

“UNIVERSIDAD DEL AZUAY”

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE TURISMO

PAQUETE TURÍSTICO “DISFRUTANDO DE UN FIN DE SEMANA EN GUAYAQUIL”

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

AUTOR:

DIANA LUCRECIA ORELLANA ROMERO.

DIRECTOR:

NATALIA RINÓN.

***CUENCA, ECUADOR
2009***

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo mi cariño y amor a DIOS, que me dio la oportunidad de vivir y regalarme una familia maravillosa. Con mucho cariño principalmente a mis padres, que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por todo papá, mamá por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón el que esté a mi lado.

A mis hermanos: Carlos, Fabián, Susana, Fernando, Jorgito, gracias por estar siempre conmigo y apoyarme siempre, les quiero mucho, a mis cuñadas ya a mis sobrinas y sobrino, por estar siempre conmigo, les quiero mucho.

Yo sin ustedes a mi lado no lo hubiera logrado, tantas desveladas sirvieron de lago y aquí está el fruto. Les agradezco a ustedes con toda mi alma el haber llegado a mi vida y compartir momentos agradables y momentos tristes, por esos momentos son los que nos hacen crecer y valorar a las personas que nos rodean.

Los quiero mucho y nunca les olvidaré.

Diana

AGRADECIMIENTO

Es un orgullo el haber culminado una meta más de mi vida, pero ésta fue posible, gracias a mis queridos MAESTROS, quienes supieron enrumbarme con sus conocimientos y guiarme por el camino del saber.

De manera muy especial un agradecimiento al Licenciado Carlos Delgado, al Ing. Miguel Sangolquí, a la Lcda. Karina Farfán, y al Lcda. Natalia Rincón, grupo de distinguidos PROFESORES, que sin su apoyo no hubiera sido posible realizar la presente monografía.

Gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Introducción.....	vi
Abstract.....	vii

CAPITULO 1

1. Concepto de Paquete Turístico.....	1
1.2 Características del Paquete Turístico.....	2
1.2.1 Por su organización.....	3
1.2.2 Por su Duración.....	3
1.2.3 Por su Territorio.....	4
1.2.4 Por su Temática.....	5
1.2.5 Por su Modalidad.....	5
1.2.6 Por la Forma de Operación.....	5
1.2.7 Por su Usuario.....	6
1.3 Clasificación de la Demanda Turística en Función del Tipo de Turismo.....	6
1.3. Según los medios financieros disponibles.....	6
1.3.2 Según el Tiempo disponible para viajar.....	7
1.3.3 Según los gustos y preferencias del Consumidor.....	7
1.4 Programación Turística.....	7
1.5 Ruta Turística.....	7
1.6 Publicidad.....	8
1.7 Circuitos Turísticos.....	8
2. Objetivos.....	9
2.1. General.....	9
2.2. Objetivos Específicos.....	9
3.1 Elaboración y ejecución del paquete.....	9
3.2 Segmentación del Mercado.....	10
3.3 Valorización de los Atractivos.....	10
3.4. Guión.....	11
3.4.1 Clasificación de los Guiones.....	11
3.4.1.1 Esquemáticamente.....	11
3.4.1.2 Redactado.....	11
3.4.1.3 Sistema Mixto.....	12
3.5. Itinerarios.....	12
3.6. Itinerario y Delimitación de la Ruta.....	12
3.7. Costos.....	13
3.8. Venta.....	14
4. Plan de Actividades.....	14
5. Cronograma.....	15

CAPITULO 2

2.2.1	General un inventario de los atractivos.....	16
2.2.2	Elaboración del Guión.....	21
2.2.2.1	Guayaquil.....	21
2.2.2.2	City Tour.....	22
2.2.2.3	Río Guayas.....	22
2.2.2.4	Cerro Santa Ana.....	23
2.2.2.5	Plaza de Artes y Oficios.....	23
2.2.2.6	Malecón del Salado.....	23
2.2.2.7	Las Peñas.....	23
2.2.2.8	Plaza de la Administración.....	24
2.2.2.9	Malecón 2000.....	24
2.2.2.10	Parque Histórico de Guayaquil.....	24
2.2.2.11	Puerto Morro.....	26
2.2.2.12	General Villamil.....	26
2.2.3	Itinerario.....	29
3.	Ruta.....	31
4.	Costos.....	32
5.	Venta.....	34
6.	Bibliografía.....	35

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo es la Presentación de un Paquete Turístico “Disfrutando un Fin de Semana en Guayaquil”, el mismo que ha sido considerado, porque esta ciudad es visitada por muchos turistas tanto nacionales como internacionales, por la gran proliferación de hermosos rincones que ofrece y son dignos de ser visitados y porque representa entrada de divisas que beneficia tanto a la ciudad como a la presentadora del paquete.

Para ello doy a conocer una conceptualización sobre los diferentes aspectos del Paquete Turístico, las características, luego se da a conocer la programación turística que consta de la ruta y circuito turístico a seguir, la publicidad necesaria que nos va a ayudar a que el turista escoja y se quede satisfecho.

Es imprescindible que la empresa tenga una dirección de correo electrónico, una página Web, fax, teléfonos, en donde de a conocer detalladamente todo el paquete turístico para que el usuario pueda escoger las opciones que lo dejen satisfecho.

ABSTRACT

This project is the presentation of a Tourist Package "Enjoying a weekend in Guayaquil". This proposal has been considered because Guayaquil is a city visited by many national and foreign tourists due to the proliferation of beautiful places worth visiting and it represents an income that benefits both the city as well as the package owner.

Firstly, I give a conceptualization of the different aspects of the package such as its characteristics, followed by the tourist program, which consists of the route and tourist circuit to follow, and all the necessary publicity that will help the tourist choose it and be satisfied.

It is extremely important that the company has an email address, a web site, fax and phones where detailed information of the whole package can be found. In this way the customer can choose the options that will satisfy him/her the best.



A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and flourishes, positioned below the official stamp.

PAQUETE TURÍSTICO “DISFRUTANDO UN FIN DE SEMANA EN GUAYAQUIL”

ESTRUCTURA DEL PAQUETE TURÍSTICO

CAPITULO 1

El presente paquete turístico que presento es “Disfrutando un fin de semana en Guayaquil” porque tiene una gran oportunidad de desarrollo, ya que al recibir la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, la economía del país se reactivaría por la entrada de divisas que beneficia a la ciudad.

1. Concepto de Paquete Turístico

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

Sin embargo Nelida Chan nos dice que: “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 Pág. 21)

Siglas de Organización Mundial del Turismo. Organismo especializado de la ONU “Paquete es la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, con el fin de contribuir al desarrollo económico, a la comprensión internacional, a la paz, a la prosperidad y al respeto universal y la observancia de los derechos humanos y de las libertades fundamentales”.

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

(Barcena S).

A mi parecer Paquete Turístico es el conjunto de servicios como alojamiento, alimentación, entradas a museos, recreación, visitas guiadas a parques nacionales, lugares de diversión y transporte, etc. a un precio único, satisfaciendo las necesidades del turista, ya sea nacional o extranjero.

1.2 Características del Paquete Turístico

Los Paquetes Turísticos se caracterizan por:

- a. Por su Organización.- En Paquete Standard para grupos, paquetes Standard para individuales, paquetes Especiales para grupos y paquetes especiales para individuales.
- b. Por su Duración: Puede ser para una noche, de 2 a 5 noches y más de 5 noches.
- c. Por el Territorio: Los paquetes puede ser locales o zonales.
- d. Por la Temática: Los paquetes pueden ser Generales y Específicos.
- e. Por su Modalidad: En Itinerario y Estancia.
- f. Por la Forma de Operación: En Eventual y Regional.
- g. Por su Usuario: En grupo o Individual.

(Chan 38 -46)

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

Los Programas Standard se ajustan a modelos o patrones únicos concebidos para el consumo masivo, el operador elabora un itinerario basándose en la forma de competencia y en estudios de mercado que le marcan las tendencias generales y las preferencias de los nichos o segmentos con los que trabaja habitualmente y de aquellos que desea incorporar como clientes. La operación de los programas Standard es siempre de tipo regular, lo que significa que se realiza de acuerdo a un calendario preestablecido, y que sus salidas están fijadas de antemano y generalmente son diagramas por temporada.

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

1.2.2 Por su Duración.- La duración dura entre medio día y un día entero, de acuerdo con la magnitud del centro y la variedad de los atractivos a visitar.

Al medio día nos referimos a un promedio de 2 a 3 horas de recorrido, y de día entero nos referimos a un

promedio de 7 a 8 horas de recorrido total esto es ida y vuelta al centro. Los atractivos visitados pueden ser tanto de sitio, como museos, templos o monumentos; o de eventos: ferias, fiestas, etc. Los programas son elaborados por operadores locales ubicados en el destino y están dirigidos a agencias operadoras ubicadas en el mercado, quienes intermedian entre los productores y el usuario.

Los paquetes regionales se conocen como tour, se puede definir “Todo viaje prearreglado a uno o más destinos turísticos, con el regreso al punto de partida, cuya duración excede veinticuatro horas.”

Por la extensión Espacial no hay límites prefijados, su duración es medida por la cantidad de noches que pasa en establecimiento de alojamiento, con un mínimo de una pernoctación.

1.2.3 Por su Territorio.- Pueden ser locales o zonales.

Paquetes Locales son los que se realiza dentro de los límites de una ciudad o localidad determinada.

Paquetes Zonales son programas cuyo circuito alcanzan el área geográfica inmediata al centro turístico como tal al espacio por vía terrestre, luego de recorrer dos horas de viaje.

1.2.4 Por su Temática.- Los Paquetes pueden ser Generales y Específicos.

Paquetes Generales son cuyo 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.

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

1.2.5 Por su Modalidad.- Itinerario y Estancia.

Itinerarios son los que incluyen distintos aspectos relacionados con el centro para dar una idea general del lugar.

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

1.2.6 Por la Forma de Operación.- Pueden ser Regulares o Eventuales, al igual que las excursiones.

Desde el punto de vista del usuario, pueden ser para individuales o para grupos.

Por la Temática puede ser generales o específicos.

12 10 2007

Tanto los programas locales como los regionales presentan una gran cantidad de variantes en su topología, por esta razón en el momento de establecer el objetivo del paquete, el programador debe especificar la clave del servicio a elaborar, de hacerlo es posible que el itinerario confeccionado no responde a la características del viaje solicitado en eventual y regional.

1.2.7 Por su Usuario.- En Grupo o Individual.

Los paquetes locales definidos por el usuario puede ser individuales o en grupos.

Los Paquetes Individuales se opera sobre la base de la venta individual de plazas es decir por pasajeros, no hay necesidad de conformar grupo alguno para efectivizar la salida.

Los paquetes para grupos implican que su operación estará sujeta a la conformación previa de un grupo, con un número mínimo de pasajeros establecidos según los criterios de la empresa operadora o según la capacidad de los servicios incluidos. (Chan 36 – 42).

Mi Paquete tiene las siguientes características:

Por su Organización.- Por que esta destinados a un grupo.

Por la Duración.- Mi paquete es de 2 días y una noche.

Por su Temática.- Los pasajeros podrán disfrutar de la arquitectura, museo, artesanías, playas .etc.

1.3 Clasificación de la Demanda Turística en Función del Tipo de Turismo

Se clasifica en Demanda Turística:

1.3.1 Según los medios financieros disponibles:

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

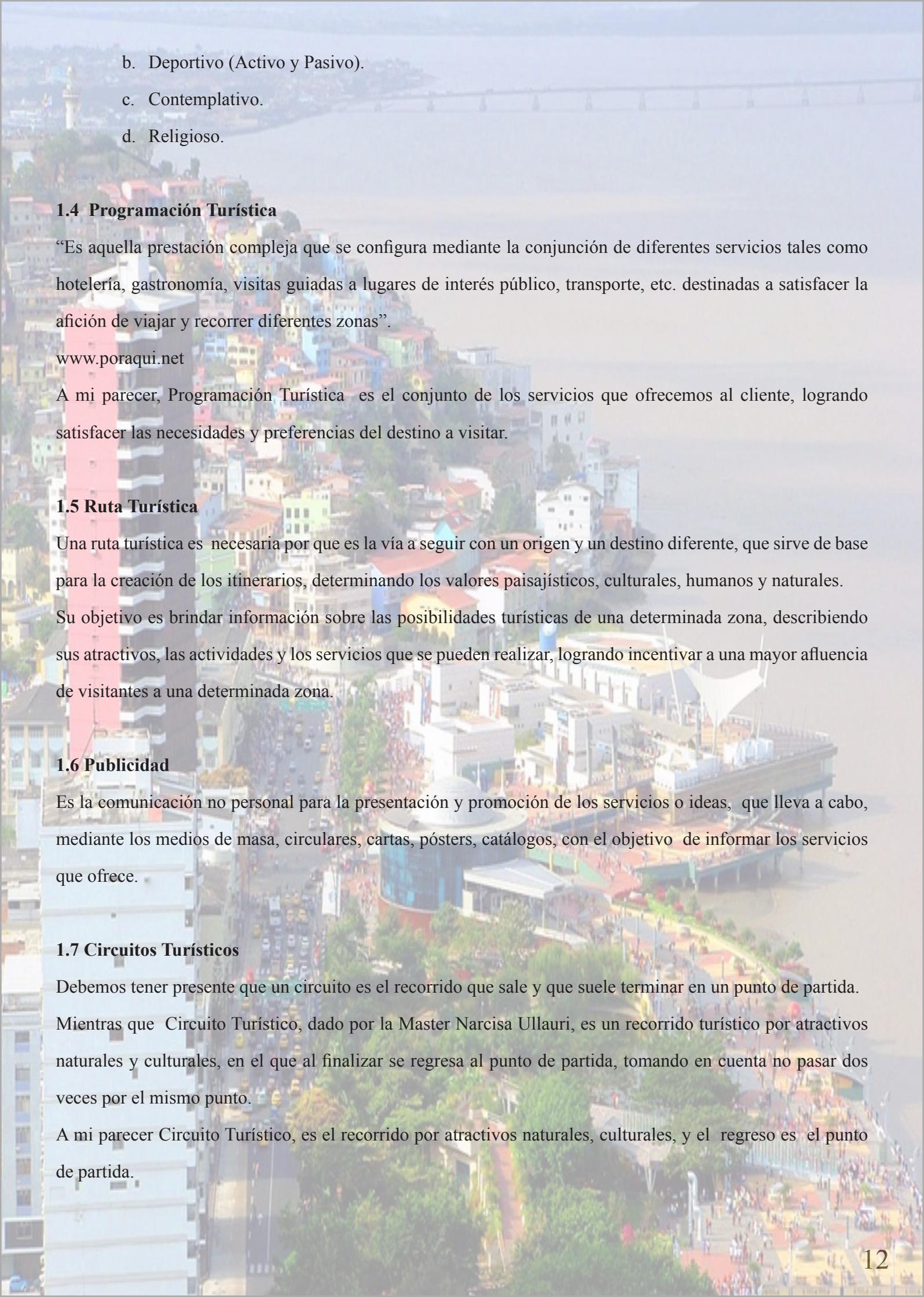
1.3.2 Según el Tiempo disponible para viajar

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

1.3.3 Según los gustos y preferencias del Consumidor

- a. Alternativo.

12 10 2007

- 
- b. Deportivo (Activo y Pasivo).
 - c. Contemplativo.
 - d. Religioso.

1.4 Programación Turística

“Es aquella prestación compleja que se configura mediante la conjunción de diferentes servicios tales como hotelería, gastronomía, visitas guiadas a lugares de interés público, transporte, etc. destinadas a satisfacer la afición de viajar y recorrer diferentes zonas”.

www.poraqui.net

A mi parecer, Programación Turística es el conjunto de los servicios que ofrecemos al cliente, logrando satisfacer las necesidades y preferencias del destino a visitar.

1.5 Ruta Turística

Una ruta turística es necesaria por que es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios, determinando los valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales.

Su objetivo es brindar información sobre las posibilidades turísticas de una determinada zona, describiendo sus atractivos, las actividades y los servicios que se pueden realizar, logrando incentivar a una mayor afluencia de visitantes a una determinada zona.

1.6 Publicidad

Es la comunicación no personal para la presentación y promoción de los servicios o ideas, que lleva a cabo, mediante los medios de masa, circulares, cartas, pósters, catálogos, con el objetivo de informar los servicios que ofrece.

1.7 Circuitos Turísticos

Debemos tener presente que un circuito es el recorrido que sale y que suele terminar en un punto de partida. Mientras que Circuito Turístico, dado por la Master Narcisa Ullauri, es un recorrido turístico por atractivos naturales y culturales, en el que al finalizar se regresa al punto de partida, tomando en cuenta no pasar dos veces por el mismo punto.

A mi parecer Circuito Turístico, es el recorrido por atractivos naturales, culturales, y el regreso es el punto de partida.

2. Objetivos.

2.1. General.

El Objetivo General

Es realizar un Paquete turístico, “Disfrutando un fin de semana en Guayaquil”, que va dirigido a un mercado familiar, tanto para turistas nacionales como extranjeros, logrando disfrutar de su encanto natural y paisajístico.

2.2. Objetivos Específicos.

Diseñar un paquete turístico.

Segmentar el mercado.

Valorar los atractivos.

Elaborar un guión.

Realizar el itinerario y delimitaré la ruta.

Especificar los costos.

Promocionar la venta del paquete.

3.1. Elaboración y ejecución del paquete.

Para la elaboración y ejecución de los paquetes turísticos, como los que ofrece cualquier tour - operador, se compone de elementos flexibles en el backoffice, en donde se decide si los precios aparecen desglosados o si hay un precio global por el paquete.

www.poraqui.net

3.2. Segmentación del Mercado.

La segmentación del 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 la empresa, es su capacidad de segmentar adecuadamente el mercado.

La segmentación del mercado se define como aquella que trata de ampliar y profundizar el conocimiento de los mercados y sus segmentos con el objeto de adaptar su oferta de productos y estrategia de marketing a las necesidades y preferencias de cada uno de ellos. La segmentación toma como punto de partida el reconocimiento que el mercado es heterogéneo y pretende dividirlo en grupos homogéneos. www.marketing.com

3.3 Valorización de los Atractivos

Con la valoración obtenemos datos concretos como: provincia, ciudad, cantón, acceso, longitud, latitud, jerarquización.

En la Jerarquización encontramos 4 puestos, que va desde el más alto puntaje al más bajo.

4. Atractivo excepcional y de gran significado por el mercado turístico internacional, capaz de motivar una importante corriente de visitantes actual potencial.
3. Atractivo con rasgos excepcional en un país, capaz de motivar una corriente activa o potencial de visitantes del mercado interno y en menor porcentaje del internacional, ya sea por si solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
2. Atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno y receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraen el turismo fronterizo de esparcimiento.
1. Atractivo sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico, como elemento que puede complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

3.4. Guión

Es la descripción de los datos de los atractivos, cuyo objetivo es que el pasajero recuerde con facilidad el lugar visitado.

Los Guiones de Ruta.- Es el guía de ruta da las explicaciones a través del micrófono, sentado en el asiento delantero, lo que posibilita la consulta de datos y que se puede llevar consigo apuntes.

3.4.1 Clasificación de los Guiones

Tenemos la siguiente clasificación:

3.4.1.1 Esquemáticamente.- Consiste en un breve apunte que nos recuerda lo que tenemos que decir, con referencias que posibilitan la improvisación como si se tratará de un telegrama.

3.4.1.2 Redactado.- Se trata de un texto literario, para utilizar este sistema hay que saber leer sin que se note que se está leyendo.

3.4.1.3 Sistema Mixto.- Es la combinación de las dos anteriores, juntando la información a nuestros

conocimientos, haciendo frases más redactadas de aquello que desconocemos, este es el sistema más utilizado.

3.5. Itinerarios

Itinerario es el recorrido o detalle de actividades y detalles incluidos en el programa, el recorrido define las rutas o caminos a tomar, las ciudades de visita y pernoctación, los medios de transporte seleccionados para trasladarse de una ciudad a otra, los kilómetros y tiempos que se emplean en dicho traslado, este servicio tiene una peculiaridad para efectivizarse es decir para que el cliente lo consuma, este deberá trasladarse a un espacio físico definido que llamaremos destino. (Chan 32)

Es la descripción de los atractivos a visitar en el paquete turístico, en donde ira detalladamente los servicios incluidos, los días, las horas, las actividades a realizarse.

3.6. Itinerario y Delimitación de la ruta

Es el detalle de actividades y prestaciones que se establece, las cantidades y tipos de alimentos que el pasajero consume por día, el tiempo tanto el que se emplea par el consumo como el de libre compromiso e identificar a los prestadores de los servicios.

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

El cliente pagará un único precio por el uso de todos los servicios y actividades que compone el producto, esto aplica a aquellos servicios adicionales u opcionales que deben abonarse en forma independiente.

El objetivo principal es fijar la secuencia u orden de las prestaciones, determinando tiempos y asignando los recursos necesarios para su operación.

3.7. Costos

Es el sacrificio o esfuerzo económico que se debe realizar para un objetivo de tipo operativo, por ejemplo pagar los sueldos, comprar materiales, fabricar un producto, venderlo, prestar un servicio, obtener fondos para financiarnos, administrar la empresa, etc. También es necesario precisar algunos conceptos que se utilizan para definir y caracterizar aspectos relacionados con el tema que estamos analizando. Por ejemplo: desembolso, amortizaciones e inversión.

El costo es fundamentalmente un concepto económico, que influye en el resultado de la empresa. El desembolso es un concepto de tipo financiero, que forma parte del manejo de dinero. Su incidencia está relacionada con los

movimientos (ingresos y egresos) de caja o tesorería

No debemos olvidarnos del costo de Administración, que son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo: los sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa, honorarios pagados por servicios profesionales, servicios públicos correspondientes al área administrativa, alquiler de oficina, papelería e insumos propios de la administración.

3.8. Venta.

El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes. La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes ya que el precio, es uno de los elementos que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

El cliente estará dispuesto a pagar por los bienes y servicios, lo que considera un precio “justo”, es decir, aquel que sea equivalente al nivel de satisfacción de sus necesidades o deseos con la compra de dichos bienes o servicios. Por otro lado, la empresa espera, a través del precio, cubrir los costos y obtener ganancias. En la determinación del precio, es necesario tomar en cuenta los objetivos de la empresa y la expectativa del cliente. El precio de venta es igual al costo total del producto más la ganancia.

4. Plan de Actividades.

ACTIVIDADES	CANTIDAD	DURACION	COSTO	MEDIOS DE VERIFICACION	FACTORES DE RIESGO
Elaboración y ejecución del paquete	3	22-25/12/08	100	Videos fotos	Lluvias
Segmentación del mercado	2	26-28/12/08	3	Informe	
Valoración de los atractivos turísticos	1	29/12/2008	3	Informe	
Guión	1	02/01/2009	1	Informe	
Itinerarios delimitación de la ruta	1	03-06/01/09	50	Fotos	Lluvia
Costos	1	05/01/2008	5	Informe	
Venta	1	10/01/2009	3	Informe	

5. Cronograma.

ACTIVIDADES	NOVIEMBRE		DICIEMBRE				ENERO		
Elaboración y ejecución del paquete	X	X							
Segmentación del mercado			X	X					
Valoración de los atractivos turísticos					X	X			
Guión							X		
Itinerarios delimitación de la ruta								X	
Costos								X	
Venta									X

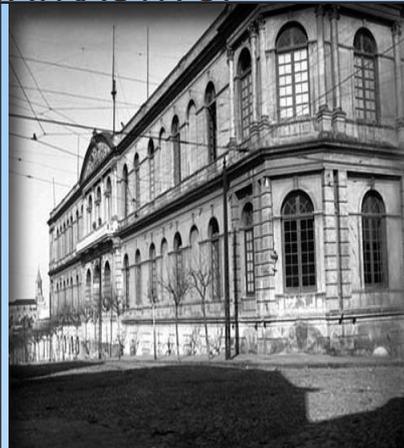
CAPITULO 2

2.2.1 General un inventario de los atractivos

Vamos a realizar la valorización de los atractivos por medio de fichas, obteniendo datos concretos.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Río Guayas			
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
	Sitios Naturales	Guayas	Primer orden
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	Río	Guayaquil	52°30'20'' Sur
	SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
	Manantial	5msnm	79°45'48'' W
	JERARQUIZACIÓN		
3			

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro Santa Ana			
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
	Sitio Natural	Guayas	Primer orden
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	Montañas	Guayaquil	2°12'00'' Sur
	SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
	Colinas	800msnm	79°53'00'' W
	JERARQUIZACIÓN		
3			

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Plaza Artes y Oficios			
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
	Cultural	Guayas	Primer orden
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	Arquitectura	Guayaquil	2°12'36'' S
	SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
	Vivienda	8 msnm	79°53'39'' W
	JERARQUIZACIÓN		
3			

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Las Peñas



CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
Cultural	Guayas	Prime orden
TIPO	CIUDAD	LATITUD
Arquitectura	Guayaquil	2°11'00'' S
SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
Vivienda	9 msnm	79°52'44'' W
JERARQUIZACIÓN		
3		

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

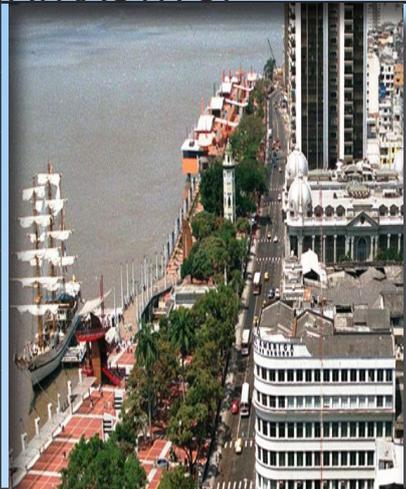
Plaza de la Administración



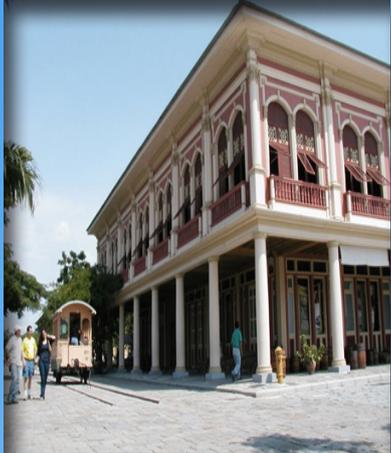
CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
Cultural	Guayas	Primer orden
TIPO	CIUDAD	LATITUD
Etnografía	Guayaquil	2°11'41'' S
SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
Arquitectura	11 msnm	79°52'47''
JERARQUIZACIÓN		
3		

NOMBRE DEL ATRACTIVO:

Malecón 2000



CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
Cultural	Guayas	Primer orden
TIPO	CIUDAD	LATITUD
Históricas	Guayaquil	2°11'37'' S
SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
Zonas Históricas	16 msnm	79°52'47'' W
JERARQUIZACIÓN		
3		

NOMBRE DEL ATRACTIVO: 	Parque Histórico Guayaquil		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
	Histórico	Guayas	Primer orden
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	Históricas	Guayaquil	2°09'18'' S
	SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
	Zonas Históricas	4 msnm	79°52'05'' W
	JERARQUIZACIÓN	3	

NOMBRE DEL ATRACTIVO: 	Puerto Morro		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
	Sitio Natural	Guayas	Primer orden
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	Costa	Guayaquil	2°36'36'' S
	SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
	Playas	18 msnm	80°18'09'' W
	JERARQUIZACIÓN	3	

NOMBRE DEL ATRACTIVO: 	General Villamil		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
	Sitio Natural	Guayas	Primer orden
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	Costas	Guayaquil	2°38'00'' S
	SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
	Playas	6 msnm	80°23'58'' W
	JERARQUIZACIÓN	3	

NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Ceviche de Camarón	Restaurante	Marco Polo
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESOS
	Cultural	Guayas	Primer orden
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	Etnografía	Guayaquil	2°12'11" S
	SUBTIPO	ALTURA	LONGITUD
	Comidas y bebidas típicas	6 msnm	79°53'24" W
	JERARQUIZACIÓN		

3

2.2.2 Elaboración del Guión

2.2.2.1 Guayaquil

Santiago de Guayaquil, capital de la provincia del Guayas, está situada en las riberas del Río Guayas. Sus límites son al Norte con el cantón Nobol, al Este con los cantones de Samborondón y Durán, al Oeste el Estuario del Salado y los Cerros Azul y Blanco y por el Sur el Estuario de la Puntilla de Guayaquil que llega hasta la Isla Puná. Con una altitud de 4 metros sobre el nivel del mar. La temperatura varía entre los 23 y 27 grados centígrados.

Es el puerto principal y la capital económica del Ecuador. La época de lluvia se inicia en enero y se extiende hasta comienzos de mayo. La influencia de la corriente fría de Humboldt y la cálida del Niño, hacen que el clima sea de tipo cálido tropical o tropical húmedo, que se torna seco durante el verano.

La Perla del Pacífico es descrita por grandes historiadores y escritores como una tierra cálida y hospitalaria, con gente trabajadora, entusiasta y que entre el bullicio de sus calles y avenidas se desenvuelve constantemente.

Guayaquil es una urbe colorida con una gran infraestructura y con el trabajo arduo de su pueblo, su empuje comercial y sus innovaciones son características principales de esta ciudad. Además su variada gastronomía y la amabilidad de su gente la convierten en un punto atractivo para propios y extraños.

Reseña Histórica

Ubicada al pie del Cerro Santa Ana o Cerro de la Culata, la ciudad de Guayaquil fue fundada en el año de 1537 por el conquistador Francisco de Orellana con el nombre de “Santiago de la Culata”, después empezó a designarse a la ciudad con el nombre de “Guayaquil”, que en idioma Cayapa es una voz compuesta de los nombres del cacique Guayas y el de su esposa Quila de la tribu de los Huanacavilcas.

La ciudad ha mantenido a lo largo de su historia constantes reconstrucciones y reasentamientos (fue dos veces incendiada y dos veces ubicada), un estilo que define su característica costeña: alegre, festiva y genial. Estas singulares condiciones forjaron el temperamento de sus habitantes y constituye, hasta el día de hoy, el antecedente que caracteriza al guayaquileño como un hombre luchador, preocupado por su urbe y orgulloso de su patria, activo e incansable propulsor de las más creativas actividades y sobre todo forjados de su propio destino.

2.2.2.2 City Tour

Guayaquil es una ciudad de tradiciones en la que se puede visitar numerosos museos como: el Nahím Isaías, Museo Antropológico del Banco Central, el Museo Municipal, de los Bomberos y el Naval.

2.2.2.3 Río Guayas

Navegar por sus tranquilas aguas a bordo de una de las típicas lanchas resultará una alternativa diferente, junto a sus amigos o familiares, la emocionante travesía le ayudará a conocer las actividades cotidianas de sus habitantes y de la historia el comercio, que en un principio se realizaba por esa vía.

2.2.2.4 Cerro Santa Ana

Un pintoresco lugar de casas multicolores en cuyo recorrido se puede degustar los más deliciosos platos de la comida autóctona, comprar artesanías y disfrutar de la hermosa vista que ofrece el mirador que se encuentra en su cima.

2.2.2 5 Plaza de Artes y Oficios

A la entrada del sector sur de la urbe guayaquileña se encuentra el Parque Forestal, uno de los más grandes y concurridos que posee la ciudad y que cuenta con el teatro Centro Cívico y la Plaza de Artes y Oficios, donde se levantó el monumento a los Próceres del 9 de Octubre, una obra del artista Oswaldo Guayasamín.

2.2.2.6 Malecón del Salado

Dentro de una gran extensión se desarrolló un nuevo complejo comercial a la orilla del brazo de mar conocido como Estero Salado y rodeado de maravillosos jardines tropicales, desde aquí se pueden apreciar monumentos, la plaza, el parque, entre otros centros de diversión.

2.2.2.7 Las Peñas

Al finalizar el Malecón encontramos el famoso barrio de las Peñas, reconocido por su arquitectura y por estar ubicado en las escalinatas que nos llevan hacia un faro muy alto desde el cual se puede divisar gran parte de Guayaquil

Su nueva imagen, regenerada muestra sus fachadas mejoradas y llenas de color, sus habitantes ubicaron algunos centros de entretenimiento como bares, restaurantes, karaokes para hacer los días y las noches mucho más divertidas.

2.2.2.8 Plaza de la Administración

Frente a la Gobernación y el Palacio Municipal se encuentra la Plaza de la Administración con sus piletas, esculturas y el monumento a Antonio José de Sucre.

2.2.2.9 Malecón 2000

El Malecón 2000 presenta a lo largo de su estructura diferentes obras que, con detalles modernos de arquitectura se mezclan de manera armoniosa con lo clásico de antaño, tales como el Mercado Sur (conocido ahora como el Palacio de Cristal), la Torre Morisca el MAAC, IMAX, Rotonda y más. La gran diversidad de monumentos históricos enmarcados entre fuentes y plantas exóticas lo convierten en un punto turístico que no solo atrae a los extranjeros sino que llena de orgullo a los guayaquileños en general.

2.2.2.10 Parque Histórico de Guayaquil

El Parque Histórico de Guayaquil es el reconocimiento de las tradiciones que constituyen el origen como ciudad y la raíz de la cultura a través de nuestro pasado excepcional. Su creación es producto del esfuerzo del Banco Central y fue ideado con el objetivo de preservar nuestra historia e idiosincracia, a través de tres zonas, lo cual cuenta con viviendas rescatadas y reconstruidas de la época del Guayaquil colonial.

Zona de vida silvestre

Este sitio de 8 hectáreas está rodeado de bosques de manglares y otras especies de árboles, como el platanillo,

que crecen naturalmente alrededor de un estero del río Daule.

En el manglar existen 28 especies de animales en cautiverio, entre las que podemos observar al venado de cola blanca, al mapache y osito lavador, grupos de saínos, tigrillos, osos perezosos, cocodrilos. Existen 90 especies de aves como papagayos, pericos, águila arpía.

Zona urbana arquitectónica

Alberga edificaciones de valor histórico y arquitectónico, construidas a inicios del siglo XX. En los 80 fueron desarmadas y rescatadas por el Banco Central del Ecuador para presentar en el parque una ambientación del Malecón 1900 de Guayaquil. Está la Casa Julián Coronel (1899), el Banco Territorial (1886), Casa Lavallen Paredes (1896) y el Hospicio Corazón de Jesús.

Desde mediados del 2005, la Casa Julián Coronel presta servicios de cafetería en la planta baja, previa administración del Hotel Hilton Colón, y un salón de eventos en el primer piso alto.

Zona de exposición de tradiciones

La casa campesina y la casa de hacienda San Juan, integradas a un ambiente de plantaciones y aves de corral, expone la vida rural de la costa en los primeros años del siglo pasado. También se presentan exposiciones itinerantes de temas relacionados con la región, un huerto orgánico y granjas integrales que rescatan la etnobotánica y fomenta la producción de alimentos sanos y plantas curativas mediante el trabajo familiar o en comunidad.

2.2.2.11 Puerto Morro

A 111 kilómetros de Guayaquil visitamos Puerto Morro que es un pintoresco puerto habitado por pescadores, recolectores de conchas, mejillones, cangrejos. A una hora por lancha esta la Isla de los Pájaros, con un atractivo principal que son sus aves y fragatas que habitan en la isla aunque también hay pelícanos,

En estas zonas existen alrededor de cincuenta especies de aves migratorias, así como una variedad de delfines de la especie “Nariz de Botella” que se encuentran principalmente con marea alta y se alimentan de manglares.

Es ideal para pescar y nadar.

2.2.2.12 General Villamil

Encontramos acantilados bajos, la playa es amplia, de forma recta y de olas moderadas, particularmente, converge el espíritu alegre de los pescadores, cuyos botes están apostados en la arena para iniciar las tareas de pesca artesanal o, a su regreso, para vender las corvinas, camarones y otras especies capturadas del mar.

El golpe de las olas a lo largo de esta ensenada abierta rompe con la pureza del paisaje que se ve matizada de

modernas edificaciones, muchas de ellas son lugar de residencias de familias que acostumbran llegar los fines de semana, dada la cercanía con Guayaquil, sin distinguir la época del año.

Es posible ver aún las míticas balsas que utilizaron hace miles de años sus antiguos pobladores y que hoy prestan gran ayuda a los pescadores artesanales. El tramo ancho de la playa empieza desde el espigón hasta la zona correspondiente para venta de comidas o también conocida como “Feria de las Ostras”.

En sus aguas se realizan deportes acuáticos como las carreras de balsilla y velerismo, y en la arena los partidos de fútbol y voleibol.

En el recinto Arenal se pueden encontrar muebles de acabados rústicos, se realiza tratamiento a la madera para prolongar su duración, pero se mantiene con su corteza natural.

Su comida es exquisita y se la puede servir en los restaurantes de la zona o a pocos metros de la playa donde se han ubicado locales de comida. En el mes de julio, la comunidad celebra la fiesta de San Pedro y San Pablo, considerados los santos patronos de los pescadores por haber seguido éstos el mandato de Jesús de convertirse en pescadores de hombres, pedir más lluvias y la bendición en las jornadas de pesca.

Del 14 al 16 de agosto recuerdan su cantonización con bailes públicos, quema de castillos, desfiles, concursos de belleza, además se organizan las peleas de gallos, a la cual asisten personas de Manabí y Guayaquil que gustan de esa actividad.

Gastronomía

La Comida típica de la ciudad es sin duda uno de los atractivos para nacionales y extranjeros.

Caldo de Moguer, es una deliciosa sopa preparada con intestino de chanco o cerdo rellena con arroz, especias y menudencias del animal.

Guatita es el mondongo de res bien curado y hervido con especias y salsa de maní con papas da como resultado uno de los platos más degustados.

Arroz con menestra, es la menestra de frijol o lenteja acompañada de arroz blanco, patacones fritos y un buen pedazo de lomo fino asado.

Encebollado, se le llama también languriango es una deliciosa sopa hecha de atún aleta amarilla, albacora y yuca, se lo degusta en las mañanas.

Cangrejos, la rica carne de cangrejos se la puede degustar unos deliciosos carapachos rellenos acompañados de una salsa de cebolla que le da el toque final.

Ceviches, es el compuesto de mariscos como pescado, concha, calamar pulpo, etc.

Empanadas de Verde, constituye un bocado clásico en la mesa de los guayaquileños, está preparado con una

fina masa de verde y relleno de queso, carne o pollo.

Diversión en Guayaquil

La noche guayaca es muy prendida y sus habitantes disfrutan de sus atracciones que van desde un grato paseo por las principales avenidas hasta el baile hasta altas horas de la madrugada en sus distintas discotecas.

Sizú

Avenida las Monjas y avenida Carlos Julio Arosemena, centro comercial Aventura plaza local #32

Mumba

Vía Samborondón km. 1, CC Bocca local C2

Bar 69

Centro Comercial Albán Borja, junto al puente.

Fizz y Santé

Avenida Francisco de Orellana 796, Kennedy Norte, frente al WTC.

Limbo

Centro Comercial Albán Borja, junto a la mueblería la Línea.

Galeón de Arthur

En la escalinata del Cerro Santa Ana.

Arthur's Café

En la Numa Pompilio Llona, barrio las Peñas.

Puerto Madero

En la avenida 25 de Julio en el Sur de la ciudad.

2.2.3 ITINERARIOS

Día 1.

- 06H00 Salida de Cuenca
- 10H00 Arribo a Guayaquil
- Checkin en el Hotel Guayaquil
- Recorrido por la Plaza Olmedo
- Malecón Simón Bolívar
- Túnel Cerro Santa Ana
- Plaza de la Administración
- Parque Histórico
- 13H00 Recorrido y degustación de las delicias costeñas
- 15H30 Recorrido en el bus de dos pisos y de compras.
- 19H00 Retorno al hotel
- Cena
- 21H00 Noche libre
- Diversión en la Discoteca Sizú

Día 2

- 07H00 Desayuno
- Hotel
- 08H00 Salida con destino al Puerto de Morro
- 09H00 Recorrido por Manglares de avistamiento de aves
- 12H00 Almuerzo en General Villamil
- Tarde de Playa
- 15H30 Retorno a Cuenca
- 20H30 Llegada a Cuenca

4. COSTOS

PAQUETE TURÍSTICO DISFRUTANDO UN FIN DE SEMANA EN GUAYAQUIL			
15 PAX 2 DÍAS 1 NOCHE			
COSTO VARIABLE	COSTOS POR DIA	COSTOS TOTAL	COSTO POR PAX
Transporte	200	400	27
Alojamiento	450	450	30
Alimentación	225	450	30
Guía	50	100	17
Misceláneos	75	150	10

Costo Variable por Pax = \$ 114.20

Margen de Ganancia 30% = \$ 34.20

Precio de Venta al Público por Pax = \$ 148.20

GASTOS FIJOS	GASTO MENSUAL
Internet	40,00
Útiles de Oficina	20,00
Publicidad	15,00
Teléfono	20,00
GASTO FIJO MENSUAL =	\$ 95,00

Precio de Venta al Público = \$148.20

Costos Variables = \$114.00

Costos Fijos = \$95.00

Se proyecta vender 2 paquetes al mes, con un total de 24 al año, cada uno de 15 pax

**ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009**

INGRESOS DE AÑO	
VENTAS	53352,00
COSTOS VARIABLES	41040,00
COSTOS FIJOS	1140,00
UTILIDAD	11172,00

RENTABILIDAD DE VENTA UTILIDAD

$$= \frac{\text{UTILIDAD}}{\text{VENTAS}} * 100 = 20.94 \%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO		PV(X) = CV(X) + CF + B
Precio de Venta	PV	$PV(148,20) = 114(X) + 1140 + 0$
Costo Variable	CV	$148,20 - 114X = 1140$
Costo Fijo	CF	$34,20X = 114$
Siempre 0	B	$X = 1140 / 34,20$
		$X = 33,33$

Punto de Equilibrio = 33.33 pax al año, donde la empresa ni gana ni pierde.

**ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1° DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009
DEMOSTRACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

VENTAS	33,33 * 148,20	4939,50
COSTO DE VENTA	33,33 * 114	3799,62
COSTOS FIJOS		1140,00
UTILIDAD		0

DEMOSTRACION DE COSTOS Y GASTOS			
VENTA	24 paquetes * 15 pax	360 * 148,20	53352,00
COSTO DE VENTA	24 paquetes * 15 pax	360 * 114,00	41040,00
GASTOS FIJOS	95 * 12 meses		1140,00

El Paquete Turístico “Disfrutando un fin de semana en Guayaquil” he determinado que el paquete es rentable.

5. Venta

La venta se realizará por medio de trípticos, folletos, etc.; entregados en los terminales terrestres y aéreos, y en otros puestos de información turística; un buen marketing, una buena planificación, a un precio adecuado, con la calidad requerida y el control de los servicios, que garantizarán buenos resultados.

6. Bibliografía.

CHAN, Nelida. Circuitos turísticos.

SALVAT. Ciencia y cultura latinoamericana.

LIMUZA SA. Operación de Turismo Receptivo y Nacional.

DE LA TORRE Guía didáctica –Through the world of tourism.

DE LA TORRE Steps Towards an international trip.

HERNANDEZ, Planificación turística un enfoque metodológico.

BOULLON Roberto, Planificación del espacio turístico.

EDITORIAL TRILLAS, Turismo popular inversiones rentables ripio

MORALES, Financiamiento turístico fuentes internas – externas.

ACERENZA, Administración del turismo.

BOULLON, Roberto. Los municipios turísticos.

EDITORIAL TRILLAS, Turismo social.

HERNANDEZ. Proyectos turísticos de formulación y evaluación.

CARDENAS, Comercialización del turismo.

CARDENAS, Proyectos turísticos localización e inversiones.

www.poraqui.net.

www.colonialtour.com

www.marketin.com/segmentacióndemercado

www.costos.com/concepto.

www.visitaecuador.com

www.wikipedia.com

www.eltiempointernacional.com