

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION.
ESCUELA DE TURISMO

**TEMA: LLAVIUCU Y TOREADORA COMO DESTINO TURISTICO
DEPORTIVO.**

**TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA OBTENCION DE LA LICENCIA
DE GUIA SUPERIOR DE TURISMO**

AUTOR: MARISOL PLASENCIA

DIRECTOR: DR. RAUL CORDOVA

FEBRERO DEL 2009.

CUENCA-ECUADOR.

DEDICATORIA

Este trabajo de graduación lo quiero dedicar a la persona que ha estado allí siempre, en las buenas y en las malas, a tí mi amado esposo, LUIS EDUARDO, todo mi esfuerzo es y será para nuestro hogar, nuestra familia, recuerda siempre que detrás de un gran hombre hay una gran mujer, y ese gran hombre eres tu. Me ha costado muchas noches en vela pero al final miro los resultados y me siento muy satisfecha de haber dado un paso más en mi vida profesional. Te amo hoy y siempre.

AGRADECIMIENTOS:

Agradezco a Dios por haberme dado la suficiente paz y paciencia para poder culminar este trabajo sobrepasando las peores circunstancias de cada día.

Quisiera agradecer también, a mi amado esposo LUIS EDUARDO CISNEROS, que en el momento que mas lo necesite me supo dar su apoyo incondicional, al momento de ir a una biblioteca, al ministerio de turismo, a la universidad y otras instituciones, el ha sido mi eje en todo este curso. A ti papito millón de gracias, te amo y gracias por ayudarme a culminar lo que empecé.

En segunda instancia a mi querida jefa, Sra. Carmiña Iñiguez de Crespo, responsable de Austrorepresentaciones, empresa que me ha dado la oportunidad de desarrollarme dentro de mi medio profesional; a ella mil gracias, no tengo palabras para describir todo su apoyo al darme espacio dentro de la oficina para el desarrollo de mi proyecto.

RESUMEN

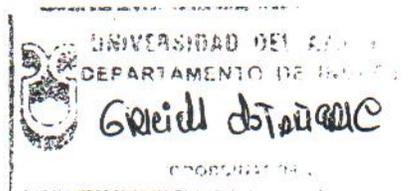
Mi tema, o Paquete Turístico, Llaviucu y Toreadora como Destino Turístico Deportivo esta integrado por dos capítulos, el Capítulo uno tiene un Marco Teórico de lo que es un Paquete Turístico, sus características, tales como la segmentación de mercado, valoración de los atractivos turísticos, que es un guión, itinerarios y rutas, costos y venta. En otras palabras vamos a tener conceptos básicos que nos servirán para aplicar el segundo capítulo a lo práctico.

En el capítulo dos, veremos el desarrollo de cada uno de los elementos mencionados anteriormente, tales como la segmentación de mercado, en este caso el paquete va dirigido hacia el deportista y todos quienes de una u otra manera están dentro del deporte, para la valoración de los atractivos se utilizarán fichas de valoración, se establecerá un guión, itinerarios con sus respectivas rutas, costos y los medios de venta, también se elaborará un CD y un Tríptico para la promoción y difusión de dicho paquete.

ABSTRACT

This thesis is separated into two chapters. The first is made up of a Theoretical Framework of what a Tourist package is, its characteristics, such as, market segmentation, valuation of tourist attractions, what a guide is, itineraries and routes, costs and sales; in other words, the basic concepts, which will help in putting the second chapter into practice.

In chapter two, we will see the development of each of the aforementioned elements such as market segmentation; in this case the package is aimed at the sportsman and everyone who, in one way or another, is into sport. For the valuation of the attractions, valuation cards will be used, where a guide, itineraries with their respective routes, costs and points of sale will be established. Further to this, a CD and a Flyer will be made to promote the package.



[Handwritten signature]

INDICE

DEDICATAORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRAC.....	v
INTRODUCCION.....	1

CAPITULO I: MARCO TEORICO

1.1	CONCEPTOS DE PAQUETE TURISTICO.....	2
1.1.5	CARACTERISTICAS DE UN PAQUETE TURISTICO.....	3
2.	TIPOS DE PAQUETES TURISTICOS.....	4
3.1	SEGMENTACION DEL MERCADO.....	6
3.1.1	VENTAJAS AL SEGEMENTAR UN MERCADO.....	9
3.1.2	DESVENTAJAS AL SEGMENTAR UN MERCADO.....	10
3.1.3	METODOS PARA LA SEGMENTACION DEL MERCADO.....	11
3.1.4	ESTRATEGIAS PARA LA SEGMENTACION.....	11
3.2	VALORACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS.....	12
3.2.1	COMO IDENTIFICAR Y EVALUAR LOS RECURSOS TURISTICOS.....	12
3.2.3	FICHA DE VALORACION.....	14
3.3	GUION.....	14
3.4	ITINERARIOS / DELIMITACION DE LA RUTA.....	15
3.4.1	CONCEPTOS.....	16
3.5	COSTOS.....	16
3.5.1	COSTOS.....	17
3.5.2	COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	18
3.5.3	COMO ESTABLECER LOS PRECIOS.....	19
3.6	VENTAS.....	20
3.6.1	MARKETING.....	20
3.6.2	PROMOCION Y DIFUSION.....	23
3.7	CONCLUSIONES.....	23

CAPITULO II: ELABORACION DEL PAQUETE TURISTICO

2.1.1	INTRODUCCION.....	24
2.1.1.2	PARQUE NACIONAL CAJAS.....	24
2.1.2	UBICACIÓN.....	25
2.1.3	FLORA.....	26
2.1.4	FAUNA.....	28
2.1.5	GEOLOGIA.....	29

2.1.6	SUELOS.....	29
2.1.7	ECOSISTEMAS ACUATICOS.....	30
2.1.8	HIDROLOGIA.....	30
2.1.9	CLIMA.....	31
2.1.10	ZONAS DE INTERES.....	31
2.1.11	HISTORIA Y DESARROLLO	32
2.1.12	FACILIDADES.....	33
2.1.13	PROTECCION.....	33
2.1.14	VISITANTES.....	34
2.1.15	SUGERENCIAS.....	34
2.2	ANTECEDENTES O CARACTERIZACION DEL PAQUETE.....	35
2.2.1	EL DEPORTE Y EL TURISMO.....	35
2.2.2	EL TURISMO DEPORTIVO.....	36
2.2.3	DISCIPLINAS DEPORTIVAS	36
2.2.4	CUENCA DESTINO DEPORTIVO	38
2.2.5	ANTECEDENTES DE LA FEDERACION DEPORTIOVA DEL AZUAY.....	39
2.2.6	DESARROLLO DE CUENCA COMO CAPITAL DEPORTIVA.....	39
2.2.7	INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA.....	40
2.3	ELABORACION DEL PAQUETE TURISTICO.....	40
2.3.1	SEGMENTACION DEL MERCADO	41
2.3.2	VALORACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS- FICHAS.....	42
2.3.3	GUION.....	48
2.3.3.1	DIA 1.....	48
2.3.3.2	DIA 2.....	57
2.3.4	ITINERARIO.....	57
2.3.4.1	DIA 1.....	58
2.3.4.2	DIA 2.....	59
2.3.5	COSTOS.....	59
2.3.5.1	DETERMINACION DEL RESULTADO PROYECTADO	61
2.3.5.2	INGRESOS.....	62
2.3.5.3	RENTABILIDAD DE VENTAS.....	62
2.3.5.4	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	63
2.3.6	VENTAS.....	64
2.3.7	PROMOCION Y DIFUSION.....	65
2.3.7.1	CD TOREADORA Y LLAVIUCU COMO DESTINO TURISTICO DEPORTIVO.....	65
2.3.7.2	TRIPTICO.....	66
2.4	CONCLUSIONES DEL CAPITULO	67
2.5	CONCLUSIONES GENERALES.....	68
2.6	RECOMENDACIONES GENERALES.....	68
3	BIBLIOGRAFIA.....	70
4	ANEXOS.....	72

INFORME FINAL

CAPITULO 1

MARCO TEORICO

INTRODUCCION

En la última década Cuenca ha venido tomando un lugar muy importante dentro del ámbito deportivo, pero específicamente el Parque Nacional Cajas como destino Turístico Deportivo.

La ciudad de Cuenca cuenta con una infraestructura deportiva de primera, digna de haber sido sede de eventos internacionales muy importantes, por ejemplo los Juegos Sudamericanos Odesur 98, etc., hechos que son trascendentales porque han dado origen la afluencia de turistas para el desarrollo del sinnúmero de actividades deportivas o simplemente desea disfrutar de la visita por motivo de deportes nuestra ciudad.

En la actualidad todos en algún momento habremos escuchado de los entrenamientos de altura es por ello, que en este proyecto de graduación lo que tengo por objetivo enfocarme hacia un mercado específico como es el Deportivo, dándoles la oportunidad al turista deportivo en este caso a tener un momento de relajación pre o post competencia, o simplemente para acoplarse a la altura, y a todas las personas como prensa, directivos, familiares de deportistas mostrarles los recursos naturales y paisajísticos con los que cuentan la Laguna Toreadora y Llaviucu.

Con mi proyecto voy a difundir el Turismo Deportivo, para propios y extraños, mediante la promoción y difusión de material promocional que lo desarrollare en el capitulo 2.

Es importante la información bibliográfica por lo que en el capitulo 1, cuento con una Marco Teórico amplio para luego solamente aplicarle a la practica.

1.-CONCEPTOS DE PAQUETE TURISTICO:

1.1.- Es el Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas aéreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte ya sea aéreo, terrestre o marítimo, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones.

“Jar Jafari 2002, lo define también como " formato de viaje con todo incluido organizado por intermediarios, en este caso por mayoristas, agencias de viaje, operadoras de turismo.

Otra definición es el Conjunto de bienes y servicios que se comercializan como un solo producto o marca y se vende con un precio unitario para todo el paquete.

Se puede definir además como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo. (HELO.2003)

“Fuente: <http://www.boletin-turistico.com/diccionario/default.asp?Letra=P>”

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

“Fuente:www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,paquete+tur%C3%ADstico.xhtml”

1.1.3.- Es el Producto que reúne varios servicios como el transporte, alojamiento, excursiones, alquiler de coches, etc.

Fuente:”<http://diccionario.worldispnetwork.com/documents/turismop.html>”

1.1.4.- En análisis y basada en los conceptos anteriores me permito adjuntar un concepto personal de Paquete Turístico: es el conjunto de servicios, recursos naturales y humanos, como el Alojamiento, alimentación, transportación, guías, en base siempre a un programa organizado previamente establecido con un costo global, e intermediación que hoy en día es una actividad a la cual se dedican la mayor parte de agencias de viajes operadoras y mayoristas. Siendo muy importante la responsabilidad de cumplir con lo descrito en el mismo para satisfacción del cliente, es necesario también que un paquete turístico siempre lleve consigo una imagen de la empresa dueña del mismo como es el logo, direcciones, etc.

1.1.5 CARACTERISTICAS

Un paquete turístico tiene seis elementos fundamentales:

- Segmentación del mercado.
- Valoración de los atractivos turísticos.
- Guion.
- Itinerarios/ delimitación de ruta.
- Costos.
- Venta.

2. TIPOS DE PAQUETES TURÍSTICOS:

Para clasificación de paquetes turísticos se deben tomar en cuenta las siguientes variables:

- a.- La organización de la prestación
- b.- La modalidad del viaje
- c.- La duración del programa
- d.- El territorio recorrido
- e.- La temática
- f.- La Forma de Operación
- g.- Los usuarios del producto

En principio se distinguen dos tipos de programas: locales o excursiones y los regionales o tours.

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, entendiendo por centro turístico el espacio urbano donde se sitúan los servicios, los atractivos y el espacio rural inmediato en el que se puede emplazar atractivos operados desde el centro. Deben ser determinados con exactitud trazando un radio de influencia a partir del ejido urbano y tiene una longitud equivalente a la distancia que se puede recorrer por los caminos existentes durante un lapso de 2 horas en viaje de ida. Teniendo una duración de medio día y un día completo, de acuerdo a su centro y sus atractivos a visitar.

Tenemos la siguiente clasificación:

2.1.-POR SU ORGANIZACIÓN:

- Programa Estandart para grupos.
- Programa Esandart para individuales
- Programa Especiales para grupos
- Programa Especial para individuales.

2.2.-POR SU DURACION:

- PROGRAMAS LOCALES:
 - TRASLADOS
 - EXCURSIONES: city tour, visitas ciudad, tour de compras, nocturnas, y excursiones.
- PROGRAMAS REGIONALES:
 - FIN DE SEMANA: 1 noche
 - MINITURISMO: 2 a 5 noches
 - LARGA DISTANCIA: mas de 5 noches.

2.3.-POR EL TERRITORIO:

- Zonal
- Regional o Zonal

2.4.-POR SU TEMATICA:

- General
- Especifica

2.5.-POR SU MODALIDAD:

- Itinerario
- Estancia

2.6.-FORMA DE OPERACIÓN:

- Eventual
- Regular

2.7.-POR SU USUARIO:

- Grupo
- Individual

Fuente: “Libro Circuitos Turísticos, Autor: Nérida Chan, Universidad de Morón 1977.

3.1. SEGMENTACION DEL MERCADO

La segmentación de mercado dentro del ámbito turístico, es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos. Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mixto de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada.

Requisitos para una buena segmentación:

- Homogeneidad en el segmento.
- Heterogeneidad entre segmentos.

- Estabilidad de segmentos.
- Los segmentos deben ser identificables y medibles.
- Los segmentos deben ser accesibles y manejables.
- Los segmentos deben ser lo suficientemente grandes como para ser rentables.

Las **variables** utilizadas para segmentación incluyen:

VARIABLES GEOGRÁFICAS

- Región del mundo o del país
- Tamaño del país, clima.

VARIABLES DEMOGRÁFICAS

- Edad
- Género
- Orientación sexual
- Tamaño de la familia
- Ciclo de vida familiar
- Ingresos
- Profesión
- Nivel educativo
- Estatus socioeconómico
- Religión
- Nacionalidad

VARIABLES PSICOGRÁFICAS

- Personalidad
- Estilo de vida
- Valores
- Actitudes

VARIABLES DE COMPORTAMIENTO

- Búsqueda del beneficio
- Tasa de utilización del producto
- Fidelidad a la marca
- Utilización del producto final
- Nivel de “listo-para-consumir”.
- Unidad de toma de decisión

Cuando muchas variables se combinan para proporcionar un conocimiento profundo del segmento, se le conoce como **segmentación profunda**. Cuando se da suficiente información para crear una imagen clara del miembro típico del segmento, se llama **perfil del comprador**. Una técnica estadística utilizada habitualmente en determinar un perfil es el clúster análisis (análisis de grupo)

Los beneficios de la segmentación de mercados pueden ser:

- Identificar las necesidades más específicas para los submercados.
- Focalizar mejor la estrategia de marketing
- Optimizar el uso de los recursos empresariales de
 - Marketing

- Producción
- Logística
- Toma de decisiones
- Hacer publicidad más efectiva
- Identificar un nicho propio donde no tenga competencia directa.
- Aumentar las posibilidades de crecer rápidamente en segmentos del mercado sin competidores

“Fuente:

http://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado. Esta página fue modificada por última vez el 17:55, 9 nov. 2008. “

3.1.1.-VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA SEGMENTACION DE MERCADOS VENTAJAS AL SEGMENTAR UN MERCADO

- Se tiene una clasificación más clara y adecuada del producto que se vende.
- Se centraliza en el mercado hacia un área específica.
- Se proporciona un mejor servicio.
- Se tiene buena imagen, exclusividad y categoría.
- Facilita la publicidad el costo.
- Logra una buena distribución del producto.
- Se obtienen mayores ventas.
- Se conoce cual es el mercado del producto para colocarlo en el sitio o momento adecuados.
- Se trata de dar a cada producto su posicionamiento.
- Se sabe cual es la fuente del negocio y donde se enfocaran los recursos y esfuerzos.

- Si no existiera la segmentación los costos de mercadotecnia serian más altos.
- Se ahorra tiempo dinero y esfuerzo al no colocar el producto en donde no se va a vender.
- Se define a quien va dirigido el producto y las características de los mismos.
- 2 El mercado tiende a emplearse.
- Se facilita el análisis para tomar decisiones.
- Se diseña una mezcla de mercadotecnia más efectiva.
- Se optimizan los recursos.
- Se conoce el costo de la distribución del producto.
- Se tiene una información certificada de los que se requiere.

3.1.2 DESVENTAJAS AL SEGMENTAR UN MERCADO

La disminución de utilidades al no manejar la segmentación de mercados correctamente.

- Que el producto no se coloque en el lugar ni en el momento adecuado.
- Que no este bien planeada la segmentación y pudiera dejar fuera muchos clientes.
- Que no se determinen las características de un mercado.
- Perder oportunidad de mercado.
- No utilizar las estrategias adecuadas de mercado.
- El alto costo que existe en México para obtener la información.

3.1.3 METODOS PARA LA SEGMENTACION DEL MERCADO

- Mercadotecnia diferencia la empresa no encauza sus esfuerzos hacia un solo segmento del mercado no reconoce a los diferentes segmentos del mercado sino que los considera un todo común con necesidades similares y diseña un producto y un programa de mercadotecnia para un gran numero de compradores, auxiliando de medios publicitarios.
- Mercadotecnia diferenciada este método se caracteriza por tratar a cada consumidor como si la única persona en el mercado. La empresa pasa por dos o más segmentos del mercado y diseña productos y programas de mercadotecnia por separado para cada uno de esos segmentos.
- Mercadotecnia concentrada este método trata de obtener una buena posición de mercado en pocas áreas es decir busca una mayor porción en un mercado en lugar de buscar menor porción en un mercado grande.

3.1.4 ESTRATEGIAS PARA LA SEGMENTACION

- Hacer una clasificación de clientes mediante las estadísticas que registre la adquisición de un producto específico por edades y por periodos.
- Hacer un estudio de mercado utilizando la mayoría de las variables (bases) dentro de todo sistema.
- Producción de mercado no se ofrece un solo producto en el mercado se considera varios productos que el consumidor vaya a comprar.

“Fuente: <http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/mercadotecnia1/t35.htm>”

3.2. VALORACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

3.2.1.-COMO IDENTIFICAR Y EVALUAR LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Para poder realizar una actividad turística es importante identificar, conocer y evaluar los recursos turísticos que no son más que los atractivos de un área determinada, esto le permitirá disponer de una información fundamental para detectar y valorar las posibilidades de desarrollo turístico con que cuenta la zona.

Los recursos o atractivos turísticos están dentro de varias categorías como:

- Atractivos naturales
- Patrimonio histórico y museos
- Folklore y manifestaciones de la cultura tradicional
- Realizaciones artísticas o técnicas contemporáneas
- Acontecimientos programados

3.2.2 PARA EVALUAR LOS RECURSOS TURÍSTICOS ES NECESARIO:

- a.- IDENTIFICACION: aquí se realizara la localización geográfica.
- b.- VALORACION CUANTITATIVA: donde se contarán el número de recursos.
- c.-VALORACION CUALITATIVA: aquí se valorará el atractivo y su estado de conservación.
- d.- ACCESIBILIDAD Y ACONDICIONAMIENTO: se debe valorar el como llegar, condiciones de su entorno, y la necesidad o no de su acondicionamiento.
- e.- SUGERENCIAS: donde se puede proponer nuevas ideas para introducir mas adelante.

En primera fase se puede valorar de forma global basándose en el grado de conocimiento y de atracción de los recursos.

En segunda, se hará una valoración mas especifica en función del mercado al que nos dirigimos.

Es importante clasificar los recursos turísticos, y a su vez dar su valoración donde se establecen niveles, teniendo en cuenta el siguiente significado de cada nivel:

4 PUNTOS= Valoración muy buena; recurso que atrae por si mismo a un gran numero de turistas nacionales y extranjeros.

3 PUNTOS= Valoración buena; recurso que atrae a buen numero de turistas nacionales.

2 PUNTOS= Valoración regular; recursos que atraen a turistas de la misma comunidad autónoma.

1 PUNTO= Valoración mala; recursos que no atraen a turistas, por estar en mal estado o por no estar organizados y dados a conocer, o no estar valorados como tales.

Para evaluar un Recurso específico, es ideal realizar una ficha con puntos concretos, como el tipo de atractivo, una breve descripción, los tipos de acceso, señalización y calidad del entorno, su estado de conservación y grado de aprovechamiento, todo esto debería llevar su propia valoración. Es la única manera de obtener una información objetiva y proponer acciones para mejorar lo que el turista puede ver o hacer.

Fuente: “Organización e Implementación de la Residencia de la FDA, con criterio Hotelero, Autor: Marisol Plasencia y Andrea Rodas, 2006”.

3.2.3 FICHA DE VALORACION

NOMBRE DEL ATRACTIVO				
FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO		PROVINCIA	ACCESOS
	TIPO	SUBTIPO	CIUDAD	LATITUD
			CANTON	LONGITUD
	CATEGORIA		PARROQUIA	UTM
	JERARQUIZACION		ALTURA	

Fuente: “Material Bibliográfico del Curso para Obtención del Título de Guía Nacional, Lic. Narcisa Ullauri, UDA 2009”.

3.3 GUION

SU CONCEPTO:

Son ayudas visuales que permiten el mejor desarrollo de la explicación. En caso de olvido, los detalles nos recuerdan todo, se debe elaborar una información precisa de un determinado lugar, de una excursión o un circuito, detalles que la hagan interesantes, anécdotas, información proporcionada por otros colegas sobre un determinado lugar. Releer un trabajo, realizar por dos veces la excursión solo a manera de investigación. Visite los monumentos, lea las placas ubíquese en el lugar, son un excelente punto de referencia, explore las montañas, los ríos. Tome nota con pequeños detalles una sola palabra referente al árbol: si es una especie endémica o introducida, su nombre científico, sus usos, etc. Haga un informe de

cada una de sus visitas y luego saque solamente un detalle que le dará una visión de la explicación.

No es posible leer en una gira, sin embargo palabras sueltas que están unidas como eslabones nos permiten recordar esos detalles que nos encantaron en nuestra investigación y nos ayudaran a enseñar sobre determinado tema con propiedad. Ejemplo: chuquiragua, endémica, flor del andinista, medicina de altura, al enseñar la flor sabemos algo referente a esta especie y podemos entregar un comentario efectivo.

Lo mas importante es la propia preparación, estar seguros de nuestros conocimientos y luego iniciar con la parte técnica.

Fuente: “Libro Técnicas de Guiar, Autor: Lcda. Narcisa Ullauri Donoso, 2000.”

3.3.1 CONCEPTO PERSONAL DE GUIÓN:

El Guión es una secuencia de palabras o frases, que nos sirven de apoyo para recordarnos detalles del lugar en el que estamos guiando, muchas de las veces tienen que ser anécdotas que expliquen el valor o importancia del atractivo el cual estamos describiendo, narrando y dando a conocer al visitante. Si utilizamos palabras técnicas estas deben ser en primer lugar definidas en un lenguaje fácil de entender para las personas a las que nos dirigimos. Ejemplo: especie endémica; comenzaremos diciendo que a una especie única en el mundo, se la conoce como especie endémica.

3.4. ITINERARIOS/ DELIMITACION DE LA RUTA

3.4.1 CONCEPTOS

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

Fuente:” Rutas e itinerarios turísticos, de Gómez y G.-Quijano”;

<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,itinerario.xhtml>

- Se trata de la descripción de un determinado recorrido que suministra datos, sobre los atractivos situados en el, son verdaderas guías de viajeros personalizadas. Su objeto es orientar al turista y brindarle información, acerca de cómo emplear su tiempo en visitar lugares turísticos.
- Bajo mi criterio, un itinerario es la descripción de todas las actividades y lugares que realizaremos y visitaremos, cabe recalcar que en nuestro país es muy frecuente el no colocar horas fijas ya que ha menudo por a o b circunstancias no se cumplen, lo cual nos crea un ambiente de duda en el cliente por lo que es muy importante colocar por lo menos horas aproximadas.

3.5 COSTOS

Para entender que es un costo debemos mencionar los elementos que lo conforman, mediante la Ecuación de la Contabilidad, que nos servirá para la fijación de un costo o precio del paquete que tenemos por objetivo.

$$A = PS + PT + I - C Y G$$

A = activos, es el producto de la inversión que quiere realizar una actividad o negocio.

INVERSION: conformada por el capital de trabajo y bienes de apoyo como una oficina, muebles, equipos de computación, vehículos, etc.

PS= Pasivos, Deudas, es decir mis fuentes de financiamiento, ajenas externas como es el caso de los prestamos.

PT= Patrimonio, que es una fuente de financiamiento propia

I = Ingresos de mis ventas.

C= Costo del paquete turístico.

G= Ganancia.

3.5.1. COSTOS

Llamado también Precios, además de fijar el valor económico de los productos y servicios, estos regulan todo tipo de negocio ya que:

- Ejerce una gran influencia en los negocios.
- Determina el margen de beneficio.
- Determina la rentabilidad que la empresa va a alcanzar.
- Muchos de los consumidores se verán atraídos o alejados de determinados productos solo por el precio.

El precio como tal no es más que un intercambio, pero a través de el se consiguen algunos objetivos como: cubrir costes, tener beneficios, conseguir clientes, se debe tener una estrategia de precios, que permita alcanzar la mayor rentabilidad posible.

Antes de fijar el precio hay que tener en cuenta todos los costes que se han generado, el precio debe cubrir todos estos costes y proporcionar un buen rendimiento a los interesados, es un elemento importante cuando se van a establecer los márgenes de beneficio que se quieren alcanzar, no se deben obviar costes de producción, distribución, publicidad y promoción del producto o servicio.

Las empresas que establezcan precios bajos, favorecen a una mayor atracción por parte de los consumidores y tienen una mejor participación en el mercado, pero el tener unos costes bajos no siempre significa que los precios van a ser bajos, ya que suelen ponerse a la altura de los competidores y obtienen un mayor beneficio.

Los costes pueden ser fijos o variables:

1. FIJOS: no varían con el nivel de producción ni ventas.
2. VARIABLES: dependen de la cantidad de clientes y las necesidades internas de la empresa.

3.5.2 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTES FIJOS	COSTES VARIABLES
Prestamos, hipotecas y amortizaciones	Horas extras y personal extra
Salarios	Gas, luz, agua, teléfono.
Alquileres	Compras de materia prima para la elaboración de menús
Contratos de mantenimiento: ordenadores, maquinaria, etc.	Compras de diferentes tipos de bebidas
Cuotas: prensa, revistas técnicas, etc.	Reparaciones no incluidas en garantía
Seguros	Publicidad
Tributos e impuestos	

Antes de fijar un precio, se debe observar la relación que hay entre el precio y la demanda que el producto o servicio tenga.

3.5.3.- COMO ESTABLECER LOS PRECIOS

En turismo los criterios más comunes que se utilizan para fijar los precios son:

1. Criterios económicos y empresariales.
2. Criterios centrados en el cliente.
3. Criterios establecidos según la forma de actuar de la competencia.

Los precios tienen que ser competitivos y el margen de beneficio tiene que ser el mayor posible.

1. Desde el punto de vista económico, los criterios que se siguen son en función a los costes, hay que conocer exactamente los costes totales y a partir de allí decidir el margen de ganancia y además saber cuanto es necesario vender para empezar a obtener ganancia.
2. Desde el punto de vista del cliente, los criterios que se siguen son en base a la cantidad de producto que el mercado va a absorber y la demanda depende de varios factores como: la moda, el precio, el atractivo del producto, etc. Es necesario ajustar el precio para obtener máximas ventas y excelentes beneficios.
3. Desde el punto de vista de la competencia, hay que tener los suficientes datos para saber cuales son los precios de la competencia y de esta manera poder adecuar los propios.
4. En el sector turístico la fijación de precios no es sencilla ya que los productos o servicios turísticos son en la mayoría de los casos intangibles, no almacenables y perecederos, por eso la mejor manera de actuar es la de

establecer estrategias que se puedan manejar según las distintas temporadas y el momento de vida en el que se encuentre el producto servicio.

Se suele establecer una reducción en los precios cuando:

- Se quiere llamar la atención del cliente y conseguir atraerlo hacia un producto o servicio.
- Si el nuevo precio resulta rentable y se pretende además atraer a un gran número de clientes.
- Si se trata de acabar con un producto que está quedando anticuado.

Fuente: “Organización e Implementación de la Residencia de la FDA, con criterio Hotelero, Autor: Marisol Plasencia y Andrea Rodas, 2006”.

3.6 VENTA

3.6.1.- MARKETING

Para que una venta tenga resultados positivos debemos estudiar minuciosamente que marketing vamos utilizar. Entendiendo por Marketing que es “el proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan tanto los objetivos individuales como los de las organizaciones”.

El Producto, es todo aquello que puede ser ofrecido para satisfacer una necesidad. Este puede ser cualquier bien, servicio o idea, que tenga algún tipo de valor para el usuario, es el motivo por el cual se da un intercambio, este es el acto de obtener algo (producto, servicio, etc.) a cambio de algo (precio).

El mercado esta compuesto de consumidores potenciales los mismos que para satisfacer sus necesidades están dispuestos a realizar un intercambio con otros elementos de valor que estos poseen.

Pero no es sino hasta el año 1960 que las estrategias de Marketing se aplican al Turismo, ya que en tiempos anteriores la demanda era reducida y los sistemas productivos sencillos, todo lo que producían se ajustaban perfectamente a la demanda existente. A partir de este año, la actividad turística se ha ido volviendo más compleja, han aumentado las empresas dedicadas a esta actividad, por lo que existe mucha competencia y debido a esto el Marketing ha evolucionado y ha adquirido nuevas funciones en el interior de las empresas u organizaciones.

● MARKETING ESTRATEGICO:

Estudia las oportunidades y riesgos del mercado y busca un posicionamiento competitivo en los distintos sectores en los que se encuentra, su estrategia esta orientada hacia el consumidor, busca obtener ventajas a largo plazo. Sus actividades son:

- 1.- Ver a quienes esta dirigida la oferta.
- 2.- Segmentar el mercado.
- 3.- Conocer la competencia.
- 4.- Analizar la posibilidad de proporcionar ventajas a terceros, que luego serán ventajas para la empresa.
- 5.- Hacer alianzas estratégicas a mediano y a largo plazo.

6.- Realizar un análisis del entorno genérico (económico, demográfico, político, etc.) que afecte a los resultados.

7.- Realizar un estudio interno, para detectar fallos y poder solucionarlos rápidamente.

- **MARKETING OPERACIONAL:** es un método de acción para poner en marcha las estrategias desarrolladas para alcanzar los objetivos trazados, sus actividades son:

1.-Elaborar políticas comerciales (producto, precio, comunicación y distribución) para poder desarrollar la estrategia seleccionada.

2.-Ejecutar la política comercial y controlar esas estrategias.

La investigación dentro del Marketing es esencial, ya que nos permite saber el comportamiento de los consumidores y del mercado, para alcanzar el objetivo de la empresa que no es otro que elevar el beneficio obteniendo la máxima rentabilidad y el menos coste. Es necesaria la obtención de información ya que:

- Disminuye el tiempo necesario para tomar decisiones.
- La competencia se ha internacionalizado, ya no se compite solo en el ámbito local o regional, sino ahora también internacional.
- Incremento del nivel de vida.

Fuente: “Organización e Implementación de la Residencia de la FDA, con criterio Hotelero, Autor: Marisol Plasencia y Andrea Rodas, 2006”.

3.6.2 PROMOCION Y DIFUSION

La promoción se la realizara en puntos estratégicos, y a través de la realización de un video, y trípticos.

3.7 CONCLUSIONES

En este capitulo he podido ampliar y recordar mis conocimientos de lo que es un Paquete turístico, y puedo concluir que un Paquete Turístico tiene seis elementos indispensables y son los siguientes:

- Segmentación del mercado
- Valoración de los Recursos Turísticos a ser visitados.
- Guion
- Itinerarios
- Costos
- Ventas.

CAPITULO 2

2.1. ELABORACION DEL PAQUETE

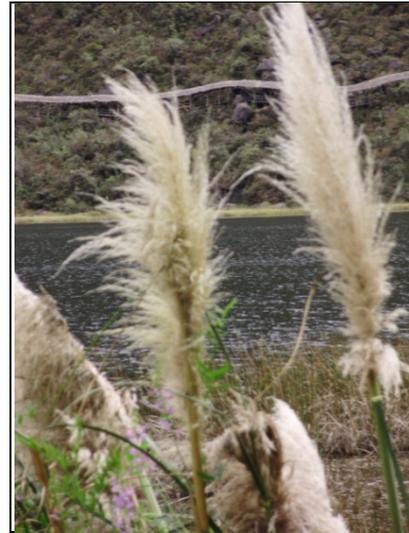
2.1.1. INTRODUCCION

Como es conocimiento de todos, el Parque Nacional Cajas es uno de los destinos más importantes de la región, especialmente hoy en día para los entrenamientos de altura, para deportistas y de personas en general que gustan de un turismo deportivo. El mismo que será pre y post competencias.

Comenzaremos entonces describiendo los dos puntos que serán visitados dentro del paquete que elaborare mas adelante, como son la Laguna Toreadora con sus respectivos atractivos y Llaviucu, con las características mas sobresalientes del Bosque Húmedo, donde realizaremos cuatro actividades específicamente, Senderismo, Pesca Deportiva, Entrenamientos de adaptación a la altura, y escalada (rafting), mencionaremos cada uno de los servicios dentro del mismo. El siguiente paquete turístico tendrá una duración de 2Dias 1Noche, siendo el Parque Nacional Cajas, nuestro destino.

2.1.1.2 PARQUE NACIONAL CAJAS

El Parque Nacional Cajas tiene una extensión de casi 30 mil hectáreas de bosques naturales, donde se asientan más de 230 lagunas de diversos tamaños. El Parque es un paraíso para los amantes de la pesca deportiva, que podrán encontrar en las lagunas gran cantidad de truchas, la especie piscícola más importante del Parque. En este maravilloso paraje de a naturaleza viven, además, gran cantidad de especies de aves, algunas de ellas en peligro de extinción. Para observar el ave símbolo de nuestra nacionalidad, el cóndor, no existe mejor lugar que el Cajas.



2.1.2. UBICACIÓN

El Parque Nacional Cajas, de 29.000 has, integra la cordillera occidental de los Andes y esta ubicado en la provincia del Azuay, 34 Km. al occidente de la ciudad de Cuenca, en la vía Cuenca-Sayausí-Molleturo. Se encuentra entre los 3.000 y 4.500 metros sobre el nivel del mar, los 2° 42' y 2° 58' de latitud sur y los 79° 05' y 79° 25' de longitud oeste.

El área del Parque está dentro de las parroquias rurales de Sayausí, San Joaquín, Chaucha y Molleturo, del cantón Cuenca. El Ministerio del Ambiente lo incorporó al Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, ya que posee características arqueológicas sobresalientes, valores y cualidades excepcionales que son parte de los objetivos nacionales de conservación y protección de culturas valiosísimas.



Fuente: www.pnc.com/etapa

La riqueza más sobresaliente del Parque Nacional Cajas, constituye sin lugar a dudas sus lagunas, junto a las que viven varios tipos de comunidades. Esta riqueza hídrica se refleja en más de 232 lagunas, que dan origen a los ríos Yanuncay y Tome bamba, que atraviesan la ciudad de Cuenca. El Tome bamba abastece del agua que para su potabilización requieren la ciudad y sus alrededores.

Casi en su totalidad la superficie del Parque Nacional se encuentra en estado natural, a excepción del sector de Surocucho que pertenece a la ETAPA.

2.1.3. FLORA

SU VEGETACIÓN

La flora representativa del Cajas se encuentra agrupada en bosques que incluyen árboles y arbustos de regular tamaño (10 m); chaparros, que son especies vegetales de hasta cinco metros de altura; praderas, bosquetes que incluyen plantas leñosas; y pajonales con la especie predominante que es la paja.

En el Parque se han identificado cuatro zonas de vida:

a.- EL BOSQUE HÚMEDO MONTANO

Es el área correspondiente a Surocucho, en la frontera noreste, entre los 2.900 y

3.000 metros sobre el nivel del mar, con una extensión de 60 a 70 hectáreas de bosque primario, considerado el único en este sector del país y árboles de tamaño regular como el pichul. Guabisay, sarar, chachacoae y otros; además de una gran variedad de epifitas, bromelias y helechos.

b.- EL BOSQUE PLUVIAL MONTANO

En el área del Cajas se encuentra el único reducto de Bosque Nublado del Austro (bosque pluvial Montano), ubicado entre las lagunas de Llaviucu y Taitachugo. Como especies que crecen en altitudes mayores se encuentran rodales puros de quinua (*Polylepis*) o árbol de papel, entre otras.

Entre los 2.900 y 3.400 metros de altitud, con árboles residuales de guabisay (*Podocarpus* s), sarar (*Weinmania* sp), pichul (*Vallea stipulares*), chachacoma (*Escallonia mirtilloides*), duco (*Clusia* sp), quinua amarilla y roja (*Polylepis* sp) y, como sotobosque los helechos, musgos, bromeliáceas y orquídeas de diferentes géneros.

El bosque Chaparro esta compuesto por especies representativas como el gañal (*Embotrium grandiflorum*), garau (*Lomatia oblicua*), joyapa (*Ceratos tema* sp), violeta (*Lorantus nitidus*), sure (*Chausquca* sp).

c.- EL BOSQUE PLUVIAL SUBALPINO

Entre los 3.400 y 4.200 metros sobre el nivel del mar, con precipitaciones del orden de 1.000 mm, su principal vegetación son los pajonales. La mayor extensión de la zona, asociada con plantas leñosas como la chuquiragua, el cubilán, el jalo y el ciprés de cerro. Es el lugar donde se encuentra la mayor

cantidad de lagunas. En una mínima área boscosa, se encuentran remanentes de especies como la quinua negra y tushig, asociados con la chachacoma de altura, shusupillo y chuquiragua. El sotobosque se compone de musgos, gulag de agua y sachacoca.

Entre las plantas herbáceas encontramos a la sarashima, sara morocho. Sachacoca, lechuga y ñachag.

d.- EL BOSQUE MUY HÚMEDO ALPINO

Formado de picos y elevaciones que sobrepasan los 4.200 metros sobre el nivel del mar y su principal vegetación es la paja, asociada en algunas zonas con el ciprés de cerro y la arquitecta.

2.1.4. FAUNA

Entre las principales especies de la fauna, mamíferos, están el puma, hurí, raposo, chucurillo, añaz (*Conepatus quitensis*), zorro, guatusa, conejo, rata, ratón, augur, venado, yamala (*Mazama rufina*), danta, oso de anteojos, el guagur o puerco espín y murciélago, entre otros.

Las aves identificadas son el halcón, azulejo, cóndor, pituyo pajonal, curiquinga, chaupau (*Gallaria quitensis*), el cuchipau (*Gallinago* sp.), chirote, gavián, gaviota, golondrina, lechuza, mirlo, pájaro carpintero y patos zhiro, blanco, amarillo y de ala azul, pava de monte, perdiz, polla de agua, el chaupau el mirlo, predicador, quilico, torcaza, tórtola, tuga y quinde de la chuquiragua.

Entre los vertebrados que se encuentran en el Cajas están los anfibios y reptiles; en las lagunas hay truchas de diferentes especies; existen también crustáceos,

diplópodos, chilopodos, arácnidos e insectos que forman parte de la familia de los invertebrados.

2.1.5. GEOLOGÍA

Los valles glaciares muestran la existencia de uno muy grande que cubrió toda la zona Andina superior a los 3.000 metros de altura y cuyos casquetes de hielo se desprendieron en lenguas que alcanzaron hasta las hoyas.

La parte superior de estos valles se caracteriza por la gran cantidad de lagunas de diversos tamaños, que se han formado en irregularidades labradas por el hielo en la roca andesítica.

En el Cajas existen rocas volcánicas de edad cretácica y pleistocénica. En la zona, las características geológicas representan los períodos Mesozoico y Cuaternario.

2.1.6. SUELOS

Predominan los de origen volcánico con una profundidad de 25 a 40 cm., gran acumulación de materia orgánica, pero con afloramientos rocosos o superficiales.

La mayoría de las rocas se encuentra a menos de 50 cm. de la superficie. El régimen de humedad corresponde a periódico, debido a la presencia permanente de lluvias o condensación de las nubes en contacto con la vegetación herbácea.

En los valles estrechos no ocupados por cuerpos de agua, se encuentran suelos orgánicos solos o asociados; corresponden a las áreas conocidas como pantanos o turberas. Estos suelos son los más importantes del área, debido a la gran capacidad de acumulación y retención de agua, constituyéndose en verdaderas reservas de humedad que se mantienen aún en períodos prolongados de sequía

dando origen a pequeñas corrientes de agua.

2.1.7. ECOSISTEMAS ACUÁTICOS

El Parque Nacional Cajas tiene gran cantidad formaciones que regulan y conservan los recursos hídricos, sistemas acuáticos que se encuentran en algunas etapas de evolución. Se pueden mencionar a las lagunas **Oligotróficas**, de aguas profundas, con líneas costaneras escarpadas, baja concentración de nutrientes y productividad biológica, poco sedimento y alta transparencia; las **Mesotróficas**, con profundidades entre los cinco y 10 metros, concentraciones moderadas de nutrientes y productividad biológica relativamente alta; las **Eutróficas** de poca profundidad, con alta concentración de nutrientes, productividad biológica alta, transparencia baja y concentración de sedimentos en el fondo; los estanques, que son cuerpos de agua de baja profundidad, con alta concentración de nutrientes y transparencia baja; y, las ciénegas que son cuerpos de agua completamente llenos de sedimentos orgánicos saturados, agua ácida, con vegetación como las juncáceas.

2.1.8. HIDROLOGÍA

El recurso hídrico del Cajas, lo conforman básicamente las 230 lagunas de la zona, que dan origen a los caudales de los ríos y están localizadas entre los 3.150 y 4.300 metros sobre el nivel del mar, asentadas sobre hondonadas de roca viva.

El Parque Nacional Cajas se encuentra en la cabecera de las cuencas hidrográficas de los ríos Cañar, Balao y Paule, este último de gran importancia y significado nacional. La cuenca del río Cañar, la conforman las subcuencas de los ríos Patul y Miguir; la del río Balao, esta integrada por las subcuencas conformadas por los

ríos Angas y Jerez y del río Canoas; y la cuenca del río Paute, por la subcuenca del río Tomebamba, dividida en la Alta que da inicio al río; la segunda, definida por el área de drenaje del río Taitachugo y, la tercera, cuyo río principal es el Mazán; también integra la cuenca del río Paute, la subcuenca del río Yanuncay, con el aporte de los ríos Soldados e Ishcayrumi.

El río Tomebamba tiene su caudal con el aporte de 44 lagunas; el río Taitachugo, afluente del Tomebamba, aporta un caudal proveniente de 29 lagunas; el caudal del río Mazan recibe el aporte de 17 lagunas.

2.1.9. CLIMA

No existe una marcada regularidad, sin embargo, pueden establecerse dos períodos: el verano, de agosto a enero, con presencia de vientos fuertes, sol intenso durante el día y heladas durante las noches, la temperatura mínima es de ocho grados centígrados en la noche y de 12-18 grados centígrados durante el día; el invierno, de febrero a julio, con temporadas lluviosas o de llovizna, días con neblina y nevadas, temperatura mínima de dos grados centígrados bajo cero y máxima de 8-10 grados centígrados.

2.1.10. ZONAS DE INTERÉS

Las bellezas escénicas que posee el Parque Nacional Cajas son de imponderable valor. La diversidad de lagunas, portadas, miradores, etc., son los atractivos que ofrece para el turismo. El área en su totalidad, posee bellezas escénicas de gran valor, visitadas y admiradas por propios y extraños. La laguna Toreadora por estar junto a la vía principal de acceso, es la más concurrida por los aficionados a la pesca deportiva. Los servicios de bar y cafetería, constituyen un complemento de

comodidad para los turistas.

Las lagunas de Burines y Luspa son las más visitadas por extranjeros y Pescadores. El cerro San Luis, como mirador es un sitio especial para los viajeros y turistas nacionales y extranjeros. Ávila huayco es igualmente preferido como mirador o atalaya. Los bosques de Polylepis son muy atractivos para los turistas.

2.1.11. HISTORIA Y DESARROLLO

El gobierno del Ecuador, estableció legalmente el Área Nacional de Recreación Cajas, mediante Acuerdo Interministerial, en julio de 1979 y otro Acuerdo Ministerial, de ratificación de límites.

Al parecer, la historia de la comarca arranca en los periodos de Desarrollo Regional (500 años a.C. a 500 d.C.) y de Integración (500 años d.C. a 1450 d.C.).

Hay que recordar que los cañaris, son reportados como adoradores de ríos, lagunas, piedras y montañas. En épocas más remotas, por el lugar atravesaba el Camino del Inca que unía a la Ciudad Real del Pumapungo (Tomebamba), en Cuenca, con el Tambo de Paredones en Molleturo. El sendero cruzaba toda la zona del Cajas y desde Paredones se conducía por las estribaciones de la cordillera hasta llegar a la Costa.

El intercambio de productos entre Cuenca y la Costa se hacía a través del Camino del Inca. En el sector de la Toreadora se desarrolló una infraestructura importante y acorde con las necesidades del Parque, se construyó el Centro de Visitantes, con salas de estar y de conferencias, museos biológico y arqueológico, bar, cafetería, bodegas, oficinas para información, venta de especies valoradas y entrega de

material promocional y un refugio familiar para el descanso de los turistas.

Para controlar el flujo turístico y realizar el cobro de las tarifas, se instalaron en Surocucho y Soldados, controles de ingreso, registro de visitantes y entrega de material divulgativo, mapas y folletos.

2.1.12. FACILIDADES

La infraestructura hotelera de la ciudad de Cuenca esta dotada de hoteles y hostales con las comodidades suficientes para atender los requerimientos de alojamiento y alimentación, a precios convenientes. El servicio de transporte para el turismo se puede obtener sin problemas, gracias al eficiente parque automotor que posee la capital azuaya.

Con la finalidad de atender a turistas, estudiantes y público en general, la administración del Cajas mantiene una oficina en la ciudad de Cuenca, que dispone de material informativo, mapas, folletos, afiches, stickers y otros documentos sobre el Parque y las Áreas Naturales Protegidas del Ecuador.

El diagnóstico y plan de manejo de esta Área Natural, elaborado por ACSAM, es un documento muy solicitado por estudiantes de colegios y universidades, ya que contiene información amplia sobre la misma.

2.1.13. PROTECCIÓN

La conservación de la naturaleza es tarea prioritaria, en la que debe involucrarse toda la población, para salvaguardar los recursos genéticos y otros de gran valor universal. La protección de los recursos naturales del país, constituye el mayor aporte a los esfuerzos que realizan organismos internacionales para salvar los

ecosistemas de nuestro planeta.

La protección de los recursos naturales del Parque Nacional Cajas, responde al Plan Operativo Anual del Ministerio del Ambiente y la institución responsable localmente es la Empresa de Teléfonos, Agua Potable y Alcantarillado de la ciudad de Cuenca, ETAPA.

2.1.14. VISITANTES

Los desplazamientos que tienen como destino final el Parque del Cajas pueden realizarse también desde las ciudades de Quito y Guayaquil por vía aérea y utilizando las carreteras australes que conectan las ciudades de Machala, Loja, Guayaquil y Riobamba.

El acceso al Parque, se realiza por una vía de primer orden que lo atraviesa y es muy utilizada por personas que viajan entre Cuenca Guayaquil. También esta habilitada la vía San Joaquín-Soldados Angas, aunque es menos utilizada que la anterior.

El número de turistas que ingresa anualmente al Cajas, puede establecerse en una cifra superior a los 20.000 visitantes, que en los últimos años se ha incrementado con viajeros nacionales e internacionales.

2.1.15. SUGERENCIAS

El clima es frío-húmedo, y se requiere ropa e impermeable, gorra pasamontañas, y botas de caucho. Además, es importante cumplir las siguientes recomendaciones:

- La incidencia de los rayos ultravioleta es mayor, por lo que debe

protegerse la piel con bloqueador y utilizar sombrero o gorra.

- Antes de iniciar caminatas, es aconsejable para el organismo un tiempo de ambientación, y así evitar el mal de altura o soroche que produce dolor de cabeza, mareos, etc.
- Debido a las bajas temperaturas del agua, se debe evitar nadar en ellas.
- Las actividades de ascensionismo deben ser realizadas con el asesoramiento y la compañía de personas expertas y con equipo apropiado para la actividad.
- Es preferible llevar alimentos que puedan ser preparados en el refugio de la Toreadora.
- El ingreso al Parque para actividades de recreación, investigación, educación ambiental, se realizará previa autorización del Ministerio del Ambiente y la administración de ETAPA o de los guardabosques en los controles de ingreso.
- Los folletos de información y mapas del Cajas son proporcionados en las oficinas del Ministerio del Ambiente en el Azuay y en la administración de ETAPA.

Fuente: www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/cajas.htm - 60k

2.2. ANTECEDENTES O CARACTERIZACION DEL PAQUETE

2.2.1 EL DEPORTE Y EL TURISMO

Uno de los aspectos que trata la FDA, es que el deporte vaya de la mano con el turismo. "De allí la importancia de concluir el Centro Internacional de Deportes de Alto Rendimiento. Desde ese momento, Cuenca será sede de los eventos más

importantes del deporte en la mayoría de disciplinas deportivas. Entrenarán los mejores deportistas del mundo, ya que las condiciones de la altura (2500 metros) de esta ciudad tan privilegiada como Cuenca, le permiten ser ideal para los entrenamientos de altura. Por tanto esta bendición debe ser explotada en beneficio del deporte y el turismo", explica Encalada, actual presidente de la FDA.

Fuente: www.eltiempo.com.ec/resumenreportajes/noviembre2008.

2.2.2 EL TURISMO DEPORTIVO

Es una rama que esta relacionada con el deporte y la salud corporal, aunque los motivos de los viajes en este caso están orientados al ejercicio físico a través de la práctica de algún tipo de deporte de ejercicio corriente, entre los que pueden mencionarse por ejemplo: el tenis, el atletismo, ciclismo, patinaje, gimnasia, judo, pesas, baloncesto, la natación, la pesca deportiva, el fútbol, etc.

Todo turista espera y necesita una calidad de servicios eficientes y donde se puedan sentir cómodos y confortables más aun en el caso de turistas en el ámbito deportivo.

Dentro del turismo deportivo vamos encontrar las siguientes actividades, o disciplinas deportivas.

2.2.3. DISCIPLINAS DEPORTIVAS:

a.- EL EXCURSIONISMO

El excursionismo es más que pasear, es el ejercicio que conlleva otras actividades, como son el conocer a profundidad la naturaleza, respetarla y aprender a convivir con ella.

El equipo necesario para recorrer nuestras montañas es sencillo, un calzado adecuado o unas buenas botas, una cantimplora para recoger agua de fuentes o manantiales durante el recorrido, algo de merienda y hacer un alto para reponer fuerzas, y lo mas importante un espíritu aventurero.

b.- EL CICLOTURISMO

Hoy en día la bicicleta ha dejado de ser tan solo un medio de transporte y se ha convertido en un vehículo alternativo, símbolo de un nuevo estilo de vida, esta no contamina y ayuda a mantener un buen estado físico y a recorrer zonas naturales sin degradar el medio ambiente. No tiene edad ni presupuesto para realizar algunas escapadas, rutas, excursiones, la bicicleta es de fácil transportación en autobús o auto particular, si se trata de itinerarios alejados de carreteras para adentrarse por pistas y senderos forestales se recomienda una bicicleta mountain bike que permitirá explorar lugares inaccesibles para las convencionales.

El equipo es sencillo, una bicicleta adecuada, agua, una cámara de repuestos, parches, llaves, guantes para proteger las manos, un casco para protección de la cabeza y un vestuario recomendado por especialistas de acuerdo a su presupuesto.

Además se debe preparar un itinerario a conciencia utilizando mapas y libros de la zona a ser recorrida.

c.- ESCALADA

El montañismo esta atravesando una gran popularidad, se ha convertido en un fenómeno y un deporte de moda, y encontrar parajes en donde practicarlo se a vuelto más fácil. Este es un deporte que ponen a prueba la resistencia y el nivel de preparación de cada uno, y enseñan las distancias, desniveles, dificultades y los

peligros proporcionando nuevos conocimientos para enfrentarlos con el autentico alpinismo.

Su equipo consta de una cuerda dinámica, un casco, pies de gato, arnés de seguridad, mosquetón de seguridad y un cómodo pantalón o mallas

d.- PESCA DEPORTIVA:

Para realizar esta actividad se aconseja llevar ropa bien abrigada, y el equipo de pesca debe contar con: caña de pesca, comida de pes, anzuelos extras, recipiente para colocar los peces, una navaja multiusos, y obviamente mucho entusiasmo y en lo posible su termo con una bebida caliente.

e.- CAMINATA Y SENDERISMO:

Es necesario llevar unos tenis muy cómodos, ropa abrigada, para recorrer los senderos que por lo regular duran entre una hora y dos horas, en las caminatas de la Laguna Toreadora podremos observar lo que fue el antiguo camino García Moreno, su importancia y su historia, en Llaviucu podremos acampar y observar todo lo que hay en su paso, respetando siempre los senderos. En la Toreadora y Llaviucu estas los Senderos establecidos, por lo que difícilmente una persona puede perder la orientación.

2.2.4. CUENCA “DESTINO DEPORTIVO”

En estos últimos tiempos la ciudad de Cuenca, la “Atenas del Ecuador” ha sido merecedora de importantes títulos tales como: “Patrimonio Cultural de la Humanidad” (16 de diciembre de 1999 por la UNESCO), Capital Deportiva del País, debido a las importantes características climáticas y sobre todo, su altura, para los llamados Entrenamientos de Altura, su infraestructura y sus respectivos

complejos deportivos; conformando así un importante producto turístico, además hablaremos del Museo Deportivo ubicado en el Coliseo Mayor de Deportes.

Cuando la UNESCO declaró a Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad, quienes la conocían y viven en ella sintieron gran satisfacción por tan grande reconocimiento, ya que desde su remota antigüedad ha sido un excepcional patrimonio natural, donde se asentaron pueblos cañarís e incas, quienes construyeron sus ciudades como la Guapondélic y la Tomebamba.

Cuenca, cuenta con hoteles de primera, y su gran mayoría funcionan en casas restauradas dentro del centro histórico, donde sus huéspedes podrán disfrutar de seguridad, medios de transporte, su comida tradicional e internacional. Su infraestructura deportiva, sus museos, sus iglesias, etc. Es una ciudad espléndida y digna de ser visitada, condicionada para cualquier evento internacional en el ámbito deportivo.

2.2.5. ANTECEDENTES DE LA FEDERACION DEPORTIVA DEL AZUAY (FDA).

En este punto vamos a mencionar únicamente que desde 1929 hasta la fecha, esta entidad deportiva ha estado dirigida por personas que sus nombres han quedado gravados en la historia por su anhelo a que el deporte se siga desarrollando día tras día.

2.2.6. DESARROLLO DE CUENCA COMO CAPITAL DEPORTIVA.

Los logros deportivos que han conseguido campeones como Jefferson Pérez, y los adelantos en cuanto a la infraestructura que se ha venido dando para beneficio del deporte dentro y fuera de la provincia del Azuay han sido la clave para el

desarrollo del deporte en nuestra ciudad. Es por eso que ahora, con la elaboración de este paquete turístico destinado al mercado deportivo, estaremos aportando a generar el mayor auge de turistas deportivos a esta ciudad. Causal para que se creen más fuentes de trabajo dentro de la sociedad que de una u otra manera están inmersas a este medio, el Deporte.

2.2.7. INFRAESTRUCTURA: UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS CENTROS DE ENTRENAMIENTO

En este punto mencionaremos los complejos deportivos más importantes con los que cuenta la ciudad, como por ejemplo, el coliseo mayor, el Estadio Alejandro Serrano, Centro de Alto Rendimiento en Totoracocha, Polígono de Tiro, Piscina Olímpica, entre otros.



Complejo Deportivo de Totoracocha, Centro de Alto Rendimiento, Pista de Patinaje.

Fuente: Fotografía pag web, www.fda.org.ec.

2.3. ESTRUCTURA DEL PAQUETE:

2.3.1. SEGMENTACION DEL MERCADO

Para la elaboración de mi Paquete “Toreadora y Llaviucu como Destino Turístico Deportivo” me base en el hecho de que trabajo en una Mayorista de Turismo

Como es AUSTROREPRESENTACIONES Cia Ltda. En la cual todo el tiempo estamos armando y vendiendo paquetes turísticos y servicios únicamente, además de que en el año 2006 realice un estudio sobre los huéspedes de la Residencia de la Federación Deportiva del Azuay y pude concluir que la gran mayoría de huéspedes deportistas al momento de desocupar la Residencia como sugerencia pedían servicios adicionales como city tours, visitas al Parque Nacional, es por eso que este Paquete será difundido para deportistas y todas la personas que estén dentro de este medio. En resumen el paquete turístico será destinado a:

- Deportistas de toda disciplina deportiva
- Familiares de deportistas
- Prensa Deportiva
- Directivos Técnicos
- Médicos Deportivos
- Entrenadores.

2.3.2. VALORACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

Para la realización de las fichas de valoración de los atractivos de la Laguna Toreadora y LLaviucu, me he basado en material bibliográfico obtenido del curso para obtención del título de guía nacional de turismo en la UDA, y de un CD. Del Ministerio de Turismo, para la tipología y jerarquización del Atractivo.

FICHA No. 1

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 <p>FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO</p>	ATRACTIVO Laguna		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca- Sayausi- Molleturo
	TIPO Ambiente Lacustre	SUBTIPO Lagunas	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°46'30" S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°13'10"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Sayausi- Molleturo	UTM X= 697550mt.W Y= 9693000mt.S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3160 a 4000 msnm	

FICHA No. 2

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 <p>FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO</p>	ATRACTIVO Paisajístico e Histórico		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca- Sayausi-Molleturo
	TIPO Natural	SUBTIPO Montaña	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°46'30" S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°13'10"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Molleturo	UTM X= 697550mt.W Y= 9693000mt.S
	JERARQUIZACION 4 Puntos.		ALTURA 3160 a 4000 msnm	

FICHA No. 3

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO Bosque de Quinua (Flora y Fauna)		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Natural	SUBTIPO Bosque Protector	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°46'30" S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°13'10"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Molleturo	UTM X= 697550mt.W Y= 9693000mt.S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3160 a 4000 msnm	

FICHA No. 4

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO Plantas Nativas: Chuquiragua		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Area Protegida	SUBTIPO Parque Nacional	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°46'30" S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°13'10"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Molleturo	UTM X= 697550mt.W Y= 9693000mt.S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3160 a 4000 msnm	

FICHA No. 5

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO Plantas Nativas: Pajonal		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Area Protegida	SUBTIPO Parque Nacional	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°46'30" S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°13'10"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Molleturo	UTM X= 697550mt.W Y= 9693000mt.S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3160 a 4000 msnm	

FICHA No. 6

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO Sendero de Path		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Natural	SUBTIPO Montaña	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°46'30" S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°13'10"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Molleturo	UTM X= 697550mt.W Y= 9693000mt.S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3160 a 4000 msnm	

FICHA No. 7

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO Mirador de la Toreadora		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Area Protegida	SUBTIPO Parque Nacional	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°46'30" S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°13'10"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Molleturo	UTM X= 697550mt.W Y= 9693000mt.S
	JERARQUIZACION 4 Puntos		ALTURA 3160 a 4000 msnm	

FICHA No. 8

NOMBRE DEL ATRACTIVO: RESTAURANTE CASA VIEJA				
 FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO Restaurante		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca-Sayausi-Molleturo
	TIPO Restaurante	SUBTIPO Típico	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°46'30" S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°13'10"W
	CATEGORIA Cultural		PARROQUIA Molleturo	UTM X= 697550mt.W Y= 9693000mt.S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3160 a 3500msnm	

FICHA No.9

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 <p>FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO</p>	ATRACTIVO Laguna de Llaviucu		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Ambiente Lacustre	SUBTIPO Laguna	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°50'30"S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°11'25"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Sayausi	UTM X= 706500mW Y= 9686000m S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3200 a 4000msnm	

FICHA No. 10

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 <p>FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO</p>	ATRACTIVO Antigua Cervecería		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Area Restringida	SUBTIPO Parque Nacional	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°50'30"S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°11'25"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Sayausi	UTM X= 706500mW Y= 9686000m S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3200 a 4000msnm	

FICHA No. 11

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO Flora y Fauna: Plantas Nativas		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Bosque Protector	SUBTIPO Bosque Húmedo	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°50'30"S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°11'25"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Sayausi	UTM X= 706500mW Y= 9686000m S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3200 a 4000msnm	

FICHA No. 12

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO	ATRACTIVO Restaurante en Llaviucu		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Area Protegida	SUBTIPO Parque Nacional	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°50'30"S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°11'25"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Sayausi- Molleturo	UTM X= 706500mW Y= 9686000m S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3200 a 4000msnm	

FICHA No. 13

NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL				
 <p>FOTOGRAFIA DEL ATRACTIVO</p>	ATRACTIVO Rio Llaviucu		PROVINCIA Azuay	ACCESOS Vía Cuenca Sayausi Molleturo
	TIPO Ambiente Lacustre	SUBTIPO Lagunas	CIUDAD Cuenca	LATITUD 2°50'30"S
			CANTON Cuenca	LONGITUD 79°11'25"W
	CATEGORIA Natural		PARROQUIA Sayausi- Molleturo	UTM X= 706500mW Y= 9686000m S
	JERARQUIZACION 4 puntos		ALTURA 3200 a 4000msnm	

2.3.3. GUIÓN

El guion es la descripción de todo cuanto haremos en nuestro paquete turístico y será redactado por días.

2.3.3.1 DIA 1

VISITA A LA LAGUNA TOREADORA

09h00 Partiremos desde la Residencia de la FDA, en la ciudad de Cuenca, hacia la Laguna Toreadora, que toma alrededor de 40 minutos llegar a ella, tomando desde Cuenca la vía de primer orden Cuenca – Sayausi- Molleturo – Naranjal, a 35km.



Residencia de la FDA., Autor: FDA.



Laguna Toreadora, Autor: Marisol Plasencia

Una vez que emprendemos el viaje hablaremos de la importancia que tiene el PNC para los entrenamientos de altura, al momento de pasar por Sayausi, resaltaremos la importancia en cuanto a la producción de legumbres y comida típica.

Ya cerca de llegar a la Toreadora les mostrare únicamente de pasada el Santuario de la Virgen del Cajas.

Ya en el sitio (Laguna Toreadora) existe un sendero que la circunvala cuyo recorrido toma alrededor de una hora a hora y media de caminata; en el recorrido se han ubicado dos pequeñas cabañas que sólo sirven como lugar de descanso y refugio para guarecerse de la lluvia, que en el área se presenta con bastante regularidad. Es posible observar cierta avifauna interesante y sobre todo las formaciones geológicas singulares que caracterizan a todo el Parque. En La Toreadora también es posible la pesca a pesar de que son pocos los pescadores que aquí tienen suerte.

TOREADORA DESCRIPCION: Es el punto de inicio para la mayoría de actividades en el PNC. Laguna de origen glaciar. Aquí se encuentra un centro de interpretación ambiental, y sala de conferencias recientemente abiertos. Se cuenta con servicio de control de guarda parques cafetería, refugio y un punto de

información para el visitante. En la cercanía de la laguna, está el Camino de García Moreno que unía Sierra y Costa ha comienzos de la República, AQUÍ visitaremos la -Laguna Toreadora y el -Centro de Interpretación Toreadora



Fotografías tomadas por: Marisol Plasencia

Realizaremos la siguientes **ACTIVIDADES:**

- Pesca deportiva
- Senderismo
- Ruterismo
- Escalada
- Observación de aves
- Fotografía panorámica
- Interpretación Histórico-Cultural
- Interpretación Geológica



Fotografías tomadas por: Marisol Plasencia.

RECURSOS CULTURALES:

Vestigios de ocupación e interacción pre Cañari, Cañari, Inca, Colonial, Republicana y Contemporánea.

El nombre Cajas proviene del quichua “casa”, que significa “abra o puerto de sierra nevada”, refiriéndose a la abertura entre dos montañas por donde debían pasar los viajeros. Esta definición se corrobora en la obra “El Quechua y el Cañari” cuyo autor señala “El indio Azuayo, y aun todos los azuayos seamos o no indios llamamos Caja o Cajas a estos pasos peligrosos de la cordillera, por su excesivo frio.

La ubicación geográfica del PNC y las características del paisaje lo hicieron un espacio manejable en el marco de las relaciones comerciales que se dieron entre el centro del valle de Cuenca y el Litoral Sur ecuatoriano. Por otra parte, la presencia del sistema lacustre que aseguraba el abastecimiento de agua hacia las poblaciones situadas en el Valle de Cuenca, dio a la zona el carácter sagrado, pues la permanencia de las sociedades locales dependía del agua, como en la actualidad sucede con el Cantón Cuenca.

A esta particularidad se agrega la existencia de 28 sitios arqueológicos registrados dentro del parque y de sus inmediaciones, en espacios abiertos y abrigos rocosos, cuyos materiales culturales denuncian una ocupación del territorio desde el periodo formativo medio hasta el inca (1800 aC-1532dC).

EPOCA PRE-INKA (antes de 1450): entre las evidencias arquitectónicas se destacan los vestigios de tres caminos interregionales que en la época aborígen, comunicaban al asentamiento de la etnia cañarí de Guapondelig, y luego a la ciudad inka de Tomebamba, con las tierras bajas de la costa ecuatoriana, a través

de las siguientes rutas: Tomebamba-Cajas-Chacanceo-Puerto de Guayaquil-Tomebamba-Cajas-Molleturo-Puerto de Bola-y Tomebamba – Cajas-Chaucha-Puerto Balao.

EPOCA INKA(1450 a1492): Estos caminos se parten del Qapaq Ñan o Camino Real Andino (eje norte – sur) hacia la costa (sentido este-oeste), formaban parte del sistema vial inkaico que aprovecho trazos anteriores durante la incorporación del territorio Cañari al Tawantinsuyu (territorios del imperio inka). Tienen un ancho que varia entre dos y tres metros y están emperados y dotados de terraplenes, drenajes, puentes, escalones y muros de contención.

EPOCA COLONIAL(1492 A 1830): El cabildo cuencano concedió tierras a sus vecinos en el sector occidental de la urbe, junto al “camino de molleturo” , que fueron ocupadas con residencias y hatos de ganado vacuno y caballar; mientras que un grupo de indios molleturo residentes en San Sebastián (barrio de la ciudad de Cuenca), hacían de arrieros en los viajes al Puerto de Bola en Naranjal.

EPOCA REPUBLICANA(1830 hasta el S.XX): La zona fue testigo de movimientos de personas que participaron en los ejércitos independentistas y en la construcción del denominado “Camino de García Moreno”, que utilizo parte del camino del Inka en el Cajas y Molleturo, por donde los viajeros traían a Cuenca la sal y pescado seco de la Isla Puna, así como los géneros vendibles llegados de Europa a Guayaquil.

EPOCA CONTEMPORANEA (tiempo presente): Las comunidades del mundo andino, a lo largo de su historia, han adquirido una racionalidad en la ocupación de los pisos ecológicos, en los medios productivos, en las formas de organización social, que han generado sistemas tecnológicos y culturales propios. En la

actualidad las comunidades localizadas en torno al Parque Nacional Cajas (fuera de sus límites) muestran una acentuación en la pérdida de sus características indígenas, constituyéndose en grupos mestizos en lo biológico y cultural, pero que aun se fundamenta en la familia nuclear y extendida de antaño y en las innovaciones organizativas que han creado mediante los Comités pro mejoras que funcionan en los caseríos, y en el gobierno parroquial a través de las Juntas Parroquiales.

Fuente: Mapa informativo del PN Cajas.

Esto nos tomara alrededor de 5 horas, para luego, dirigirnos al almuerzo en uno de los restaurantes típicos de la zona como es el RESTAURANTE CASA VIEJA, donde sobresalen objetos muy antiguos que conservan la tradición de nuestra gente que allí habitaban, como son los clásicos platos de barro, las famosas bicicletas que antiguamente se utilizaban para la entrega del pan, es un restaurante relativamente pequeño, pero muy acogedor, y su comida muy apetecida por propios y extraños. Y para quienes gustan de un paladar mas exigente, los llevaremos como segunda opción al RESTAURANTE DON GUEVARA, donde encontramos numerosos platos a la carta, este restaurante tiene una infraestructura moderna.



RESTAURANTE CASA VIEJA.



Fotografías tomadas por: Marisol Plasencia.

Luego del almuerzo, retornaremos nuestro recorrido, por la carretera vía Cuenca en el km 13, para ingresar al **VALLE DE LLAVIUCU**, también denominada de **Zorrocucho** o surocucho, que quiere decir rincón con zorros).

DESCRIPCION :

La palabra LLaviucu se compone de dos vocablos: llave y uku. Uku en quichua significa parte baja, hueco. Por lo tanto Llaviucu quiere decir hueco con llave.

La palabra Zurocucho es debido a la planta de nombre suru (familia de las gramíneas) utilizada por los campesinos.

UBICACIÓN

Llaviucu es la entrada al Parque Nacional Cajas por la parte este. Se encuentra a 17 Km. de la ciudad de Cuenca, a una altura entre los 3160 a 4000 msnm.

En este lugar se puede encontrar uno de los pocos bosques nublados andinos saturados de humedad, que actúa como esponja conservando el agua de vital importancia para la ciudad de Cuenca.

ACCESO:

Desde la vía principal se recorre 3km para llegar a esta área

HISTORIA

En 1995 ETAPA compra gran parte del valle, e inicia un manejo del área con el desalojo del ganado, el control de turistas y pescadores, la creación de senderos en el bosque, control de tala e incendios de los bosques.

Parte de la reserva de Llaviucu corresponde al Parque Nacional Cajas que también está a cargo de ETAPA.

FAUNA

Los animales más sobresalientes que encontramos en Llaviucu son:

Cóndor Andino, Gavilán Dorsirojo, Colibrí Rayito Brillante, Tucán Andino, Pava de Monte y en los ríos y laguna la trucha arco iris (especie introducida)

Cóndor Andino, Gavilán Dorsirojo, Colibrí Rayito Brillante, Tucán Andino, Pava de Monte y en los ríos y laguna la trucha arco iris (especie introducida).

FLORA

El bosque húmedo montano está compuesto por: aguacatillo, sarar, pumamaqui, suro, salvia real, laurel de cera, gran diversidad de orquídeas, helechos, huicundos, musgos. En el páramo húmedo tenemos la paja, la flor de cerro y quinua (roja, blanca y negra).

Es un valle de origen glaciar de 5km de extensión. Se encuentra bloques erráticos, paredes abruptas (500m de altura), rocas aborregadas, morenas frontales y estrías de glaciación.

La laguna es de origen glaciar (Períodos Mesozoico y Cuaternario), hábitat de gran diversidad de aves. La cuenca del Llaviuco abastece con el 30% del agua potable a Cuenca. Sendero interpretativo alrededor de la laguna. Existe instalación de cervecería abandonada. Donde todo visitante se siente atraído por tomar fotografías.

Existe un control de guardaparques justo en la entrada del Llaviuco, cuyos horarios de atención son de lunes a viernes de 8h00 hasta 16h30. Llaviuco es destino de pescadores, turistas nacionales y extranjeros, de corta permanencia, tal es el caso de los deportistas. Cuenta con los siguientes atractivos:

- Laguna de Llaviucu
- Sendero Uku
- Sendero del Zigzag
- Sendero de San Antonio[3]
- Casona vieja de Llaviucu

Donde realizaremos las siguientes **ACTIVIDADES:**

- Observación de Aves
- Observación de Anfibios y reptiles
- Pesca deportiva
- Fotografía panorámica
- Acampar
- Interpretación Geológica

Durante la tarde, pasaremos relativamente ocupados disfrutando del entorno y oxigenando nuestros pulmones, para ya avanzadas las 18h00, acampar y tener una cena a orillas de la laguna.

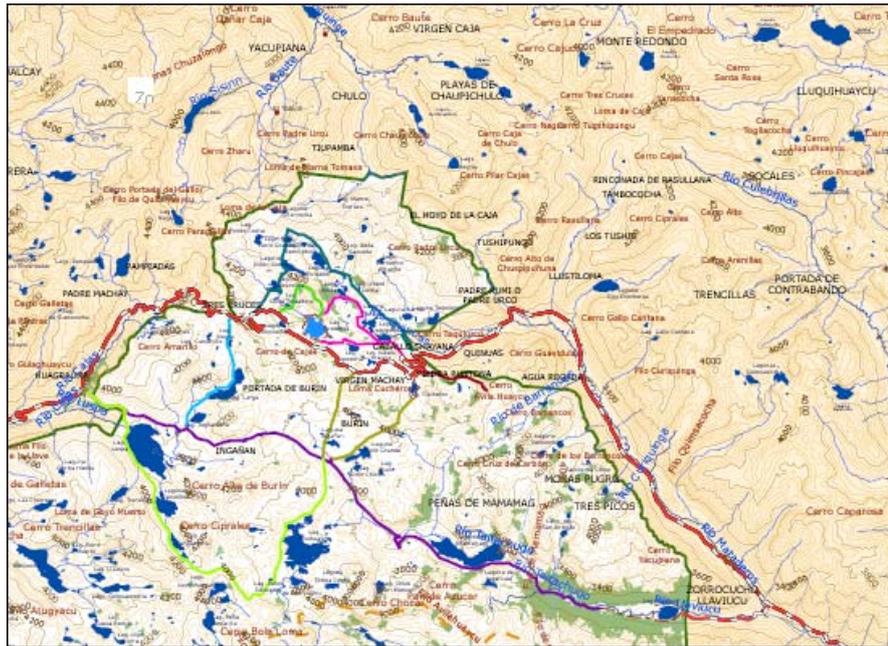
2.3.3.2. DIA 2

Este día, a las 8h00, tomaremos el desayuno para continuar con las actividades de observación y pesca deportiva, a las 13h00, retornaremos a la ciudad de Cuenca, donde en el transcurso del viaje, realizaremos una parada en Sayausi para Almorzar.

Culminando nuestro viaje a las 16h00, en nuestro punto de partida, la Residencia de la FDA. FIN DE NUESTROS SERVICIOS.

2.3.4. ITINERARIOS/DELIMITACION DE RUTA

Ruta color **Rojo:** es el camino desde la ciudad de Cuenca hacia la Toreadora y LLaviucu, es decir todo el recorrido que realizaremos.



Fuente: www.uazuay.edu.ec/proyectos de geomática, áreas protegidas/parque nacional cajas.

2.3.4.1. Día 1:

08H00 Salida desde la Residencia hacia el Parque Nacional Cajas, Toreadora.

08h45 Llegada a la Laguna Toreadora, visita al centro de información.

09h15 Caminata y recorrido de la Toreadora, reconocimiento de flora y fauna, duración aproximada: 2horas.

Luego visitaremos el Centro de interpretación, y la Cafetería por si a alguien se le apetece un café.

13h30 Almuerzo en Casa Vieja Restaurante o LUCERO Restaurante. (El día anterior se hará sugerencias de menú)

15h30 Estaremos ingresando a la zona del Valle del Llaviuco, interpretación y descripción de cada uno de los recursos que allí posee, llegaremos hasta la antigua cervecería para toma de fotografías.

Para luego, preparar nuestros equipos de acampar, para posteriormente cenar en el lugar, y pernoctar, realizando ya sea pesca, o disfrute del lugar.

2.3.4.2. Día 2:

08h30 Desayuno al aire libre

Luego nos adentraremos mas al Bosque húmedo para reconocimiento de flora y fauna del lugar, recorreremos el sendero allí existente, observaremos la laguna del Llaviuco, ejercitaremos nuestro cuerpo con un poco de ejercicio de estiramiento.

13h00 saldremos del Llaviuco, para retornar a Cuenca, pero en el transcurso de este corto viaje realizaremos una parada en Sayausi, para almorzar.

14h00 almuerzo en Sayausi.

15h00 un corto city tour por la ciudad de cuenca: Parque Calderón, centro histórico, para terminar nuestro viaje.

16h00 llagada a la Residencia de la Federación Deportiva del Azuay, Fin de nuestros servicios.

2.3.5. COSTOS

Para el calculo del costo final del Paquete Turístico es necesario tener como punto de partida, los costos o gastos que van a ser necesarios para la elaboración del mismo, estos son los costos fijos y variables que detallaremos a continuación:

DESCRIPCION	VALOR POR PAX	VALOR POR GRUPO 15 pax
Transporte	8,00	120,00
Alimentación	16,00	240,00
Guía	4,00	60,00
Entrada al parque: nacionales	3,00	75,00
Entrada al parque extranjeros	20,00	300,00
Pernoctación de Nacionales	1,50	22,50
Pernoctación de Extranjeros	4,00	60,00
Alquiler de equipo de pesca	5,00	75,00
4 Bebidas durante el viaje	1,00	15,00
GASTOS EXTRAS	3,00	45,00
Total para Nacionales	45,50	652,50
Total para Extranjeros	62,50	915,00

Este es el costo neto, al cual le sumaremos nuestra utilidad, que debe ser no menos al 30%. Es decir:

TURISTA	COSTO NETO	COMISION 30%	PVP
nacional	45,50	13,65	59,15= 60,00
extranjero	62,50	18,75	81,25= 82,00

COSTOS DE PUBLICIDAD		
DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Movilización y varios, para toma de fotografías	65,00	65,00
Material para el Diseño del tríptico	30,00	30,00
Impresión de los 1000 trípticos	0,15	150,00
Diseño y elaboración de CD	30,00	30,00
Reproducción de 100 cds	0,38	38,00
SUMAN TOTAL	115,53	303,00

COSTOS FIJO MENSUAL	
DESCRIPCION	VALOR
Arriendo mensual de oficina	170,00
Sueldos	400,00
Promoción y Publicidad	303,00
Seguro de accidentes	45,00
Mantenimiento	50,00
Viáticos	50,00
Impuestos	50,00
Servicios Básicos	120,00
Útiles de Oficina	30,00
Refrigerios	30,00
TOTAL	1248,00

**2.3.5.1 DETERMINACION DEL RESULTADO PROYECTADO POR
AUSTROREPRESENTACIONES Cia. Ltda. PARA EL 2009.**

CV unitario 1 = 45,50
CV unitario 2 = 62,50
PVP unitario 1 = 60,00
PVP unitario 2 = 82,00
Costo Fijo (\$ 1248 x 12 meses) = 14.976

FECHA PROYECCION: 01/01/2009 A 31/12/2009.

Costo 1= 45,50 PV=60,00

Costo 2= 62,50 PV= 82,00

Cuantos pax debo vender cada mes?

Cada semana= 1 x 4 x 12 = 48 x 15 = 720

Cada semana= 1 x 4 x 12 = 48 x 15 = 720

Resultado= 720 nacionales, 720 extranjeros, anuales.

2.3.5.2. INGRESOS

Ventas Nacionales $720 \times \$60 = 43.200$

Ventas Extranjeros $720 \times 82 = 59.040$

Total ingresos = 102.240

Total ingresos = 102.240

Costo variable 1 $(720 \times 45,50) = 32.760$

Costo variable 2 $(720 \times 62,50) = 45.000$

Costo fijo = 14.976

UTILIDAD = 9.504

Utilidad = ingresos – CV1 – CV2 – CF

$102.240 - 32.760 - 45.000 - 14.976 = 9.504$

2.3.5.3. RENTABILIDAD DE VENTAS

$RV = \frac{\text{utilidad} \times 100}{\text{Ventas}} = \frac{9.504 \times 100}{102.240} = \frac{950.400}{102.240} = 9.29\% = 9.30\%$

Ventas 102.240 102.240

RV= 9.30%

En un principio el nivel de ventas vemos que no es muy alto, por el hecho de que es un producto nuevo, pero sin embargo, el hecho de no tener inversiones resulta muy atractivo, ya que Austrorepresentaciones tiene ya anteriormente invertido en

Su propia oficina, yo únicamente estoy agregando este proyecto a una lista de paquetes turísticos que tenemos difundido dentro del mercado, en otras palabras el Proyecto si es rentable.

Nota: dentro de los gastos fijos, el de la renta mensual, de 170 dólares, corre a cargo de la empresa a la cual yo presto mis servicios. Y en caso que yo decidiera mudarme a una nueva oficina, pues si estarían en realidad dentro de un costo fijo mensual, pero por el momento este gasto corre por la empresa en la cual trabajo.

2.3.5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se entiende por punto de equilibrio un punto neutral donde no existe ni perdida ni ganancia, el margen de contribución es aquel valor que permite cubrir costos fijos y el resultado.

Punto de Equilibrio: Método Margen de Contribución.

MC = es el valor que permite cubrir gastos fijos y el resultado.

MC = PV unitario – CV unitario

$$MC = \frac{PVU1}{2} (60 + 82) = \frac{142}{2} = 71 - \frac{CV(X)}{2} \frac{45,50 + 62,50}{2} = \frac{108}{2} = 54$$

$$PV \text{ promedio} = 71 - 54 = 17$$

$$MC = 17$$

Punto de equilibrio = $\frac{\text{costo fijo}}{MC}$

MC

$$PE = \frac{CF}{MC} = \frac{14.976}{17} = 880.94 = 881$$

$$MC = 17$$

$$PE = \frac{881 \text{ PAX}}{2} = 440$$

$$2$$

PE = 440 PAX NACIONALES Y 440 PAX EXTRANJEROS

ES DECIR: 881 PAX.

Significa que si vendo 881 pax que me dan 59 paquetes de 15 pax cada uno, tendría mi punto de equilibrio, es decir ni gano ni pierdo.

2.3.6. VENTA

Será difundido desde la Mayorista Operadora de Turismo AUSTROREPRESENTACIONES, empresa en la cual vengo laborando, y se dedica a la venta de Paquetes Nacionales o Receptivos como también Internacionales, a cargo de la Gerente propietaria, Sra. Carmiña Iñiguez, quien estará gustosa de difundir dicho servicio.

Se venderá a través principalmente de la Administración de la Residencia de la FDA, a cargo del Sr. Walter Campoverde. También se venderá a través de todas las agencias de viaje que serán ofertadas con mi Paquete "TOREADORA Y LLAVIUCO COMO DESTINO TURISTICO DEPORTIVO"

Este paquete, llevara consigo, el precio anteriormente detallado, tarifas diferenciadas nacionales de extranjeros, y respaldada la veracidad de mi producto con el sello de AUSTROREPRESENTACIONES Cia. Ltda, cosa que estará a mi cargo.

Se realizaran visitas quincenales a cada una de las agencias, recordándoles de la existencia de dicho paquete, reponiendo cada vez la folleteria y rectificando tarifas o en caso de haber variaciones en el programa, informarles del mismo.

Muchas veces, existen deportistas que se hospedan fuera de la Residencia de la FDA o del Centro de Alto Rendimiento, por lo que queda abierta la posibilidad de que se puede vender a través del hotel si el caso así lo amerita, caso contrario, ya se han establecido nuestros puntos de venta.

2.3.7 PROMOCION Y DIFUSION

Para promocionar y vender mi paquete turístico “Toreadora y Llaviucu como destino Turístico Deportivo” elabore un CD que será distribuido a cada una de las agencias de viaje de la ciudad.

Y un Tríptico que será impreso en mil ejemplares, que será difundido a través de la Residencia de la FDA, del Centro de Alto Rendimiento de la FDA, y de AUSTROREPRESENTACIONES mediante todas las agencias de viajes de la región.

2.3.7.1. CD.

Este CD. fué creado en el programa NERO, y podemos visualizarle tanto en DVD como en Nero en un computador. Se utilizaron 52 fotografías de mi autoría y un tema musical de fondo.

2.3.7.2. TRIPTICO

CARA A

BREVE RESEÑA HISTORICA DEL PARQUE NACIONAL CAJAS

El Parque Nacional Cajas, de 21.000 has. integra la cordillera occidental de los Andes y está ubicado en la provincia del Azuay, 34 Km. al occidente de la ciudad de Cuenca, en la vía Cuenca-Sayausi-Molleusa. Se encuentra entre las 3.000 y 4.500 metros sobre el nivel del mar, las 78° 42' y 78° 58' de latitud sur y las 78° 05' y 78° 25' de longitud oeste.

El área del Parque está dentro de las parroquias rurales de Sayausi, San Joaquín, Chausa y Molleusa, del cantón Cuenca.



Federación Deportiva del Azuay



AV. SOLANO 4-017 Barrio Crespo Est. C.I.C.A.
2do Piso Ofic. ZITel: 013-71401000 -
E-mail: quiltra@representaciondelazuay.com
quiltra@chone.ecuador.com

Cuenca - Ecuador

Llaviucu y Toreadora como destino turístico deportivo.

Te invitamos a disfrutar de la mayor riqueza natural del azuay.

El deporte y el turismo van de la mano para ti deportivo visita llaviucu y toreadora.

CARA B

Paquete: 2 días una noche.

**COSTO POR PAQUETE
PARA NACIONALES \$46,00.
EXTRANJEROS \$57,00.**

Sus atractivos y servicios

Incluye:

- Transporte privado.
- Alimentación completa.
- Ciudad del Parque Nacional Cajas.
- Entradas a la Toreadora y Llaviucu.
- Horas de pesca deportiva.
- Comidas en la Toreadora y Llaviucu.
- Pernoctación en la laguna de Llaviucu.

Escalada.

Senderismo



Restaurante Casa Vieja



Restaurante de la Laguna Llaviucu



Su vegetación y su entorno natural



Casa Vieja "Antigua Cervecería"



2.4. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

Puedo concluir que se llevo a la practica cada uno de los procedimientos bibliográficos del primer capitulo, para elaborar mi Paquete Turístico “Toreadora y Llaviucu como destino turístico deportivo”.

Entonces puedo decir que un Paquete Turístico siempre debe contar con seis elementos básicos e indispensables, en mi paquete:

- La Segmentación del mercado esta dirigida a todos los deportistas y todas las personas relacionadas de cualquier manera con el deporte, por ejemplo familiares de deportistas, técnicos, médicos, prensa.
- La Valoración de los Recursos Turísticos a ser visitados, lo realice en fichas específicas por cada atractivo con su respectiva valoración y fotografía.
- El Guion, lo hice de la siguiente manera, un general para este trabajo final, y un resumen que será impreso en una ficha como una herramienta de trabajo para el guía.
- Los itinerarios, llevan horarios para tener una idea de cada una de las actividades que se desarrollaran dentro de estas dos zonas naturales del Parque Nacional Cajas, Itinerarios que en lo posible se cumplirán a cabalidad.
- Los Costos, realice dos tipos diferentes de costos, uno para extranjeros y otro para nacionales, tomando en cuenta, que la tarifa es personal pero en base a un mínimo de pasajeros.
- Las Ventas, se las llevara a cabo desde Austrorepresentaciones Cuenca, Mayorista de Turismo, a través de la Residencia de la FDA, el

Centro de Alto Rendimiento de la FDA, y de todas las agencias y operadoras de turismo a nivel local y nacional.

2.5. CONCLUSIONES GENERALES.

- Mi Paquete “Llaviucu y Toreadora como Destino Turístico Deportivo”, consta de los seis elementos básicos como es la segmentación de mercado, valoración de los recursos, guion, itinerario / delimitación de la ruta, costos , y venta, es decir esta bien estructurado.
- En cuanto a los costos, puedo concluir que mi trabajo final para obtención de la licencia de guía nacional es viable, por lo que será puesto a la venta mediante la Mayorista de Turismo AUSTROREPRESENTACIONES Cia. Ltda.
- Los costos fijados, son costos reales con los que me podre manejar dentro del mercado y la competencia.
- Puse en práctica todos mis conocimientos adquiridos en este seminario de Cartografía.
- Mi paquete saldrá a la venta a partir de este 25 de enero del 2009, y va dirigido hacia el deportista nacional y extranjero, y a todos aquellos que estén relacionados a este medio.

2.6. RECOMENDACIONES GENERALES

- Un Paquete debe ser siempre dirigido hacia un mercado específico, es decir desde un principio encaminarnos hacia donde queremos ir y hacia donde queremos llegar.
- Un paquete turístico debe tener siempre calidad más no cantidad.

- En cuanto a las operadoras que venden este tipo de paquetes, se debe tener siempre una competencia sana y clara, para bien de los servicios.
- Tener claro que un turista satisfecho, va ser la fuente más importante para recomendar la compra de un paquete turístico, de un servicio.
- Dentro de un Paquete, debemos tener siempre una opción adicional en caso de que algo suceda y no se pueda llevar a cabo lo especificado en el itinerario.
- En cuanto a mi Paquete, se recomienda a nuestros viajeros llevar ropa bien abrigada zapatos cómodos.
- Llevar cedula de ciudadanía u otro documento que acredite y certifique su nacionalidad, al momento de ingresar al PNC.
- Informar al guía cualquier problema de salud que se tenga antes de emprender el viaje.
- Al guía, siempre debe llevar consigo una brújula, un mapa de la zona y su guion en resumen, o cualquier tipo de objetos que le sirvan al momento de guiar.
- Y por ultimo y lo mas importante, tener solidaridad y camarería con nuestros futuros colegas, como son los guías de turismo, bajo cualquier circunstancia o desavenencia.

3 BIBLIOGRAFIA:

- AMA, PREFECTURA DEL AZUAY, CAMARA DE TURISMO DEL AZUAY, Libro El Azuay es Tuyo Camínalo..., 2005-2009.
- BOWEN, Jhon, KLOTTER, Philip, MAKENS , James, “Marketing para Turismo”, Editorial Pearson Education, Madrid España, 2004.
- CHAN, Nélica, “Circuitos Turísticos, Programa y Cotización”, Universidad de Morón, 1977.
- CD Del Inventario Turístico de Cuenca y la Provincia del Azuay, Ministerio de Turismo.
- MAPA DEL PARQUE NACIONAL CAJAS, Autor: Omar Delgado y Fernanda López, Septiembre de 2007.
- ULLAURI DONOSO, Narcisa, “Técnicas de Guiar”, Serie: Textos Universitarios No. 9, Mayo 2000.
- PLASENCIA, Marisol, “Organización e Implementación de la Residencia de la FDA con Criterio Hotelero.
- Revista “El Sentir que nos Une”, XXLL Festival de Campeones 2005, Federación Deportiva del Azuay.
- PAGINA WEB: [www.uazuay.edu.ec-proyectos-geomáticos-áreas Protégidas.](http://www.uazuay.edu.ec-proyectos-geomáticos-áreas-Protégidas)
- PAGINA WEB: [www.explored.com.ec/ecuador/guia/sierra/cajades.](http://www.explored.com.ec/ecuador/guia/sierra/cajades)
- PAGINA WEB: www.etapa.net.ec/PNC/default.aspx
- PAGINA WEB: [www.parquenacionalcajas/Turismo ecológico](http://www.parquenacionalcajas/Turismo-ecológico)
- PAGINA WEB: [www.poraqui.net/diccionario/index/ Rutas e itinerarios turísticos, de Gómez y G.-Quijano”.](http://www.poraqui.net/diccionario/index/Rutas-e-itinerarios-turísticos)

- PAGINA WEB: [www.diccionario.worldispnetwork.com/ documents/
turismo](http://www.diccionario.worldispnetwork.com/documents/turismo)
- PAGINA WEB: www.uazuay.com/proyectosengeomatica.
- PAGINA WEB: www.diarioelmercurio.com/deportes/fda
- PAGINA WEB: www.googleearth.com
- PAGINA WEB: [www.google.com .ec./parquenacionalcajas/nov2008](http://www.google.com.ec/parquenacionalcajas/nov2008).

4. ANEXOS

FOTOGRAFIAS DE LA LAGUNA TOREADORA

AUTOR: MARISOL PLASENCIA



FOTOGRAFIAS DEL RESTAURANTE CASA VIEJA



CENTRO DE INFORMACION Y REFUGIO DE LA LAGUNA TOREADORA



[DERECHO de ingreso]		
Ecuatoriano	+ de 12 años	\$ 1,50
Ecuatoriano	- de 12 años	\$ 0,50
Extranjero	+ de 12 años	\$ 5,00
Extranjero	- de 12 años	\$ 5

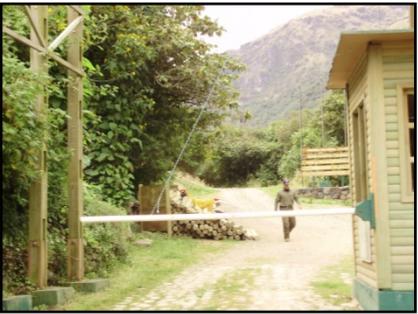
CAVAS





LAGUNA DE LLAVIUCU









ANTIGUA CERVECERIA



