



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE FOLOSOFIA, CIENICAS
Y LETRAS DE LA EDUCACION
ESCUELA DE TURISMO

TEMA:

**“ECUADOR DE CONTRASTES.
DE LOS ANDES A LA AMAZONÍA”**

**TRABAJO PREVIE A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE
GUIA SUPERIOR DE TURISMO**

AUTOR:

LCDA. XIMENA PADILLA C.

DIRECTOR:

LCDA. KARINA FARFÁN

CUENCA 2008

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mi familia, quienes han sido para mí un ejemplo de constancia y dedicación y quienes han estado apoyándome en cada paso importante de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que hicieron posible la realización del Seminario para obtener nuestra licencia de Guías Profesionales de Turismo y a TerraDiversa, que me permitieron ampliar mis conocimientos, facilitando la realización de este paquete.

ÍNDICE

Dedicatoria	i
Agradecimientos	ii
Índice	iii
Resumen	v
Abstract	vi

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1 Turismo. Concepto	1
1.2 Paquete Turístico. Conceptos	1
1.3 Clases de Paquetes Turísticos		
1.3.1 Locales	2
1.3.2 Regionales	2
1.3.3 Por su organización		
1.3.3.1 Estándar para grupos y para individuales	3
1.3.3.2 Especiales para grupos y para individuales	3
1.3.4 Por su temática		
1.3.4.1 General	4
1.3.4.2 Específico	4
1.3.5 Por su modalidad		
1.3.5.1 Itinerante	4
1.3.5.2 De estancia	5
1.3.6 Por la forma de operación		
1.3.6.1 Eventual	5
1.3.6.2 Regular	5
1.3.7 Por los usuarios del producto		
1.3.7.1 Grupales	6
1.3.7.2 Individuales	6
1.4 Estructura de un Paquete		
1.4.1 Segmentación del Mercado	6
1.4.1.1 Servicios de la Segmentación de Mercado	7
1.4.1.2 Proceso de Segmentación de Mercado	8
1.4.1.3 Tipos de Segmentación de Mercado	8
1.4.2 Valoración de los Atractivos	9
1.4.2.1 ¿Cómo se evalúa un recurso?	11
1.4.3 Guión	11
1.4.4 Itinerario	12
1.4.4.1 Delimitación de la Ruta	12
1.4.5 Costos	12
1.4.6 Venta	13
1.5 Conclusiones	13

CAPÍTULO II

2.1 Introducción	14
2.2 Antecedentes	14
2.2.1 Establecimiento de la Ruta	16
2.3 Estructura	17
2.3.1 Segmentación del Mercado	17
2.3.2 Valoración de los atractivos turísticos	17
2.3.3 Guión	18
2.3.4 Itinerario	25
2.3.5 Mapa de ruta	28
2.3.6 Costos	29
2.3.7 Venta	29
2.3.8 Conclusiones	29
2.4 Conclusiones y Recomendaciones	30
2.5 Bibliografía	31

RESUMEN

El Ecuador se encuentra estratégicamente localizado en el centro del mundo, esta característica hace que este país tenga una importante diversidad en tan solo unos pocos kilómetros de su área, pues es un país relativamente pequeño. Conocer parte de su diversidad significa viajar a lo largo de sus tierras en un excitante viaje. Una ruta que nos permita conocer las diferencias entre la Región Sierra y la Amazonia es el objetivo de este trabajo, esta ruta es: Cuenca – Guarumales – Macas – Guamote – Riobamba – Cuenca, donde se puede admirar, a través de un fantástico paisaje como el clima, la vegetación, la flora y la fauna van cambiando a lo largo del viaje. Otra característica muy importante del Ecuador es que alberga un gran número de grupos étnicos distribuidos en todo su territorio, grupos nativos de la Costa, Sierra y Oriente con características y tradiciones propias.

ABSTRACT

The Ecuador is strategically located in the center of the world, this characteristic make this country has an important diversity in only a few kilometres of your area, because Ecuador is a relatively small country. To know some of this diversity mean to travel around your lands some hours in an enchanted trip. A route that allows knowing the differences between the Sierra and Amazon region is the objective of this work, this route is: Cuenca – Guarumales – Macas – Guamote – Riobamba – Cuenca, where you can admired in a fantastic landscape how the weather, the vegetation, flora and fauna go changing around the trip. Other very important characteristic is that the Ecuador contains a high number of ethnic groups divided in all your territory, native groups of the Coast, Sierra and Amazon region with your own characteristics and traditions.

CAPÍTULO I

“ECUADOR DE CONTRASTES. DE LOS ANDES A LA AMAZONIA”

1. MARCO TEÓRICO

1.1 TURISMO. CONCEPTO

“Turismo es el conjunto de fenómenos y relaciones que se producen por el desplazamiento de personas fuera de su lugar habitual de residencia habitual, en cuánto que estos motivos no sean con afán de lucro y permanezcan por espacios mayores a 24 horas y menores a 6 meses en períodos de un año” ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO.

1.2 PAQUETE TURÍSTICO. CONCEPTOS

“Paquete Turístico es el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global” (Chan. Circuitos Turísticos 31)

“Es un complejo conjunto de prestaciones de servicios cuya programación y operación requiere el empleo cotidiano de técnicas de negociación, la creación de nuevas y buenas ideas, y el análisis de potencialidad de nuevos destinos y atractivos, entre muchas otras actividades” (27)

En conclusión puedo decir que paquete es: El conjunto de servicios que se ofrecen en conjunto, estableciendo alianzas o convenios con instituciones productoras de servicios turísticos, con el objeto de obtener un precio global mucho más accesible que si lo compráramos de manera independiente, servicios como: transporte, alojamiento, alimentación, etc.

1.3 CLASES DE PAQUETES TURÍSTICOS

Los paquetes turísticos tienen 2 grandes clasificaciones:

1. Paquetes Locales
2. Paquetes Regionales.

Estos a su vez pueden ser clasificarse de acuerdo a:

- Su organización
- Modalidad de Viaje
- Duración del Programa
- Territorio recorrido
- La temática
- La forma de operación
- Los usuarios del producto

1.3.1 LOCALES

“Los Programas Locales se conocen popularmente con el nombre de excursiones. Son aquellos cuyos circuitos se diagraman dentro de los límites de un centro o localidad” (38)

Es decir, los programas locales se desarrollan dentro de una localidad limitada por un período de tiempo de máximo un día, sin pernoctación; como: Transfers, City Tours, Sightseeings, Tours de compras, etc.

1.3.2 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” (40)

Para ejemplificar el concepto, dentro de un programa regional tenemos: 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)

1.3.3. POR SU ORGANIZACIÓN

13.3.1 ESTÁNDAR PARA GRUPOS Y PARA IDIVIDUALES

“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. (53)

Generalmente este tipo de programas son un verdadero popurrí de atractivos, puesto que su objeto es complacer a todo aquel que los consume” (54)

Analizando este concepto

1.3.3.2 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.” (54)

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

1.3.4. POR SU TEMÁTICA

1.3.4.1 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” (54)

Se puede decir que este tipo de programa o paquete es el más utilizado, pues al ser de interés general, atrae a un mercado masivo.

1.3.4.2 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. (55)

Este tipo de paquete es limitado y atrae a grupos específicos en menor cantidad.

1.3.5 POR SU MODALIDAD

1.3.5.1 ITINERANTE

Los paquetes turísticos itinerantes abarcan la utilización de servicios turísticos en distintos lugares, haciendo recorridos por zonas diferentes. No tienen una estada permanente que se pueda considerar como un punto de partida para la visita otros sitios de interés.

1.3.5.2 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.” (55)

Este tipo de tour es el que tiene un lugar de estancia que se convierte en el punto de partida para otras visitas.

1.3.6 POR LA FORMA DE OPERACIÓN

1.3.6.1 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.” (56)

Este programa no es de operación frecuente, sin que más bien dependerá de los requerimientos del turista.

1.3.6.2 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 se diagramas por temporada” (56)

Son programas utilizados frecuentemente y que ofrecen mayor rentabilidad porque atrae mayor cantidad de personas.

Por ejemplo, la mayoría de Agencias Operadoras de la ciudad de Cuenca ofrecen tours diarios al Parque Nacional Cajas, convirtiéndose en una operación regular que incluso facilita su operación y publicidad.

1.3.7 POR LOS USUARIOS DEL PRODUCTO

1.3.7.1 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” (57)

Los tours grupales, como su nombre lo indica, están estructurados para conjuntos de personas, muchas veces por cuestiones de costos.

1.3.7.2 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” (57)

1.4 ESTRUCTURA DE UN PAQUETE

Para elaborar un paquete, es necesario que contenga los siguientes elementos:

1.4.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Es un elemento indispensable en la elaboración del paquete, pues de este dependerá el desarrollo del mismo, es decir es el punto de partida para la depuración de la información y los lugares a visitar

“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 un empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

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

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

El comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo con una o dos características, se deben tomar en cuenta varias dimensiones, partiendo de las necesidades de los consumidores. Se recomienda pues, presentar ofertas de mercado flexibles al segmento de mercado. La oferta de demanda flexible consiste en una solución que conste de elementos del producto y servicio que todos los miembros del segmento valoran y opciones que solo unos cuantos valoren, cada opción implica un cargo adicional.

Una buena segmentación debe tener como resultado subgrupos o segmentos de mercado con las siguientes características:

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.
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
3. **Bastante grandes:** para poder garantizar la rentabilidad del segmento
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."

1.4.1.1 SERVICIOS DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.

- *Permite la identificación de las necesidades de los clientes dentro de un submercado y el diseño más eficaz de la mezcla de marketing para satisfacerlas.*
- *Las empresas de tamaño mediano pueden crecer más rápido si obtienen una posición sólida en los segmentos especializados del mercado.*

- La empresa crea una oferta de producto o servicio más afinada y pone el **precio** apropiado para el público **objetivo**.
- La **selección de canales de distribución** y de **comunicación** se facilita en mucho.
- La empresa enfrenta menos competidores en un segmento específico
- Se generan nuevas oportunidades de crecimiento y la empresa obtiene una ventaja competitiva considerable.

1.4.1.2 PROCESO DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.

- I. **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.
- II. **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.
- III. **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 .

1.4.1.3 TIPOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- **Segmentación Geográfica:** subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.
- **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.
- **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**.
- **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.

1.4.2 VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS

“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.

1.4.2.1 ¿CÓMO SE EVALÚA UN RECURSO?. ¿EN FUNCIÓN DE QUÉ?. ¿ES CONVENIENTE FIJAR UN SISTEMA DE COMPARACIÓN CON RESPECTO A OTROS RECURSOS?

Estas preguntas aún hoy no tienen fácil respuesta; y más si se piensa que el objetivo final de la elaboración e investigación de los atractivos de un lugar, no es la valoración del potencial turístico de un recurso concreto, sino determinar el valor de diversas zonas con el fin de establecer un orden de prioridad en las labores de planificación y desarrollo turístico; es decir, se plantea el valor turístico de la zona.

Los métodos más simples de elaboración del inventario de recursos responden a clasificaciones elementales que incluyen un pequeño número de agrupaciones definidas en base a la naturaleza del recurso, a su funcionalidad o a la combinación de ambos criterios. Entre éstas, las más usuales son las primeras, aunque son las menos útiles a efectos de planificación por cuanto no ofrecen ninguna valoración sobre el potencial de los recursos.

Desde un punto de vista más funcional, se han propuesto diversas clasificaciones tanto para los recursos recreativos, en general, como para los recursos específicamente turísticos, es decir, considerando al recurso como soporte de una actividad o de una estancia más prolongada.

<http://imsturex.unex.es>

13.Dic.08/12:20

1.4.3 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.

1.4.4 ITINERARIO

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

www.boletin-turistico.com 14.Dic.08/12:20

En conclusión el itinerario comprende el listado, en secuencia, de los atractivos y las actividades que se desarrollarán dentro del paquete, día por día. No es indispensable pero si necesario realizarlo con tiempos de duración de cada actividad, pues esto permitirá tanto al guía como al turista planificar mejor su tiempo, con el objeto de cumplir el itinerario como está establecido.

1.4.4.1 DELIMITACIÓN DE LA RUTA

La ruta que voy a elaborar abarca diferentes tipos de atractivos, tanto naturales como culturales recorriendo la siguiente ruta:

Cuenca – Guarumales – Macas - Guamote - Riobamba – Alausí - Cuenca

1.4.5 COSTOS

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.

Como explicaba anteriormente, el paquete turístico comprende un conjunto de servicios turísticos que se ofrecen con un precio global, por lo que para mi investigación implicará el trabajo con otras empresas prestadoras de servicios turísticos, estableciendo convenios para obtener mejores tarifas; como: hoteles, restaurantes, sitios de vista, etc.

Para establecer los costos de esta ruta, se tomarán en cuenta los siguientes gastos fundamentales para su ejecución y elaboración:

- Costos fijos: transporte, guía
- Costos variables: alimentación, alojamiento, gastos operacionales, tours subcontratados, etc.

1.4.6 VENTA

Venta es la distribución de un producto a cambio de un valor asignado (monetario) previamente establecido, tomando en cuenta los costos de creación del producto y la utilidad que se pretende obtener de este cambio.

1.5 CONCLUSIONES

Después de haber realizado esta investigación teórica, he obtenido las siguientes conclusiones:

- El conocimiento teórico es fundamental para la elaboración de un paquete turístico, pues no permite contextualizarnos en el tema y cumplir con los objetivos
- Es indispensable conocer el mercado al cual estará dirigido el paquete, pues de este depende la estructura y desarrollo del mismo.
- Es necesario tener en cuenta que existen diferentes maneras para hacer una investigación de mercado, esto nos da la oportunidad de escoger el método más óptimo de acuerdo a nuestras necesidades.

CAPÍTULO II

“ECUADOR DE CONTRASTES, DE LOS ANDES A LA AMAZONÍA”

2.1. INTRODUCCIÓN

El presente paquete está elaborado para todas aquellas personas que disfruten de conocer los encantos de un Ecuador megadiverso, pluricultural y multiétnico, que tiene fabulosos lugares para mostrar, cada uno de ellos identificado con sus propias costumbres, tradiciones e incluso en muchos de los lugares sus propios grupos étnicos que hacen de este país único en el mundo. Cumplir con el itinerario de este paquete les permitirá ver de cerca parte de estos encantos, admirando el contraste paisajístico y cultural entre la Sierra y la Amazonía ecuatoriana en tan solo unas horas de recorrido.

2.2 ANTECEDENTES

“Ecuador de Contrastes, de los Andes a la Amazonía”, comprende un conjunto de servicios turísticos, prepagados, que forman un **PAQUETE REGIONAL, GENERAL, DE ESTANCIA REGULAR** y que estará dirigido a grupos de personas; conocido como **GROUP INCLUSIVE TOUR (GIT)**.

Este paquete nos permite admirar y valorar al Ecuador como un país megadiverso, pluricultural y multiétnico:

ECUADOR MEGADIVERSO

“En todo el mundo, sólo cerca de una docena de países poseen "megadiversidad", es decir que albergan en sus selvas y regiones montañosas, la más diversa y mayor cantidad de especies de fauna y flora del planeta. Muchas de estas plantas y animales son especies endémicas, o sea aquellas especies que sólo se encuentran en determinados lugares geográficos”

www.prodiversitas.bioetica.org 17.01.09 / 11:00

La Convención sobre la Diversidad Biológica (CDB) define a la biodiversidad como " *la variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluidos entre otras cosas, los ecosistemas terrestres y marinos y otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte; comprende la diversidad dentro de cada especie, entre las especies y de los ecosistemas, como resultado de procesos naturales y culturales*". El concepto planteado por la Oficina de Valoración de Tecnología de los Estados Unidos, más ampliamente usado por la mayoría de científicos del área de Biología de Conservación, y del que deriva el concepto planteado en la CDB , es el siguiente: " *la variedad y variabilidad entre organismos vivientes y el complejo ecológico en el cual habitan* ".

El Ecuador es considerado como el primer país mega-diverso del mundo. Es decir que teniendo en cuenta su extensión, éste alberga mayor cantidad de especies de animales y plantas por km², que el resto de países del mundo.

El segundo país en diversidad de vertebrados endémicos por unidad de territorio, (ejemplo: Tortuga terrestre de Galápagos, 13 especies en una extensión de menos de

500 km²). El tercer país con más diversidad de anfibios en el mundo (más de 400 especies). El cuarto país del mundo en diversidad de aves y pájaros (17% de especies de todo el mundo existen en nuestro territorio)

www.ambiente.gov.ec 17.01.09 / 12:10

ECUADOR PLIRICULTURAL Y MULTIÉTNICO

La Constitución del Estado en sus Principios Fundamentales, Art. 1, dice lo siguiente: “El Ecuador es un Estado social de derecho, soberano, unitario, independiente, democrático, pluricultural y multiétnico”. El Art. 3. Deberes del Estado, 1, habla de “Fortalecer la unidad en la diversidad”.

<http://archivo.eluniverso.com> 17.ENE.09 12:30

2.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA RUTA

El paquete turístico comprende el siguiente trayecto:

Cuenca – Guarumales – Macas – Attilo – Guamote – Riobamba – Alausí - (Tren Nariz del Diablo – Sibambe) – Cuenca; en donde podremos encontrar diferentes tipos de atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, que serán descritos posteriormente. Esta ruta se llevará a cabo con un itinerario de 4días / 3noches.

2.3 ESTRUCTURA

2.3.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado al cual estará dirigido el paquete turístico “ECUADOR DE CONTRASTES, DE LOS ANDES A LA AMAZONÍA” ha sido obtenido con el análisis, en la operadora de turismo TerraDiversa, de las exigencias y sitios de interés por parte de grupos de turistas **extranjeros**, con edades de entre 18 y 50 años, cuyo interés es la apreciación y valoración del Ecuador desde un punto de vista pluricultural, multiétnico y megadiverso. Por lo tanto está destinado un público extranjero heterogéneo y su operación dependerá de la existencia de grupos de personas (mínimo 4), de entre las edades indicadas, así como menores acompañados de por lo menos un adulto, puesto que la ruta abarca varios tipos de atractivos naturales y culturales, de interés múltiple y condiciones físicas aceptables para realizar actividades como caminatas, viajes de mas de 3 horas en carro y opcionalmente deportes extremos como rafting, puenting, etc.

2.3.2 VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

La valoración de los atractivos turísticos está hecha en base a las fichas de inventario turístico del Ministerio de Turismo, la misma que describe el atractivo y nos da información indispensable para la operación en el lugar, como podemos observar en las fichas adjuntas:

2.3.3 GUIÓN

El paquete turístico “Ecuador de Contrastes, de los Andes a la Amazonía”, comprende un conjunto de atractivos que los describo a continuación:

1. REPRESA HIDROELÉCTRICA PAUTE



“Represa Hidroeléctrica Daniel Palacios, o comúnmente conocida como represa de Paute (Embalse Amaluza), ubicada en el río Paute, a 125 kilómetros de Cuenca, Ecuador. Es la más grande represa hidroeléctrica del Ecuador y contribuye la

mayor cantidad de energía eléctrica en el país, aproximadamente 1075 Megawatts[1]. A partir de la privatización de las generadoras de energía eléctrica que comenzó en 1996, el gobierno de Sixto Durán Ballén, la represa paso a manos de la compañía Hidropaute S.A

Paute fue construida entre 1976 y 1983 en el río Paute y diseñada a partir de la premisa de que debía erigirse aguas arriba la represa de Mazar. La represa de Mazar, que ya se



encuentra en construcción, lograría resolver dos graves problemas. Primero, a pesar de su gran capacidad de almacenamiento de agua, en muchas épocas del año tiene que botar agua que sería muy útil en las épocas de estiaje, y segundo que la capacidad de almacenamiento

se ve limitada y disminuida en el tiempo por la acumulación de sedimentos. La represa de Mazar se espere sea terminada en unos 5 años, añadiendo 180 MW de energía, y mejorando el funcionamiento de la represa de Paute.”

2. MACAS



La ciudad de Macas, capital de la Provincia de Morona Santiago, fue cantonizada el 29 de mayo de 1861. Su clima es agradable y su gente amable convirtiéndola en una ciudad acogedora. Además, en la actualidad cuenta con todas las facilidades y servicios para acoger a turistas de cualquier parte del mundo, así como con una serie de importantes sitios de visita tanto naturales como culturales; permite también la realización de actividades de aventura como rafting, pesca deportiva, hiking, etc.

3. CASCADA TAYLOR



A unos 45 min. de la ciudad de Macas, en las estribaciones de la Cordillera de Cutucú, atravesada por el Río Macuma, encontramos un remanente de Selva Primaria Amazónica, rodeada de riachuelos, de los cuales el Principal forma una hermosa cascada conocida como “Cascada Taylor”, esta zona ofrece al turista un fascinante trekking, admirando la belleza natural con importantes árboles madereros y epifitas, que son el hábitat de singulares aves e insectos.

4. COMUNIDAD INDÍGENA SHUAR



Las comunidades Shuar de la Cordillera del Cóndor, se ubican en el Centro Sur de la Amazonía, en las provincias de Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Es una etnia compleja en sus estructura, conserva hasta la actualidad sus tradiciones y encantos.

5. YUQUIPA



En la zona del Río Yuquita, se localizan las cabañas ecológicas Yuquita, muy interesantes para el turismo, pues sus instalaciones acordes a con la naturaleza prestan las comodidades necesarias para el descanso de los turistas.

Dentro de sus instalaciones, también se tiene la posibilidad de realizar caminatas en la selva primaria y admirar la exuberante vegetación, hábitat de muchos insectos y otros animales propios de la selva ecuatoriana.

6. RAFTING EN EL RÍO UPANO



El rafting es un deporte extremo que ha tomado auge en los últimos tiempos. Para su práctica se requiere de botes especiales de rafting, remos, chalecos salva vidas. El nivel del rafting en el Río Upano es de categoría 3, es decir, accesible para personas aún sin experiencia.

7. LAGUNA DE ATILLO



La Laguna de Atillo forma parte de un importante complejo lacustre llamado Ozogoché, compuesto por más de 50 lagunas, el mismo que está ubicado en las estibaciones de la Cordillera Real en del cantón Alausí y consituye la fuente hídrica más importante de la zona.

8. GUAMOTE



Este poblado se halla ubicado entre Alausí y Riobamba, es además un punto de partida hacia el Oriente ecuatoriano. Su población es indígena en su mayoría. Su actividad económica se basa en la agricultura, ganadería y el comercio de sus

productos. Los días jueves se realiza el mercado de Guamote, es el mejor lugar para observar y admirar la colorida vestimenta de los indígenas de la zona, así como sus interesantes tradiciones.

9. RIOBAMBA



Por su localización central, Riobamba y las provincias que le rodean, son conocidas como el corazón del Ecuador. La ciudad tiene impresionantes iglesias y edificios antiguos y es el centro comercial y cultural para una gran población indígena que habita esta área,

así como para los locales. Guano, a solo 20 minutos, es conocido por su industria de tejedores de hermosas alfombras de cuero y lana.

Riobamba es también el punto de inicio de línea ferra Andina, conduciendo al sur a Alausí y la Nariz del Diablo. En la provincia hay varios grupos indígenas. Esta provincia también es conocida por proveer algunas de las mejores expediciones de escalada y trekking.

Desde aquí se accede al Chimborazo, Carhuayrazo, Tungurahua, El Altar y Sangay. El Chimborazo es la elevación más alta del país (6,310m), El Altar (5,315m) con sus caminatas, es una de las más grandiosas aventuras de trekking y El Sangay, con su volcán localizado entre los Andes y la selva, es una de las expediciones más demandantes.

10. TREN RIOBAMBA – ALAUSÍ – NARIZ DEL DIABLO



Uno de los más interesantes destinos de nuestro país lo constituye sin duda una famosa porción de tren que sobrevive todavía en el Ecuador. Una de las partes más visitadas en este recorrido es la “Nariz del

Diablo”, un construcción de rieles que inicia en Alausí en forma de zigzag donde el tren desciende de retro por más de 2Kms a lo largo de una empinada montaña.

11. INGAPIRCA

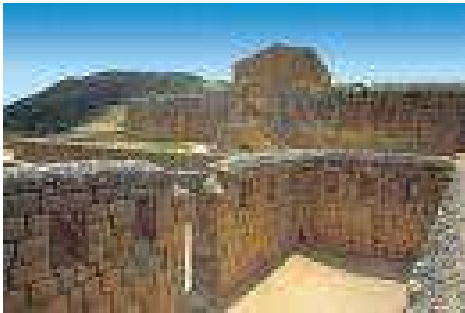
Ingapirca se encuentra a 80km al norte de Cuenca, en la provincia del Cañar, a 3200msnm y estratégicamente localizado en un punto alto con excelente visibilidad. “El



Muro del Inca” traducido del Quichua, es el complejo de ruinas incas más importante y mejor conservado del país. Ingapirca fue construido en la cima de las construcciones cañaris, las cuales datan del año 1.200 AC. y fue usado como centro político y

religioso. Los Incas conquistaron a los Cañaris y comenzaron la construcción de su templo en 1460.

El propósito de este lugar fue para la adoración de su dios principal, el Sol. Eso explica la forma elíptica de su construcción principal dividida en lado oeste y este, también fue



usado como calendario para propósitos agrícolas.

El Complejo tiene también otras importantes secciones tales como la residencia para las vírgenes del sol, el baño del Inca, etc. Además

junto al complejo está un pequeño museo in situ,

con piezas tanto de la civilización Cañari como de los Incas. Vale la pena mencionar el espectacular escenario durante el trayecto formado por granjas con cultivos diversos

12. ETNIA CAÑARI

El origen de este pueblo se remota a tiempos inmemorables y hace referencia, entre otras tradiciones, al diluvio universal que todas las culturas señalan es sus respectivas



historias sagradas. Según el mito, en esta región andina solo dos hermanos salvaron sus vidas alcanzando la cima del Huacayñan, monte sagrado de los Cañaris. Allí fueron socorridos en la alimentación por dos guacamayas con rostro

de mujer, con quienes después de atraparlas “se casaron” y procrearon seis hijos: tres varones y tres mujeres. Estos, a su vez se desposaron entre hermanos y poblaron todos estos territorios generando así la raza cañari. Los datos históricos aseveran de la existencia de un reino cañari, similar al de Quito, con más de veinte y cinco tribus, cuyas capitales eran: al Norte: Hatum Cañar o Ingapirca y al Sur: Tomebamba o la actual ciudad de Cuenca. Sin embargo, los cronistas poco o nada dicen de estos pueblos.

Posteriormente, estudios de carácter lingüístico sugieren una procedencia mesoamericana tolteca o de los Mayas Quichás, a mas de una fuerte relación con los Chumís del norte del Perú, inclusive en medio de una mayor área geográfica-lingüística conocida como Puruhá-Mochica. Todos los investigadores concuerdan en las intensas migraciones que se dieron entre estos últimos pueblos, especialmente por razones religiosas que les permitía llegar a los célebres santuarios de Pachacúmac (Perú) y Culebrillas (Ecuador). Por la presencia de la cerámica se puede afirmar que durante el período de Desarrollo Regional (500a.C – 500d.C) las migraciones o intercambios



étnicos continúan, dejando en estos territorios, huellas profundas de las culturas peruanas tiahuanacoides, antecedentes de Tacalshapa cañari, mientras en el norte del Ecuador florecía la cultura Tuncahuán. En el último período de la

Prehistoria ecuatoriana, el de Integración (500d.C – 1534d.C) con sus dos fases conocida como Cashaloma y Tacalshapa, los movimientos migratorios entre Norte y Sur se reducen y los cañaris ingresan en una intensa actividad comercial especialmente con la Costa, aunque también sus diferentes pueblos se enfrasan en continuas guerras por la búsqueda de un poder hegemónico. Precisamente, en estas circunstancias surge Ingapirca como el gran centro religioso, político y administrativo que se impondrá en todos estos territorios y que con la llegada de los Incas su importancia crecerá hasta niveles de máximo apogeo, teniendo como rival tan solo a Tomebamba, la nueva Cuzco en el norte del Tahuantinsuyo (Chinchasuyo) y sobre cuyos vestigios se encuentra la actual ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay.

2.3.4 ITINERARIO

Día 1. Lunes o miércoles

Hora: Pick up 06:00
Lugar: Hoteles de la ciudad de Cuenca
Actividad: Salida desde la ciudad de Cuenca a Macas por la vía Mendez-Guarumales. Snack en el trayecto.
Visita a la casa de máquinas de la represa Hidroeléctrica de Paute

Hora: 15: 00
Lugar: Ciudad de Macas
Actividad Arribo a la ciudad de Macas. Check in en el hotel. Almuerzo.

Hora: 18:30
Lugar: Macas
Actividad: City tour panorámico nocturno de la ciudad de Macas. Cena. Alojamiento

Día 2. Martes o jueves

Hora: 07:30
Lugar: Hotel
Actividad: Desayuno.

Hora: 08:30
Lugar: Cascada Taylor
Actividad: Salida desde la ciudad de Macas a Ebenezer

Hora: 09:30
Lugar: Ebenezer
Actividad: Charla de inducción

Hora: 10:00
Lugar: Ebenezer
Actividad: Salida desde Ebenezer a la cascada Taylor

Hora: 13:00
Lugar: arribo a cascada Taylor
Actividad: Almuerzo tipo box lunch

Hora: 15:00
Lugar: Cascada Taylor
Actividad: Salida hacia Macas

Hora: 18:00
Lugar: Macas
Actividad: Arribo a la ciudad de Macas. Cena. Alojamiento

Día 3. Miércoles o viernes

Hora: 07:00
Lugar: Hotel
Actividad: Desayuno.

Hora: 08:80
Lugar: Macas - Yuquipa
Actividad: Visita a comunidad Indígena. Salida desde la ciudad de Macas al Río Yuquipa, traslado en canoa hasta las cabañas Yuquipa. Almuerzo

Hora: 14:00
Lugar: Yuquipa
Actividad: Caminata por la selva con interpretación ambiental

Hora: 19:00
Lugar: Yuquipa
Actividad: Cena. Programa cultural. Alojamiento

Día 4. Jueves o sábado

Hora: 06: 00
Lugar: Yuquipa - Río Upano
Actividad: Salida a Santa Rosa, Río Upano para hacer rafting

Hora: 10: 00
Lugar: Santa Rosa - Riobamba
Actividad: Salida desde Santa Rosa hacia la ciudad de Riobamba. Almuerzo en el trayecto

Hora: 18: 00
Lugar: Riobamba
Actividad: Arribo a la ciudad de Riobamba. Check in.

Hora: 19: 00
Lugar: Riobamba
Actividad: Recorrido panorámico de la ciudad. Cena. Alojamiento

Día 5. Viernes o domingo

Hora: 05: 00
Lugar: Riobamba
Actividad: Desayuno en el hotel.

Hora: 06: 00
Lugar: Tren en Riobamba
Actividad: Recorrido en Tren desde la ciudad de Riobamba hacia la Nariz del Diablo y retorno a Alausí. Snack en el trayecto

Hora: 14:00
Lugar: Alausí
Actividad: Almuerzo en Alausí. 30 minutos libre.

Hora: 15:30
Lugar: Alausí – Ingapirca
Actividad: Salida al Complejo Arqueológico de Ingapirca

Hora: 16:45
Lugar: Ingapirca
Actividad: Recorrido por el Complejo

Hora: 17:45
Lugar: Cuenca
Actividad: Salida a la ciudad de Cuenca

Hora: 20:00
Lugar: Cuenca
Actividad: Arribo a la ciudad de Cuenca

Fin de los servicios.

Nota: La actividad de rafting en el Río Upano es opcional, con un costo adicional

2.3.5 MAPA DE RUTA



2.3.6 COSTOS

Para establecer los costos del paquete se han tomado en cuenta los gastos fijos y variables que incurren en la operación y ejecución del mismo.

* ver documento adjunto de EXCEL

2.3.7 VENTA

La comercialización de este paquete se la hará a través de la entrega, en Agencias de Viajes, de dípticos explicativos con información básica como: itinerario, sitios de visita, mapa de ruta así como de una presentación personal del proyecto a los dueños, jefes y personas encargadas de counter de ventas de las distintas agencias, para que a su vez ellos se encarguen de la venta directa al público.

2.3.8 CONCLUSIONES

Luego de la elaboración del paquete, he llegado a las siguientes conclusiones:

- La elaboración de un paquete requiere del conocimiento de los lugares que se van a ofrecer.
- La megadiversidad hace que el Ecuador sea un país único en el mundo que tiene mucho para ofrecer al turista, solo hay que buscar la manera adecuada para hacerlo y el tiempo para recorrerlo.
- La tarifa de los paquetes turísticos no son muy relevantes en el momento de la venta, su demanda depende fundamentalmente del itinerario y los lugares de vista, así como de la calidad del servicio, sobre todo cuando se trata de un turismo extranjero, cuya cultura turística está más desarrollada.
- La elaboración del itinerario es talvez la parte más importante dentro de un paquete, pues de este depende su estructura, el número de días, los costos por supuesto el precio de venta al público.

CUENCA-MACAS

TODO INCLUIDO 5DÍAS/4NOCHES

NUMERO DE PAX O RANGO		2	3	4	5	6	7	8
COSTOS POR DÍA	ESPECIFICACIONES							
Día 1								
CUE-MACAS								
COSTOS FIJOS								
GUÍA		50	50	50	50	50	50	50
GUÍA ALIMENTACIÓN	A	12	12	12	12	12	12	12
GUÍA ALOJAMIENTO		15	15	15	15	15	15	15
TRANSPORTE		80	80	80	80	80	80	80
CHOFER								
CHOFER ALIMENTACIÓN				12	12	12	12	12
CHOFER ALOJAMIENTO				15	15	15	15	15
TOTAL COSTOS FIJOS		157	157	184	184	184	184	184
RANGO PAX PROMEDIO		2	3	4	5	6	7	8
COSTO FIJO POR PAX		78,50	52,33	46,00	36,80	30,67	26,29	23,00
COSTOS VARIABLES								
PAX ALMUERZO	BOX LUNCH	5	5	5	5	5	5	5
PAX CENA	MACAS	6	6	6	6	6	6	6
PAX ALOJAMIENTO	CABAÑAS DEL VALLE	25	18	15	15	15	15	15
PAX ENTRADAS								
PAX SNACKS		1	1	1	1	1	1	1
COSTO VARIABLE POR PAX		37,00	30,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
SUBTOTAL DEL DÍA POR PAX		115,50	82,33	73,00	63,80	57,67	53,29	50,00

DIA 2

MACAS

COSTOS FIJOS							
GUÍA		50	50	50	50	50	50
GUÍA ALIMENTACIÓN		12	12	12	12	12	12
GUÍA ALOJAMIENTO		15	15	15	15	15	15
TRANSPORTE		80	80	80	80	80	80
CHOFER							
CHOFER ALOJAMIENTO				15	15	15	15
CHOFER ALIMENTACIÓN				12	12	12	12
TOTAL COSTOS FIJOS		157	157	184	184	184	184
RANGO PAX PROMEDIO		2	3	4	5	6	7
COSTO FIJO POR PAX		78,50	52,33	46,00	36,80	30,67	26,29
COSTOS VARIABLES							
PAX DESAYUNO	HOTEL	3	3	3	3	3	3
PAX ALMUERZO	BOX LUCH	5	5	5	5	5	5
PAX CENA	HOTEL	6	6	6	6	6	6
PAX ALOJAMIENTO	MACAS	25	18	15	15	15	15
TOUR SUBCONTRATADO.GUÍA	CASCADA TAYLOR	40	40	25	25	25	25
COSTO VARIABLE POR PAX		79,00	72,00	54,00	54,00	54,00	54,00
SUBTOTAL DEL DÍA POR PAX		157,50	124,33	100,00	90,80	84,67	80,29

DIA 3

MACAS-YUQUIPA

COSTOS FIJOS	
--------------	--

GUÍA	50	50	50	50	50	50	50
GUÍA ALIMENTACIÓN	12	12	12	12	12	12	12
GUÍA ALOJAMIENTO	20	20	20	20	20	20	20
TRANSPORTE	80	80	80	80	80	80	80
CHOFER							
CHOFER ALIMENTACIÓN			12	12	12	12	12
CHOFER ALOJAMIENTO			20	20	20	20	20
TOTAL COSTOS FIJOS	162	162	194	194	194	194	194
RANGO PAX PROMEDIO	2	3	4	5	6	7	8
COSTO FIJO POR PAX	81,00	54,00	48,50	38,80	32,33	27,71	24,25

COSTOS VARIABLES

PAX DESAYUNO	HOTEL. INCL	4	4	4	4	4	4
PAX ALMUERZO	CABAÑAS	6	6	6	6	6	6
PAX CENA	CABAÑAS	7	7	7	7	7	7
PAX ALOJAMIENTO	YUQUIPA	30	30	25	25	25	25
PAX ENTRADAS	COMUIDAD SHUAR	10	10	10	10	10	10
TOUR SUBCONTRATADO	GUÍA SELVA	40	40	25	25	25	25
COSTO VARIABLE POR PAX		97,00	97,00	77,00	77,00	77,00	77,00

SUBTOTAL DEL DÍA POR PAX	178,00	151,00	125,50	115,80	109,33	104,71	101,25
---------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

DÍA 4**MACAS - RIOBAMBA**

COSTOS FIJOS

GUÍA		50	50	50	50	50	50
GUÍA ALIMENTACIÓN	B+L+D	12	12	12	12	12	12
GUÍA ALOJAMIENTO		15	15	15	15	15	15
TRANSPORTE		80	80	80	80	80	80
CHOFER							

CHOFER ALIMENTACIÓN			12	12	12	12	12
CHOFER ALOJAMIENTO			15	15	15	15	15
TOTAL COSTOS FIJOS	157	157	184	184	184	184	184
RANGO PAX PROMEDIO	2	3	4	5	6	7	8
COSTO FIJO POR PAX	78,50	52,33	46,00	36,80	30,67	26,29	23,00

COSTOS VARIABLES	
------------------	--

PAX DESAYUNO	HOTEL	3	3	3	3	3	3
PAX ALMUERZO	BOX LUNCH	5	5	5	5	5	5
PAX CENA	RIOBAMBA	6	6	6	6	6	6
PAX ALOJAMIENTO		22	22	22	22	22	22
COSTO VARIABLE POR PAX		36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00

SUBTOTAL DEL DÍA POR PAX	114,50	88,33	82,00	72,80	66,67	62,29	59,00
---------------------------------	--------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

DÍA 5
RIOBAMBA -TREN-CUENCA

COSTOS FIJOS	
--------------	--

GUÍA		50	50	50	50	50	50
GUÍA ALIMENTACIÓN	B+L	8	8	8	8	8	8
TRANSPORTE		80	80	80	80	80	80
CHOFER							
CHOFER ALIMENTACIÓN				8	8	8	8
TOTAL COSTOS FIJOS		138	138	146	146	146	146
RANGO PAX PROMEDIO		2	3	4	5	6	7
COSTO FIJO POR PAX		69,00	46,00	36,50	29,20	24,33	20,86

COSTOS VARIABLES	
------------------	--

PAX DESAYUNO	HOTEL	3	3	3	3	3	3
PAX ALMUERZO	BOX LUNCH	5	5	5	5	5	5

PAX ENTRADAS	INGAPIRCA	6	6	6	6	6	6	6
PAX TKTS	TREN	11	11	11	11	11	11	11
PAX SNACKS		1	1	1	1	1	1	1
COSTO VARIABLE POR PAX		26,00	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00

SUBTOTAL DEL DÍA POR PAX		95,00	72,00	62,50	55,20	50,33	46,86	44,25
---------------------------------	--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

COSTO TOTAL PAX		660,50	518,00	443,00	398,40	368,67	347,43	331,50
------------------------	--	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

CARGA FABRIL DIRECTA

COSTO NETO POR PAX		660,50	518,00	443,00	398,40	368,67	347,43	331,50
---------------------------	--	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

MARGEN UTILIDAD BRUTA	- % -	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
	\$	\$ 198,15	\$ 155,40	\$ 132,90	\$ 119,52	\$ 110,60	\$ 104,23	\$ 99,45
PRECIO VENTA PÚBLICO		\$ 858,65	\$ 740,00	\$ 632,86	\$ 569,14	\$ 526,67	\$ 496,33	\$ 473,57

I.V.A.	12%	103,04	88,80	75,94	68,30	63,20	59,56	56,83
--------	-----	--------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

P. V. P. -INCLUIDO IVA-		\$ 961,69	\$ 828,80	\$ 708,80	\$ 637,44	\$ 589,87	\$ 555,89	\$ 530,40
--------------------------------	--	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

COMISIÓN	10%	\$ 85,87	\$ 74,00	\$ 63,29	\$ 56,91	\$ 52,67	\$ 49,63	\$ 47,36
-----------------	------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

PRECIO NETO / TARIFA		\$ 772,79	\$ 666,00	\$ 569,57	\$ 512,23	\$ 474,00	\$ 446,69	\$ 426,21
-----------------------------	--	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

I.V.A.	12%	92,73	79,92	68,35	61,47	56,88	53,60	51,15
--------	-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

NETO -INCLUIDO IVA-		\$ 865,52	\$ 745,92	\$ 637,92	\$ 573,70	\$ 530,88	\$ 500,30	\$ 477,36
----------------------------	--	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

OBSERVACIONES

NO SE INCLUYE EL IVA EN EL COSTO DE LOS SERVICIOS
EN LOS HOTELES SE CONSIDERA EL 10 % DE SERVICIOS COMO COSTO
ALOJAMIENTO EN BASE COMPARTIDA (DOBLES)

2.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El conocimiento teórico es fundamental para la elaboración de un paquete turístico, pues no permite contextualizarnos en el tema y cumplir con los objetivos
- Es indispensable conocer el mercado al cual estará dirigido el paquete, pues de este depende la estructura y desarrollo del mismo.
- Es necesario tener en cuenta que existen diferentes maneras para hacer una investigación de mercado, esto nos da la oportunidad de escoger el método más óptimo de acuerdo a nuestras necesidades.
- La elaboración de un paquete requiere del conocimiento de los lugares que se van a ofrecer.
- La megadiversidad hace que el Ecuador sea un país único en el mundo que tiene mucho para ofrecer al turista, solo hay que buscar la manera adecuada para hacerlo y el tiempo para recorrerlo.
- La tarifa de los paquetes turísticos no son muy relevantes en el momento de la venta, su demanda depende fundamentalmente del itinerario y los lugares de vista, así como de la calidad del servicio, sobre todo cuando se trata de un turismo extranjero, cuya cultura turística está más desarrollada.
- La elaboración del itinerario es talvez la parte más importante dentro de un paquete, pues de este depende su estructura, el número de días, los costos por supuesto el precio de venta al público.

Después haber desarrollado este paquete turístico, me he dado cuenta que el Ecuador posee muchos hermosos lugares no explotados que sería indudablemente atractivos para turistas, por lo que sería muy interesante que las personas que se dedican a esta profesión recorran nuestro país en busca de nuevos destinos y conviertan al Turismo en un fuente económica importante para su sustento.

2.5 BIBLIOGRAFÍA

ADÉS, Harry. GRAHAM, Melissa. The Rouge Guide To Ecuador. Rouge Guides 2003

BOX, Ben. Sout American Handbook 2007. Footprint Edición 2007.

CHAN, Nélica. “Circuitos Turísticos, Programa y Cotización”. Segunda edición. Argentina 1994.

CORDERO, Juan. Ingapirca y Tomebamba. Imprenta Monsalve 2001.

CROWDER, Nicholas. Culture Shock!. Kuperad Print 2001

KUNSTAETTER, Roberto & Daisy. Ecuador y Galápagos. Footprint Edición 2007.

Internet

www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml.

http://imsturex.unex.es/PAGINA_DEMANDA/criterios.pdf.

www.boletin-turistico.com/lexico/lexicoi.htm.

[www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/4ecuador/biodiversidad.htmtorio\)](http://www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/4ecuador/biodiversidad.htmtorio)

[www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/4ecuador/biodiversidad.htmtorio\)](http://www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/4ecuador/biodiversidad.htmtorio)

<http://archivo.eluniverso.com/2005/08/11/0001/21/8196F319771E42FD8A6DA0FCAC4AB845.aspx>

http://www.vistaecuador.com/index.php?hasta=240&codi_seccion00&cod_seccion05&codigo01SE9jwJN.