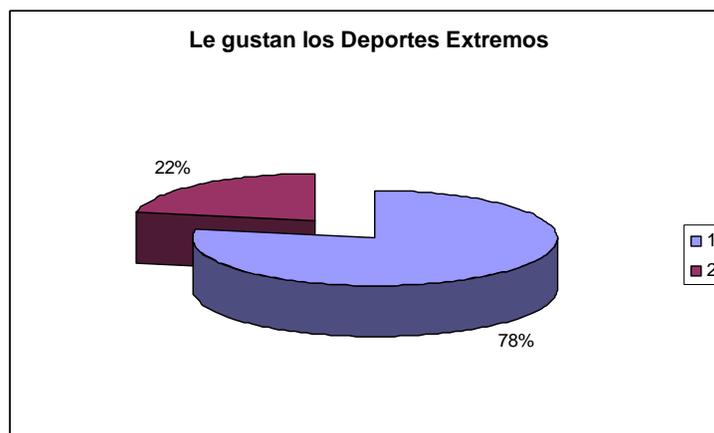
1. 18-23.....05
2. 24-33.....13
3. 34-40.....28
4. Mas de 41.....04



Conclusión: El 56% de las personas encuestadas que su edad oscila entre los 44 a los 40 a'mos de edad, seguidos muy de cerca por los pasajeros de edad entre los 24 a 33 a;os

2.- Le gustan los Deportes Extremos?

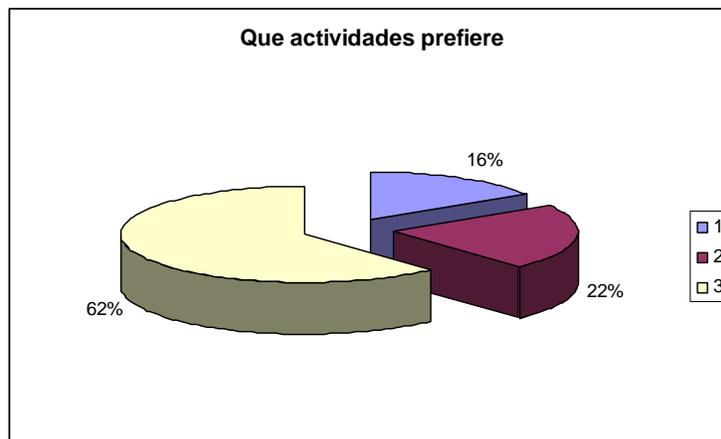
1. SI.....39
2. NO.....11



Conclusión: El 78% de las personas encuestadas dicen que si les gustan los deportes extremos

3.- Que actividades prefiere hacer en su tiempo libre

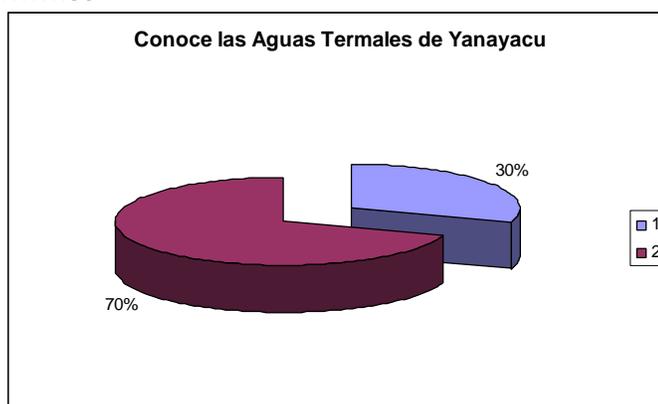
1. Salir a distraerse, descansar y hacer un poco de ejercicio.....8
2. Quedarse en la casa viendo tv, leer un buen libro etc.....11
3. Aventurarse a una experiencia nueva y emocionante.....31



Conclusión: El 62% de las personas encuestadas dicen que prefieren aventurarse a una experiencia nueva y emocionante.

4.- Sabía ud que en la Provincia de Cañar, existen Aguas Termales de Yanayacu?

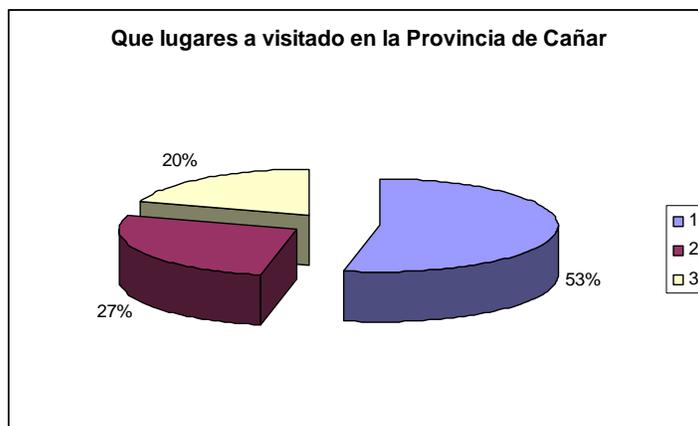
1. SI.....15
2. NO.....35



Conclusión: El 70% de las personas encuestadas dicen que no conocen las Aguas Termales de Yanayacu.

5.- Señale que lugares ha visitado de la Provincia de Cañar

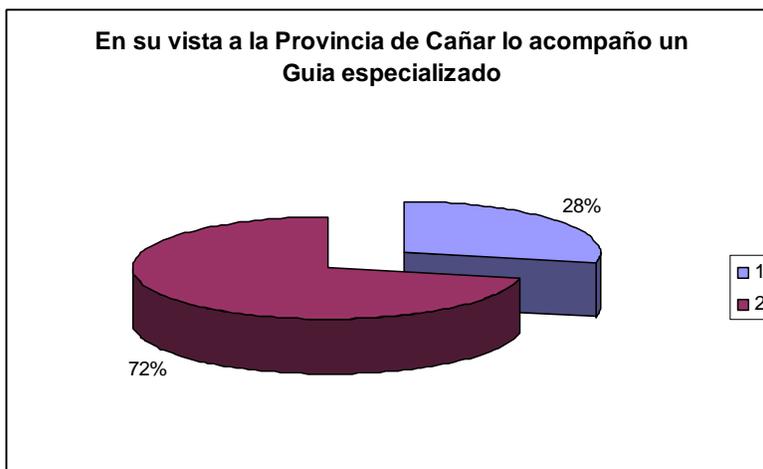
- a) Ingapirca.....32
- b) Los Baños del Inca.....16
- c) La cara del Inca.....12



Conclusión: El 53% de las personas encuestadas señalan que el sitio mas conocido y visitado es Ingapirca pero muy pocas personas en realidad conocen los sitios de interés mas importantes en la Provincia

6.- Cuando realizó su visita, le acompañó un guía especializado en el tema.

- SI.....14
- NO.....36

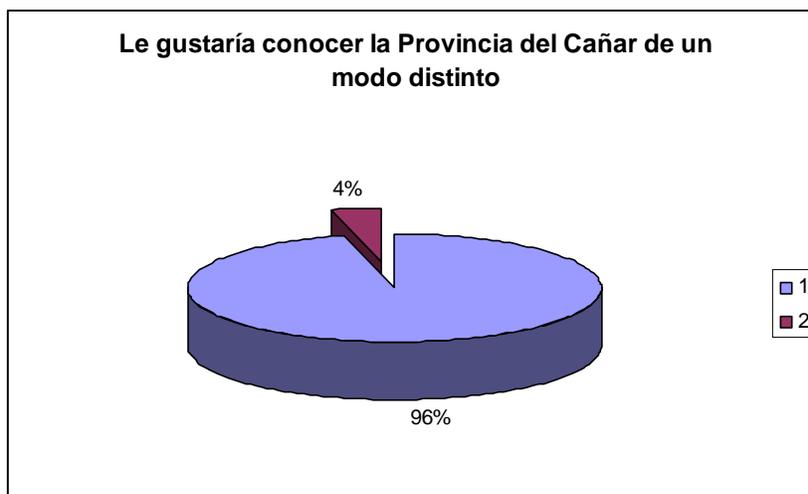


Conclusión: El 72% de las personas encuestadas señalan que no fueron acompañados por un guía especializado durante su recorrido por la Provincia de Cañar

7.- Le gustaría conocer la Provincia del Cañar de un modo distinto?

- SI.....48

- NO.....2



Conclusión: El 96% de las personas encuestadas señalan que si les gustaría conocer la provincia del Cañar de un modo distinto.

2.4.4.3 Conclusión

En Conclusión podemos definir que el Paquete Aventura Inka-Cañari, es un paquete destinado para personas adultas, amantes de la naturaleza, la arqueología y el riesgo.

2.5 VALORACION DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Nombre del Atractivo: AGUAS TERMALES DE YANACU			
	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus 4 X 4 Automóvil Caballo
	Aguas Termales de Yanacu	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Natural		
	Tipología:	Cantón	Latitud
	Aguas Subterráneas	La Troncal	
	Subtipo	Parroquia	
	Aguas Termales	Cochancay	Longitud
	Jerarquía	Altura	
1			

Nombre del Atractivo: CENTRO HISTÓRICO DE LA TRONCAL			
	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus 4 X 4 Automóvil Caballo
	Centro Cantonal la Troncal	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural		
	Tipología:	Cantón	Latitud
	Histórico	La Troncal	
	Subtipo	Parroquia	Longitud
	Arquitectura Civil	La Troncal	
	Jerarquía	Altura	

Nombre del Atractivo: ARTESANIAS DE AZOGUES			
	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus 4 X 4 Automóvil
	Artesanías de Azogues	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Tipología:	Cantón	Latitud
		Azogues	
	Subtipo	Parroquia	2. 44, 286
		Todas las Parroquias	Longitud
	Jerarquía	Altura	78. 50, 799, wgs 84
	1	2519msnm	

Nombre del Atractivo: CENTRO HISTORICO DE AZOGUES			
	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus 4 X 4 Automóvil
	Centro Histórico de Azogues	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural	Azogues	
	Tipología:	Cantón	Latitud
	- Histórico	Azogues	
	Subtipo	Parroquia	2. 44, 286
	Arquitectura Civil	Varias	Longitud
	Jerarquía	Altura	78. 50, 799
1			

Nombre del Atractivo: GASTRONOMIA DE AZOGUES

	Atractivo	Provincia	Acceso: Caballo Bus Automóvil 4 X 4
	Centro Histórico de Azogues	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural	Azogues	Latitud
	Tipología:	Cantón	2. 44, 286
	- Etnográfico	Azogues	Longitud
	Subtipo	Parroquia	78. 50, 799 WGS 84
	Comidas y Bebidas Típicas	Varias	
	Jerarquía	Altura	
	2		

Nombre del Atractivo: CAMINOS PINTORESCOS

	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus 4 X 4 Automóvil
	Iglesia San Miguel	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural	Azogues	Latitud
	Tipología:	Cantón	2. 47, 990 wgs 84
	- Histórico	Azogues	Longitud
	Subtipo	Parroquia	78.50, 990wgs 84
	Arquitectura Religiosa	San Miguel de Porotos	
	Jerarquía	Altura	
	2	2519msnm	

Nombre del Atractivo: FIESTA DE LA VIRGEN DE LA NUBE

	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus 4 X 4 Automóvil
	Centro Histórico de Azogues	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural	Azogues	Latitud
	Tipología:	Cantón	2. 44, 502, wgs 84
	- Etnográfico	Azogues	Longitud
	Subtipo	Parroquia	78. 50, 586wgs 84
	Manifestación Religiosa		
	Jerarquía	Altura	
	2		

Nombre del Atractivo: PLAZA CAÑARI

	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus 4 X 4 Automóvil
	Plaza Cañari	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural	Cañar	Latitud
	Tipología:	Cantón	
	Realizaciones Técnicas	Azogues	2. 44, 103
	Subtipo	Parroquia	
	Parque de Recreación		Longitud
	Jerarquía	Altura	78. 50, 740 WGS 84
2	3136 msnm		

Nombre del Atractivo: SITIO ARQUEOLOGICO DE COYOCTOR

	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus Caballo 4 X 4 Automóvil
	Ruinas de Coyector	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural		Latitud
	Tipología:	Cantón	
	Histórico	El Tambo	2. 31, 494
	Subtipo	Parroquia	
	Sitio Arqueológico	El Tambo	Longitud
	Jerarquía	Altura	78. 54, 381 WGS 84
2	2991msnm		

Nombre del Atractivo: CENTRO HISTÓRICO DEL TAMBO

	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus 4 X 4 Automóvil
	Centro Cantonal e Iglesia del Tambo	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural		Latitud
	Tipología:	Cantón	
	Histórico	El Tambo	2. 30, 656
	Subtipo	Parroquia	
	Arquitectura Civil y Religiosa	El Tambo	Longitud
	Jerarquía	Altura	78. 55, 685 wgs 84
1	3000msnm		

Nombre del Atractivo: SITIO ARQUEOLÓGICO DE INGAPIRCA			
	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus Caballo 4 X 4 Automóvil
	Ruinas de Ingapirca	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural		Latitud
	Tipología:	Cantón	
	Histórico	Cañar	2. 32, 386
	Subtipo	Parroquia	Longitud
	Sitio Arqueológico	Ingapirca	78. 52, 493, WGS
	Jerarquía	Altura	84
	2	3159msnm	

Nombre del Atractivo: QHAPAG ÑAN (Camino Principal Andino)			
	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus Caballo 4 X 4 Automóvil
	- Capacñan - Cueva Espindola	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	- Cultural - Natural		Latitud
	Tipología:	Cantón	
	- Histórico - Fenómeno	Cañar	2°23'16''
	Subtipo	Parroquia	Longitud
	- Sitio Arqueológico - Cueva	Ingapirca	78°49'02''
	Jerarquía	Altura	
	2	4000msnm	

Nombre del Atractivo: SITIO ARQUEOLÓGICO DE CULEBRILLAS			
	Atractivo	Provincia	Acceso: Bus Caballo 4 X 4 Automóvil
	Culebrillas	Cañar	
	Categoría	Ciudad	
	Cultural		Latitud
	Tipología:	Cantón	
	Histórica	Cañar	2°25'02''
	Subtipo	Parroquia	Longitud
	Sitio Arqueológico	Juncal	78°51'28''
	Jerarquía	Altura	
	2	3882msnm	

2.6 GUIÓN

2.6.1 Azogues

Azogues está situado al sur de la provincia del Cañar, a 30 kilómetros de la ciudad de Cuenca.

El Centro Histórico de Azogues es un conjunto urbano, con una arquitectura vernácula que se ha conservado. Sus calles angostas y sus portales públicos que lo identifican y contrastan con las edificaciones modernas de los alrededores.

La arquitectura es de la época Republicana, aunque existen edificaciones sencillas que mantienen las características constructivas de la época Colonial.

En la actualidad está en vigencia una Ordenanza Municipal que regula el uso y ocupación del suelo, y prohíbe la destrucción de los bienes culturales del Centro Histórico de la ciudad.

2.6.2 Fiesta de la Virgen de la Nube

La Fiesta de la Virgen de la Nube se celebra el 1 de Enero de cada año, en el Santuario levantando en su honor en Azogues. El Santuario es emblemático pues se divisa desde todos los lugares de la ciudad.

Su construcción se inició en el año 1897, se terminó de construir en el año de 1927, aquí se venera a la Virgen de la Nube, Patrona de la ciudad, llamada también "Madre de los Ecuatorianos Ausentes", en alusión a la migración.

El santuario es una hermosa construcción, hecha de piedra labrada del totémico cerro Abuga con su juego de escalinatas. El altar mayor del santuario es tallado en madera fina por hábiles obreros de Ibarra, y el conjunto tallado está cubierto con pan de oro.

2.6.3 Gastronomía de Azogues

Se encuentra en la Panamericana Sur, Av. 24 de Mayo y en varios sectores del Cantón Azogues. Varios son los platillos de la gastronomía popular; como el mote pata, los tamales, la fanesca, los buñuelos navideños, el puerco hornado y los cuyes. El mote pillo, el mote sucio, la cascarita, también se prepara carne asada, hornado con llapingachos, sancocho y fritada. Otro plato tradicional es el "puchaperro", que es colada dulce con capulí y pedazos de durazno, aderezado con especias aromáticas como canela y pimienta de olor, muy apetecido en carnaval.

Fuente: Ministerio de Turismo

2.6.4 Artesanías de Azogues

En Azogues las principales artesanías son:

- **Paja Toquilla** La manufactura del sombrero de paja toquilla esta muy difundida en la provincia. La carludovica palmata es la materia prima. Una vez que las tejedoras han adquiridos los cogollos de la paja toquilla, se comienza el tejido de los sombreros.
- **Alfarería** Jatumpamba es una comunidad en la parroquia San Miguel de Porotos a 11 Km. de la ciudad, con mucha migración y pobreza, donde aún subsiste la alfarería. Se caracteriza por la elaboración de piezas cerámicas empleando la técnica artesanal de los "golpeadores o huagtanas" de barro cocido. Está técnica fue empleada por los cañaris mucho antes que los Incas ocupasen estos territorios La fabricación es exclusivo de mujeres. La materia prima principal es la arcilla.
- **Picapedreros** Los Picapedreros de Rumiurco están localizados a 10 Km. al sur de Azogues, en la parroquia de Javier Loyola. La materia principal para la elaboración de las esculturas es la andesita que es traída desde las minas de Cojitambo, el sitio es aprovechado como cantera para el tallado de la piedra.

2.6.5 Cañar

El cantón Cañar se ubica, a 39 kilómetros de la ciudad de Azogues tiene una superficie de 1.787 kilómetros cuadrados.

El cantón de Cañar se caracteriza por su arquitectura tradicional, con edificaciones de tipo colonial, dispuestas en torno a la plaza, iglesia y elementos urbano-arquitectónicos de la ciudad.

Su nombre proviene del vocablo quichua Hatun – Cañar, que significa “Cañar Grande”.

En Cañar podemos encontrar sitios de interés turístico como son, Cerro Narrío, Museo Arqueológico y Etnográfico de Guantug, Ingapirca, Museo de Sitio Ingapirca, Laguna de Culebrillas Qhapac Ñan o Camino Principal Andino, Comunidad de San Pablo

Fuente: Ministerio de Turismo Provincia del Azuay

2.6.6 Grupo Étnico los Cañaris

Los Cañaris son de habla Quechua, que habitan en la provincia del Cañar y en menor grado en el Azuay.

Los primeros pobladores fueron cazadores y recolectores. Los artefactos encontrados evidencian las muestras materiales de un conglomerado humano que supo aprovechar los recursos de la naturaleza. La agricultura es la mayor actividad de la población indígena.

2.6.7 Mitos y Leyendas

La antigua concepción andina consideran a la naturaleza como un ser animado, dotado de espíritu. Todo está relacionado entre sí: el sol, la luna, los vientos, el agua, las montañas, los animales, las plantas, todos los seres naturales tienen vida.

Su cosmovisión está llena de concepciones místico – religiosas, que originaron la creación de múltiples seres progenitores y deidades tutelares, como la serpiente y la guacamaya.

2.6.8 Principales Fiestas

Se realizan fiestas tanto indígenas como mestizas, que son ofrecidas a los dioses progenitores y tutelares, y a los santos patronos.

Las principales fiestas nativas son el Inti Raymi (fiesta del Sol), el Kuya Raymi (fiesta de la Luna), el Cápac Raymi (fiesta mayor), que se celebran en los sitios arqueológicos de Ingapirca, Coyocor y Culebrillas, respectivamente, también fiestas cristinas como Corpus Christi, San Pedro y San Pablo, Octava de Corpus, Natividad, Virgen de la Nube, Virgen del Rocío, San Antonio, etc.

2.6.9 Indumentaria

El atuendo masculino de los Cañaris, está constituido por pantalón negro de lana, camisa bordada de cuello y mangas, cushma o poncho corte de lana, faja o chumbi a nivel de la cintura y sombrero de lana prensada, de forma redondeada. El femenino, por blusa bordada de mangas cortas, polleras de lana con las orillas bordadas, reboso, lliglla o hualcarina sujeto con prendedor o tupo de plata o sombrero de lana igual al de los varones.

2.6.10 Qhapaq Ñan (Camino Principal Andino)

Los incas abarcaban una décima parte de toda Sudamérica. El territorio se extendía, desde Pichincha (Ecuador), Chapoal, en la Argentina y Chile respectivamente.

Para mantener el control económico, político y administrativo del imperio los gobernantes Incas debieron desarrollar las comunicaciones y el transporte, y en ese sentido, el Camino del Inca es el mejor ejemplo.

En un sendero hecho de piedras que circulaban a diario guerreros, señores y reyes, pero también artesanos, campesinos y obreros. Así, la red vial constituyó a la vez un recurso cultural de comunicación de todo el imperio y una herramienta política de dominación de los pueblos alejados que se hallaban bajo la influencia del Inca.

2.6.11 Tambos y Distancias

Los incas construyeron refugios a los que llamaron "tambos", que se levantaban a una distancia aproximada de un día de viaje entre uno y otro (3 a 4 leguas). En ellos los viajeros solían encontrar provisiones y cobijo para pernoctar.

Los tambos reales eran grandes, que eran verdaderos palacios con depósitos de alimentos y vituallas llamados collcas, espacios de reunión y habitaciones para personal permanente en el servicio.

2.6.12 Sitio Arqueológico de Culebrillas

El sitio arqueológico de Culebrillas está localizado en la estribación occidental del Nudo del Azuay, a 14,5 Kilómetros al noreste de la ciudad de El Tambo

El sitio arqueológico de Culebrillas está integrado por un extenso conjunto de estructuras de piedra, basamentos de vivienda, caminos empedrados y bloques tallados de andesita, que cubren una superficie aproximada de 60 hectáreas. Los principales elementos constitutivos son:

- **Cantera incaica de Labrashcarumi** En la margen derecha del río San Antonio, está la cantera de Labrashcarumi, donde yacen bloques grandes de piedra, producto de derrumbes del cerro adyacente de Yanaurcu. Eran utilizados como piedra de construcción. La calidad de los bloques y el tamaño de los dinteles demuestran la importancia de los edificios. Esta cantera incaica es la mayor conocida en el territorio ecuatoriano.

- **Basamentos de vivienda** Al frente de la cantera, existe un gran número de basamentos de vivienda, para casas contraídas originalmente de bahareque, que debieron albergar a los trabajadores de la cantera y a los constructores del conjunto de edificaciones.
- **Edificaciones de carácter religioso junto al desfogue de la laguna** En la orilla de la laguna, donde comienza el drenaje, existen dos plataformas rectangulares con bloques cúbicos. Frente a éstas, se observa un conjunto de estructuras incaicas de piedra labrada. Son recintos cerrados, pues las estructuras sumergidas están cubiertas y dificultan su observación. Se conoce además que la orilla sumergida, se halla delimitada por un muro del que desciende al parecer un graderío hacía el interior de la laguna. El nivel de agua de la laguna, ha crecido en los últimos siglos. Del fondo de la laguna se han recuperado algunos objetos arqueológicos que demuestran las ofrendas lanzadas al agua. Esto muestra la importancia que tuvo la laguna en la creencia de los habitantes Cañaris de la región, lo que motivó el que fuera integrada por los Incas en su religión estatal.
- **Tambo de Paredones** Aproximadamente a 300 metros de la orilla izquierda de la laguna, sobre una pequeña altiplanicie, se observa dos conjuntos de edificaciones incaicas construidas con bloques de piedra canteada y tallada, y además una construcción de la época republicana. El complejo presenta las características de un "Tambo Real", con alojamiento para viajeros, viviendas para funcionarios y otros residentes permanentes, además de recintos de almacenamiento, puntos de control, canales y estructuras religiosas. El complejo esta atravesado por el Qhapaq Ñan o Camino Real, que cruza el sitio de sur a norte.
- **Fiesta del Kapacraymi** La Fiesta del Cápac Raymi se celebra en el Complejo Arqueológico de Culebrillas, el 21 de diciembre de cada año. El Cápac Raymi o fiesta Mayor, se celebraba en los Andes, en las principales huacas o adoratorios comunes y generales de cada nación, pueblo o parcialidad, cada 21 de diciembre. En esta fecha se produce el solsticio de verano en el hemisferio sur,

momento en que el sol se encuentra en el punto mas lejano de la eclíptica solar, con respecto al Ecuador, es decir sobre e Trópico de Capricornio. Se celebraba concluida la siembra del maíz. (Velasco, 1844:42)

2.6.13 Sitio Arqueológico de Ingapirca

El sitio Arqueológico de Ingapirca está localizado en las estribaciones occidental del cerro Cubilán, a 0.5 kilómetros del centro parroquial de Ingapirca, en el cantón y provincia del Cañar.

Ingapirca está conformado por un conjunto de estructuras de piedra, basamentos de vivienda, terrazas y caminos empedrados.

Los principales elementos constitutivos del sitio, son los siguientes:

- **El Adoratorio o "Castillo"** Es de forma ovalada, su elevación mayor sólo llega a lo 3,70m y su estructura es sólida pues parte de una roca nuclear, fueron ambientes destinados a la celebración de ritos de adoración al Sol. Un hongo que se adhiere a la superficie de la piedra atenta contra la perdurabilidad del almohadillado de los sillares. Aun no se encuentra como combatirlo Por el estilo de construcción de los elementos arquitectónicos, y el análisis de los materiales culturales rescatados en las excavaciones arqueológicas, podemos señalar que el sitio arqueológico de Ingapirca fue construido por los Cañaris e Incas, entre el 750 y el 1533 D.C.

El Complejo de Ingapirca esta formado por:

- **Los Aposentos** Probablemente de los sacerdotes. Sólo uno ha sido restaurado gygvLos aposentos conservan sólo los cimientos de una muralla que los protegía.La habitación restaurada tiene una extensión de 45 metros cuadrados una puerta de acceso y diecinueve hornacinas o nichos trapezoidales. Su uso debió haber sido ritual: tendrían esculturillas o utensilios para la ejecución de diversas ceremonias.
- **La Plaza** Es irregular con tendencia a la figura trapezoidal que está delimitada por el Adoratorio, los aposentos, el área denominada La Condamine de los que quedan sólo vestigios la plaza está más abajo que el original, que se ha perdido y con él los vestigios in situ de la ocupación incásica. En la Plaza haya

concentrado un buen número de personas que coparticiparían del ceremonial mágico religioso.

- **Sector de la Condamine** "Está situado al este de la plaza esta área debió haber pertenecido a las viviendas o aclla huasi de las Vírgenes del Sol. Fue un amplio espacio amurallado, con una puerta de acceso y posiblemente con otra trasera secundaria que eran ocupadas por las más hermosas jóvenes consagradas al servicio del Sol, el Inca, que les visitaba muy ocasionalmente. Cumplían varias funciones preparación de ropas y alimentos para los sacerdotes y el Inca, hasta la ejecución de cantos y danzas rituales. De entre ellas podían escoger sus mujeres los orejones (nobles) e incas.
- **Pilaloma** Es el área en donde se han localizado la mayor cantidad de vestigios cañaris, es un área de muchos recintos dispuestos en torno a un patio trapezoidal en el que se aprecia un monumento funerario monolítico y varios corredores que tuvieron puertas de doble hoja en los extremos. Lo que hoy se aprecia son sobrecimientos y pequeñas partes de muros. Las habitaciones de Pilaloma son cuadradas o rectangulares. Posiblemente en Pilaloma era una sede residencial de un cacique cañari que ejercía se autoridad en esta feraz zona hasta que fue conquistada por las tropas de Huayna Cápac.
- **Las Cólicas** Son construcciones circulares hechas en profundidad, con fondo y paredes recubiertas de piedra, se las considera como depósitos de alimentos (cólicas) construidas por los Incas y no por los Cañaris como se había pensado anteriormente".
- **El Intihuayco y el Ingachungana o Intiguatana** El Intihuayco, que en quechua significa "Quebrada del Sol, La mancha de forma de sol que aparece en una roca, obras escultóricas como una tortuga y la "cara del Inca" son formaciones naturales acaso intervenidas o retocadas y que están integradas dentro de esta gran unidad. El Ingachungana o Intiguatana Son grandes asientos o recipientes ceremoniales en cuyo respaldo y contornos se han tallado en hueco relieve algo así como unas cadenas entrelazadas con las que mágicamente se "amarraba al

Sol" en los solsticios. Las acanaladuras profundas dejaban correr las libaciones que se hacían en el transcurso del ceremonial y debían permitir, también la evacuación de las aguas lluvias.

- **Las bodegas** Son cuatro cuartos rectangulares de diversas dimensiones en uno de ellos se ha encontrado un piso de ocupación incásica en el cual se han localizado "unos grandes cilindros de barro no cocido con mezcla de paja, de poca altura, con un hueco central, y los restos de grandes vasijas de cerámica aplastadas de estilo incásico. (Fresco, 1984. p. 203). De tales observaciones se puede concluir que los cuartos eran almacenes para guardar alimentos".

- **La Gran Cancha** Sus funciones debieron haber sido variadas: almacenes, talleres de trabajos artesanales especializados, etc.

- **La escalera meridional y los baños**

Algunos recintos separados de la grada por el muro de menor grosor han sido considerados por Fresco como baños, de uso ritual, práctica tan frecuente entre los Incas. (Fresco, 1984: 77)

2.6.14 Fiesta del Inti Raymi

Se celebra en el Complejo Arqueológico de Ingapirca, durante los días 20 y 21 de junio de cada año, se produce el solsticio de verano en el hemisferio norte, momento en que el sol se encuentra en el punto más lejano de la eclíptica solar, con respecto al Ecuador.

Con las últimas luces del día se prenden cuatro fogatas situadas cada una en un punto cardinal. Estas son mantenidas durante toda la noche. A las 24 horas se produce el año nuevo solar, los presentes festejan este hecho trascendental con cantos, danzas, y brindis colectivos, donde también se abre la boca a la Pachamama con ofrendas

El Yatiri o sacerdote, inicia sus rogativas extendiendo sus manos al cielo con cuatro hojas de coca ofrendándole a los cuatro puntos cardinales y se renuevan las ofrendas a la Pachamama (madre tierra) y se colocan siete piedras de distintos colores que representan a los siete pecados capitales.

2.6.15 Sitios Arqueológicos de Coyoctor

El sitio arqueológico de Coyoctor está a 3 Kilómetros al sur de la ciudad de El Tambo, en la provincia del Cañar.

"En cuanto al nombre del recinto creemos que se dió la misma transferencia (de un nombre cañari a un nombre quichua): de Coyoctoh = Construcciones, a Culluctus = loma de los agujeros, en raíces quichuas" (Siguencia, 1995: 78).

2.6.16 Aguas Termales de Yanayacu

Se localiza en las estribaciones de la Cordillera Occidental. La temperatura oscila entre los 22 y 28 grados promedio.

Aquí podemos encontrar una gran variedad de Flora y Fauna entre ellas tenemos chapul, etc. Algunos animales como: el jaguar, o tigre americano, los perezosos o pericos ligeros los armadillos y los osos hormigueros, la guanta, y las ardillas, venados, anfibios y reptiles, los lagartos entre los saurios y las serpientes venenosas. Más de 230 especies de aves.

Cabe indicar que la mayor parte de estas zonas han sido intervenidas por la acción colonizadora del hombre convirtiéndolas en áreas de cultivo y para la cría de ganado cebú que es la única raza que se ha adaptado a estas condiciones climáticas.

2.6.17 La Troncal

El cantón La Troncal esta ubicado en la zona costanera de la provincia del Cañar, a 141 kilómetros al noroeste de la ciudad de Azogues, en la vía Durán – Tambo. Tiene dos tipos de arquitectura: la tradicional o vernácula, con viviendas de tipo popular y la actual o moderna, que utiliza modelos urbanos y arquitectónicos de las grandes ciudades.

En la actualidad, es un centro urbano que crece y florece gracias a su riqueza natural, ubicación geográfica y su gran importancia económica generada por la industria azucarera.

Entre los recursos naturales están, las playas de los ríos Cañar y Bulu-Bulu; las aguas termales de Yanayacu y las cascadas de El Chorro. Entre los recursos culturales se distinguen: los viveros de cacao y plantas tropicales de Sucia y los kioscos de venta de frutas, ubicados a lo largo de la vía Durán-Tambo.

Fuente: Ministerio de Turismo

2.7 ITINERARIO / DELIMITACIÓN DE LA RUTA

2.7.1 Delimitación de la Ruta



Itinerario

AVENTURA INKA-CAÑARI



I DIA

- 08H00 Salida Cuenca Azoguez
- 08H30 Visita al Santuario de la Virgen de la Nube
- 09H00 Salida Azoguez Ingapirca
- 10H30 Visita las Ruinas de Ingapirca
- 12H30 Almuerzo en el Restaurante La Posada del Inca
- 13h30 Salida hacia el Sector de Colloctor
- 14h00 Visita los Baños del Inca
- 14h30 Salida al Tambo
- 14H45 Visita el Museo del Tambo
- 15H30 Esparcimiento en la Hostería Cuna de Sol

20H00 Cena en la Hostería Cuna del Sol

21H00 Alojamiento en la Hostería Cuna del Sol

II DIA

8H00 Desayuno en la Hostería

9h00 Cabalgata Sector Las Antenas. Coffe break Caminata hacia la Laguna Culebrillas

13H00 Llegada a la laguna de Culebrillas

13H30 Almuerzo en la laguna de Culebrillas pampamesa

14H30 Recorrido alrededor de la laguna, observación de flora y fauna, fotografía paisajística.

16H00 Salida en autobús hacia el sector de Cochancay

18h30 Arribo a Cochancay

18H Alojamiento en la Hostería La Ponderosa

19H00 Cena en la Hostería

20H00 Fogata

21H00 Dormir

III DIA

8h00 Desayuno en la Hostería Cuna del Sol

9h00 Salida hacia el sector El Amarillal

9H30 Actividad de Parapente

Aguas Termales de Yanayacu

12H00 Salida a la Troncal

12H30 Almuerzo en la Troncal

14H00 Retorno a la Ciudad de Cuenca

2.8 COSTOS

Aventura Inka-Cañari

Provincia del Cañar

Duración: 3 días 2 noches

Transporte:	\$150 x 3 Días=450/15pax=	\$30por pax
Alimentación:	\$10 diarios x 3 Días=	\$30 por pax
Hospedaje:	\$10diarios x 2 noches=	\$20 por pax
Guía:	\$20diarios x 3días=	\$60 por pax
Entradas:	por entradas varias	\$7 por pax
Alquiler:	Parapente	\$ 30
Misceláneos:	\$5	\$5 por pax
COSTO POR PAX:		\$182 por pax
UTILIDAD:	25%	\$45.5
P.V.P:		\$227.50

3.8.1 Margen de Contribución

P.V.P /C.V.= MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

P.V.P (Precio de Venta al Público).....\$227.50

Costo Variable..... \$182.00

Margen de Contribución.....\$45.50

3.8.2 Costos fijos

Arriendo.....\$300

Sueldos.....\$450

Publicidad.....\$300

Seguro.....\$50

Maquinaria.....\$25

Biáticos.....\$140

Impuestos: \$30

Servicios Básicos.....\$100

Utilidad.....\$40

Refrigerio: \$30

Costos Fijos \$1465

3.8.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el punto medio de venta que deberá haber para que no haya ni ganancia ni perdida.

$$PE= \text{CF/MC}$$

$$PE= \$1465/45.50\$$$

$$PE= 32.19$$

$$\mathbf{PE= 33 PAX}$$

El paquete deberá ser vendido a 33 pasajeros para no tener perdida en el negocio.

VENTAS.....\$7507.50

COSTOS.....\$6006.00

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN.....\$1501.50

GASTOS FIJOS.....\$1465.00

Esto nos da como resultado que la venta mínima por mes tendrá que ser de 2 paquetes de 15 pasajeros para poder obtener ganancias, pero nuestra aspiración es obtener una ganancia neta de 1500 mensuales.

$$PV(X) = CV(X) + CF + B$$

$227.50X = 182X + 1465 + 1500$
$X = 65.16$
$X = 66 \text{ pax}$

Para obtener una ganancia de 1500 mensuales el paquete deberá ser vendido a 66 personas.

3.8.4 Rentabilidad

$$R = \text{Utilidad} \times 100 / \text{ventas}$$

$$R = 1500 \times 100 / 15015$$

$$R = 9.99\%$$

Nota: La rentabilidad se puede incrementar en los siguientes periodos con un crecimiento en el número de pax. Para el primer año se ha considerado una ganancia de 1500 dólares de promedio.

3.8.5 Tasa de Rentabilidad

$$PV(X) = CV(X) + CF + \%(PV(X))$$

$$227.50X = 182X + 1465 + 0.25(227.50X)$$

$$X = 128 \text{ PAX (8 PAQUETES AL MES)}$$

Para que el negocio sea rentable al mes deberá como mínimo vender 8 paquetes de 15 pasajeros cada uno.

3.8.6 Cuadro de resultados

Paquete Aventura Inka-Cañari	
ESTADO DE RESULTADOS	
1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009	
Ingresos	
Ventas varios	\$ 10237.50
-costo variable	\$ 8190.00
- costo fijo	\$ 17580.00
Utilidad	\$ 15532.50

2.9 VENTA

La comercialización del Producto Aventura Inka-Cañari se realizará mediante las Agencias de Viajes ubicadas en la Ciudad de Cuenca y Azogues y la Operadora de Turismo ANGELE'S TOUR, que estará ubicada estratégicamente en la ciudad de Azogues.

Para dicho propósito se les entregará a las Agencias todo el material publicitario necesario, para el mercadeo del producto, como son afiches, trípticos etc.,

- La Agencia de Viajes comisionará un valor de un 10% sobre el valor de la tarifa, de cada una de las ventas por pax que realice.
- Se brindara una pequeña pero completa capacitación a los counter de las agencia para dar a conocer el producto, que lo conozcan.
- Se brindará 1 gratuidad de cada 20 pax pagados.

- Se invitaran a las Agencias de Viajes a un Fam Trip, sin beneficio alguno, Cuya única finalidad será para que conozcan el producto y de este modo puedan realizarse una mejor comercialización del Paquete Aventura Inka-Cañari

2.10 CONCLUSIONES

En el siguiente trabajo podemos concluir, que la Ruta Aventura Inka-Cañari a desarrollarse en la provincia de Cañar, esta diseñada para personas que gustan de las largas caminatas, de la aventura pero sobre todo el deseo de descubrir, quienes somos, de donde venimos, es un paquete en el cual constan las bases principales para su desarrollo y que su propuesta sea exitosa, con la poca experiencia en el ámbito que tengo es un paquete rentable, que si se lo maneja adecuadamente, se conseguirán los objetivos planteados.

2.11 BIBLIOGRAFÍA

- CHAN, Nelida “Circuitos turísticos programa y cotización”, Ed Gandhi, 1994.
- HERNANDEZ, Edgar, “Proyectos Turísticos formulación y evaluación”, Ed. Trillas 2006
- VALLAS, Joseph-Francesc, “Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles” Ed. Gestión 2000
- RAMIREZ, César, “Visión Integral del Turismo” Ed. Trillas, 2006
- ASOCIACION CHILENA DE MUNICIPALIDADES, “Turismo y Gestión Municipal”, Ed. Sernatur, 1997.
- CARDENAS, Fabio, T, “Proyectos turísticos”, Ed. Trillas, 1985.
- IWGIA, “Turismo La Producción de lo Exótico” Ed. Pierre rOSel, 1998
- LOMBARDI, Hernán, “Transformación de recurso en Producto Turístico”, (Ponencia) Quito, 2002.
- MINISTERIO DE TURISMO “Plan de Marketing de Ecuador”, 2003.
- MOLINA, Sergio RODRIGUEZ, Sergio. “Planificación Integral del Turismo”. Ed Trillas, 1991.
- MOLINA, Sergio “Turismo y Ecológia”, Ed Trillas, 1994.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, Turismo Sostenible y Gestión Municipal (presentación) Ed, Copyright, 1999.
- PULIDO, Juan, “Turismo Sostenible” Universidad de Andalucía (conferencia), Cuenca, febrero 2006.

- TORRES, Enrique “Gestión de Destinos Turísticos” Universidad Internacional de Andalucía (Conferencia). Cuenca, febrero, 2004.
- Bibliografía del Ministerio
- ARRIAGA, Jesús 1922 .Apuntes de Arqueología Cañar. Imprenta del Clero. Cuenca.
- BEDOYA, Ángel 1965 Aspectos de la Arqueología en la Región del Cañar, Edlt. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Quito 1978 La Arqueología en la Región Interandina del Ecuador. Edil Casa de la Cultura Ecuatoriana. Quito.
- CALDAS, Francisco J.de 1849 Seminario de la Nueva Granada: Viajes al Sur de Quito. Miscelánea de Ciencias, Literatura, Artes e Industria. Laserre, Editor. Librería Castellana. París.
- CARRILLO, Antonio 1987 a Plan de Rescate y Conservación del Patrimonio Arqueológico del austro Ecuatoriano. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Subdirección del Austro. Cuenca.
- Inspección de vestigios arqueológicos en la laguna de Culebrillas, Provincia del Cañar. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Subdirección del Austro. Cuenca.
- Informe sobre la inconveniencia de la Construcción del Embalse de la Laguna de Culebrillas en la Provincia del Cañar. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Subdirección del Austro. Cuenca.
- FRESCO, Antonio 1981 a Las Ruinas Incaicas de Culebrillas. Comisión del Castillo de Ingapira. Cuenca.
- 1981 El Tambo Incaico de Paredones de Culebrillas. En Revista de Antropología pp. 137 - 143. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo del Azuay. Cuenca.
- GONZÁLEZ, Federico. 1968 (1904) Prehistoria Ecuatoriana. Publicación de la Universidad de Cuenca. Cuenca.
- HUMBOLDT, Alejandro Von. Sitios de las Cordilleras y Monumentos de los Pueblos Indígenas de América. Imprenta y Librería de Gaspaar, Editor. Madrid.
- IDROVO, Jaime y Napoleón ALMEIDA
- Culebrillas en el Contexto Histórico - Arqueológico del Cañar. En Revista Pucará. Universidad de Cuenca.

- IGLESIAS, Ángel M. Los Cañaris, Aspectos Históricos y Culturales. Editorial Amazonas S.A. Cuenca.
- MATOVELLE, Julio M. Cuenca de Tomebamba. Universidad de Cuenca.