

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
ESCUELA DE TURISMO

Tema: HACIA EL SUR CUENCA, LOJA, ZAMORA.

TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA OBTENCION DE TITULO DE

GUIA TURISMO

Realizado por: EDDY ZEA OCHOA

Director: INGENIERO MIGUEL SANGOLQUI

CUENCA 21 DE ENERO DEL 2009

AGRADECIMIENTOS

Dejo constancia de mi gratitud al Ingeniero Miguel Sangolqui y la Licenciada Natalia Rincón, Directores de esta Monografía, quienes me prestaron la asistencia técnica necesaria para realizar el presente trabajo.

Finalmente un sincero agradecimiento a la Escuela de Turismo de la Facultad de Filosofía de la Universidad del Azuay, ya que me brindo los conocimientos humanos y profesionales, los mismos que están expresados en el desarrollo de esta Monografía.

EL AUTOR

DEDICATORIA

Agradezco a Dios ya que sin el nada sería posible, a mis padres Eduardo y Guilda por haberme apoyado incondicionalmente en la consecución de mis metas y por demostrarme que con trabajo y constancia todo es posible lograr, a mi hermana Victoria con quien compartí las aulas universitarias, a mi hermano Eduardo por su apoyo y motivación.

De manera muy especial a Juan Carlos un amigo que me apoyo con su amistad y sus conocimientos, para él y su familia muchas gracias.

En memoria de mi abuelito Matías con quien compartí su amor por la naturaleza.

EDDY MATIAS ZEA OCHOA

RESUMEN

Hacia el Sur es un paquete turístico que está compuesto de dos partes. En el Capítulo I la base teórica para realizar este trabajo, en el Capítulo II esta descrito el tour con todas las actividades de los diferentes días a realizarse así como también los costos y segmentación del mercado. El propósito de este paquete turístico es dar a conocer a los visitantes los diferentes atractivos turísticos culturales y naturales en las áreas urbanas y rurales que poseen las provincias del Azuay, Loja y Zamora, así como también su historia y las actividades económicas que la población efectúa en esta zona.

ABSTRACT

Going South is two-part tourist package with Chapter one being a presentation of the theoretical basis used to produce this work; Chapter two contains the description of the tour with all the activities to be done on each day, along with costs and market segmentation. The aim of this package is to present to visitors the different cultural and natural areas in the urban and rural areas of the provinces of Azuay, Loja, and Zamora. The history and economic activities of the populations in these areas will also be demonstrated throughout the tour

INDICE

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. EL PAQUETE TURISTICO.....	3
1.3.1. CARACTERISTICAS DEL PAQUETE TURISTICO.....	3
1.3.2. TIPOS DE PAQUETES TURISTICOS.....	5
1.3.3. ESTRUCTURA DEL PAQUETE TURÍSTICO.....	8
1.3.3.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	8
1.3.3.2. ANALISIS DE LA ELABORACION DE UNA PROMOCION.....	8
1.3.3.3. ENFOQUESE EN UN CLIENTE PARTICULAR.....	8
1.3.3.4. ELECCION DE PROVEEDORES.....	9
1.3.3.5. DATOS OBLIGATORIOS.....	10

1.3.3.6. COTIZACION.....	11
1.3.3.7. SERVICIOS PRESTADOS.....	12
1.3.3.8. INFORMACION.....	13
1.3.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	13
1.4.1. VALORACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	17
1.5.1. GUÍON.....	18
1.6.1. ITINERARIOS/DELIMITACIÓN DE RUTAS.....	18
1.7.1. COSTOS.....	19
1.8.1. VENTA.....	19
1.9.1. CONCLUSIONES DEL CAPITULO.....	20

CAPITULO II

PAQUETE TURISTICO

2.1. INTRODUCCION.....	21
2.2. ANTECEDENTES O CARACTERIZACION DEL PAQUETE.....	22
2.3. ESTRUCTURA DE UN PAQUETE.....	27
2.3.1. VALORIZACION DE ATRACTIVOS.....	27
2.3.2. GUION.....	39
2.3.3. ITINERARIOS.....	66
2.3.5. MAPA DE RUTAS.....	70
2.4.1. SEGMENTACION DE MERCADO.....	71
2.5.1. COSTOS.....	74

2.6.1. VENTA.....	80
2.7.1. CONCLUSIONES DEL CAPITULO.....	81
2.8.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	81
2.8.2. RECOMENDACIONES.....	82
2.9.1. BIBLIOGRAFIA.....	84

CAPITULO I

MARCO TEORICO.

1.1. INTRODUCCIÓN.

Para la gran parte de turistas, el paquete turístico se ha convertido en una de las opciones más atractivas de contratar unas vacaciones, siendo los destinos lugares de sol y playa una de las fórmulas preferidas por los turistas. También en la zona playera el paquete turístico contratado por medio de un tour operador ha sido mayoritario en los últimos años. En la actualidad, mediante la presente monografía se busca inclinar a estos turistas a realizar el turismo dentro de todo el territorio Ecuatoriano al disponer de una amplia, y diversa información de destino que invita a participar al turista de estos atractivos turísticos.

Las principales razones para seleccionar todo incluido son su mejor relación valor/precio, el conocimiento del coste de las vacaciones por adelantado, ser adecuado para el turismo familiar y la oferta de entretenimiento que acompaña. Sin embargo, las ventajas de este tipo de paquetes han sido objeto de cierto debate, del que sería reflejo

de la lista de fortalezas y debilidades.

Es comúnmente aceptado que este tipo de oferta tiene un impacto sobre la economía de las regiones turísticas que no tienen otras opciones de paquete turístico. Tal como se está presentando, una de sus principales consecuencias es que una parte importante del consumo del turista, normalmente en bebidas y restaurantes, queda cautivo en el establecimiento hotelero. En un modelo turístico en el que la oferta complementaria es una parte esencial del espacio turístico, la detracción de este consumo supone una redistribución importante de las rentas turísticas. No obstante, el impacto del todo incluido no se da únicamente en el consumo directo que se contrata, sino que implica una manera diferente de disfrutar del espacio turístico. No es difícil suponer que la movilidad del turista dentro del área turística se restringe, suponiendo con ello un cambio en sus experiencias. Sin embargo, en el presente trabajo no consideramos el efecto indirecto del todo incluido, limitándonos al efecto más primario y directo de este tipo de paquete sobre la valoración de los atractivos turísticos.

1.2. EL PAQUETE TURISTICO.

En el diccionario turístico colonial Tour and Travel se define al paquete Turístico, como viaje todo incluido en el que se vende por un precio global un conjunto de servicios, que comprenden generalmente transporte, alojamiento, alimentación, guía y otros servicios, muchas veces los viajes están organizados por turoperadoras mayoristas, cadenas hoteleras, agencias de viaje o compañías aéreas. Un paquete es la venta de uno o más productos separados en uno único

1.3.1 CARACTERISTICAS DEL PAQUETE TURISTICO:

Entre las características se encuentra el tipo de servicios contratados, siendo por tanto posible analizar el efecto que tiene el todo incluido sobre el precio del paquete.

Las ideas de Lancaster presentan como principal novedad romper la tradición teórica de la Teoría del Consumo, Por lo tanto los turistas derivan su utilidad de las características de los bienes, no de los bienes en sí.

Al elaborar un paquete turístico se combina los bienes que hay en el mercado (alojamiento, transporte, alimentación) eligiendo una zona turística que está formada por una serie de características (por ejemplo con una proporción determinada de algunas de las siguientes características: sol, playa, diversión, tranquilidad, ocio, activo, visitas culturales). El turista elige un conjunto de esas características en las proporciones que desea.

Teóricamente la diferenciación del producto turístico mostraría las formas potenciales de conseguir las características que desea el turista. Es decir nos indicaría todos los paquetes turísticos que idealmente podrían existir combinando características. En la práctica sólo hay disponible un número limitado de esas combinaciones. Por ejemplo desde mi punto de vista en Ecuador contamos con tres regiones de turismo masivo (tres tipos de paquetes turísticos), los de la Costa (que combina la característica sol, playa y vida nocturna en gran proporción), la Sierra (cuya combinación de características es la opuesta ofreciendo excursiones, tranquilidad, visitas culturales, diversidad en paisajes en proporción mayor), las Islas Galápagos (en una posición intermedia).

El turista enfrentado a esos tres paquetes, elegiría uno de ellos en función de su costo, disponibilidad de tiempo, precios y preferencias.

Cuanto más lejos esté el producto turístico que ofrecemos del ideal para el turista (es decir de la combinación ideal de características que desea el turista), más tendremos que reducir el precio para compensarlo.

Este enfoque de Lancaster, nos permite un análisis más amplio del mercado turístico.

Entre otros los siguientes:

Se podrá conocer cómo reacciona el turismo ante los cambios en la calidad de los paquetes.

Si en los estudios de mercado se aprecian cambios en las combinaciones de características que desean los turistas, será rentable producir un nuevo paquete turístico que ofrezca esas características en esas proporciones.

1.3.2. TIPOS DE PAQUETES TURISTICOS.

En la creación de paquetes se distinguen dos tipos de estrategias. La primera, que *denominaremos de precio*, consiste en la venta de dos o más productos en un único

paquete, con un descuento en el precio. La segunda, ***denominada de producto***, es la integración de dos o más productos a cualquier precio, implicando algún tipo de valor añadido. Las estrategias de precios suponen que el paquete se oferta como una forma de promoción y abaratamiento del producto. Las estrategias de producto, por el contrario, suponen una organización o integración de los distintos productos que se unen. El paquete turístico, en su origen, es el paradigma de una estrategia de producto. Aunque la adquisición de un paquete turístico pueda suponer un coste del viaje menor que la compra separada de sus componentes, el comprador del paquete valora principalmente el valor añadido de la integración de todo el viaje en un paquete de servicios.

El todo incluido que se ofrece puede incluir city tour, alguna excursión o incluso el alquiler de un vehículo un número determinado de días, pero en todo caso abarca los servicios de bar y restaurante, que se confinan en el establecimiento hotelero. De manera habitual, este tipo de consumo lo realizaría el turista fuera del establecimiento hotelero y, posiblemente, esta sea una parte esencial del consumo y disfrute de un espacio turístico. Va de la mano este tipo de consumo al establecimiento hotelero en el que se aloja el turista no incorpora valor añadido a sus vacaciones. Por el contrario, puede suponer su renuncia a disfrutar de una parte del espacio turístico. La principal ventaja para el turista se encuentra en el precio, que en principio se presume menor que

el que se obtendría fuera del establecimiento.

Pueden aducirse otras ventajas, que serían válidas si se valorase este tipo de oferta en un destino turístico lejano o desconocido: la reducción de la incertidumbre del coste total del viaje; la garantía de disfrutar de unos servicios turísticos de calidad mínima; la supresión de los costes de búsqueda de la mejor oferta en el destino, etc. Por tanto, parece adecuado interpretar la introducción del todo incluido como una estrategia de precios por parte de los tour operadores.

Lo que convierte en extraordinaria esta estrategia de los tour operadores es que generan un producto turístico que implica una modificación de la estructura de la oferta en el destino. Esencialmente, el sector que conforma parte de la oferta complementaria en el destino ve desaparecer a su consumidor potencial. Esta demanda perdida no puede recuperarse mediante una reducción en el precio de las ofertas, puesto que el servicio está contratado en el lugar de origen. La estrategia del todo incluida supone, por tanto una modificación en el flujo de servicios que se ofertan en el destino, apropiándose el establecimiento hotelero de una parte de ese flujo.

1.3.3. ESTRUCTURA DEL PAQUETE TURÍSTICO.

Debemos tomar en cuenta los siguientes aspectos para una correcta elaboración de un paquete turístico que nos lleve a la compra del mismo por parte del turista:

1.3.3.1. ESTUDIO DE MERCADO.

Antes de elaborar una oferta y realizar todo el trabajo que esto significa, investigue a la competencia si tiene ofertas parecidas o totalmente distintas y a qué tipo de turista están dirigidas.

1.3.3.2. ANALISIS DE LA ELABORACION DE UNA PROMOCION.

Una promoción no es una alternativa útil en todos los casos, este recurso de mercadeo se utiliza en ciertos casos, bajo ciertas circunstancias, como el lanzamiento de un nuevo producto, el relanzamiento. También es necesario tomar en cuenta el tipo de producto que se va a vender

1.3.3.3. ENFOQUESE EN UN CLIENTE PARTICULAR.

En el caso del turismo es necesario crear una oferta dedicada a cierto cliente que queremos atraer; más aún al realizar un paquete turístico la mezcla de servicios debe garantizar que todos correspondan a un nivel de precio/calidad similar; que asegure que nuestro cliente se sentirá a gusto con la experiencia del viaje.

Al enfocarnos en un tipo de cliente en particular, se podrá dirigir eficazmente la promoción.

A tomar en cuenta al cotizar un paquete turístico.

En general quienes adquieren viajes organizados, buscan no preocuparse por reservaciones, organización del viaje o gastos extras. Quieren que el precio final lo englobe todo, y si es posible el tour también, es decir que incluya desde el transporte y alojamiento hasta las actividades durante el viaje.

1.3.3.4. ELECCION DE PROVEEDORES:

Es indispensable que los proveedores involucrados en un paquete turístico sean institución serias y ya con un nombre en el mercado. Se debe tener en cuenta que un

proveedor fallara, toda la operación corre el riesgo de desorganizarse. Es necesario considere un proveedor de respaldo.

1.3.3.5. DATOS OBLIGATORIOS:

Hay datos que todo paquete turístico debe tener, y son necesarios para evitar malas interpretaciones del cliente y confusiones al momento de venderlo y operarlo:

Nombre Identifique el paquete con un nombre que no pueda confundirlo con otro producto, es mejor si asigna un código, versión y fecha a cada paquete.

Fechas de operación/salidas: Especifique esta información

Duración: Normalmente se indican el número de días y noches, desde la salida por

ejemplo

4días/3noches.

Precio: Detalle si éste es por persona o por habitación.

Incluye/No Incluye: Muy importante. Detallar el tipo de habitación (sencilla, doble),

tipo de desayuno, almuerzos, cenas, costos de entradas, excursiones, transfers, vuelos etc.

Observaciones: En este apartado van aquellas políticas para niños, tercera edad, nacionalidad (algunos destinos tienen distintos precios según la nacionalidad del visitante) políticas de cancelación y otros aspectos importantes de acuerdo a cada oferta.

Validez de la oferta: Nunca olvide incluir la fecha límite de validez de la promoción.

1.3.3.6. COTIZACION:

Siempre cotee bajo una misma unidad, por persona o por habitación y cotee en base a un número mínimo de pasajeros con los que pueda operar el tour.

Al cotizar no olvide incluir los cargos por tarjeta de crédito que debe asumir el establecimiento, la comisión de terceros y su utilidad.

1.3.3.7. SERVICIOS PRESTADOS:

El guía y chofer: si su paquete tiene guía y chofer y la estadía y alimentación no está cubierta con complementarios, inclúyalos dentro de su costeo.

Entradas a parques, zonas naturales u otros: Para el viajero, y para la operación es poco práctico recolectar dinero para el pago de entradas. Incluya estos valores al precio final del paquete

Impuestos: En Ecuador los servicios de alojamiento cargan a sus precios el 12% de impuestos por IVA y el 10% de servicio (en establecimientos o servicios de lujo, primera y segunda categoría). Cuando costee un paquete asegúrese de que no ha olvidado el incluirlos en el precio del alojamiento. No los incluya al final del paquete ya que estaría cargando con este impuesto, a otros servicios que tienen tarifa cero.

Opcionales: Cuando tenga servicios que pueden ser o no tomados por sus turistas, tales como spa, masajes, caminatas u otros deben estar claramente marcados como

opcionales y si tienen costo o no.

1.3.3.8. INFORMACION:

La información sobre el destino que usted pueda brindar será decisiva en muchos casos para la compra de su paquete turístico. El personal de ventas tiene que estar perfectamente informado y en lo posible conocer el lugar o la ruta. Indique a su pasajero oportunamente toda la información que requiera y aquella que usted, como asesor de viaje, considere indispensable para una buena experiencia de viaje.

1.3.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

La segmentación de mercado 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 mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo

determinado y promocionado de una forma dada.

Los requisitos para una buena segmentación son:

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 sub mercados.

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.

1.4.1. VALORACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

Durante la elaboración de este paquete turístico visitaremos varios atractivos

Culturales y Naturales a los cuales iremos valorando de acuerdo a la ficha que tenemos

a continuación:

Nombre del Atractivo:			
Fotografía	Atractivo:	Provincia:	Accesos:
	Categoría:	Ciudad:	
			Latitud:
	Tipo:	Cantón:	
			Longitud:
	Sub tipo:	Parroquia:	
	Jerarquización:	Altura:	

1.5.1 GUÍON.

Se lo elaborara en forma clara y concisa describiendo los lugares naturales y culturales que se llevaran a cabo en la ruta.

1.6.1 ITINERARIOS/DELIMITACIÓN DE RUTAS.

Los itinerarios serán delimitados considerando el espacio para una buena interpretación de la ruta y a la vez que no tenga muchas cargas de horario para que las actividades a realizarse sean de mayor comodidad para los turistas.

Actividades como la visita a atractivos culturales y naturales, de forma que se pueda cumplir con las visitas a los sitios de interés.

Para establecer el itinerario se tiene que delimitar la ruta y los servicios que se proveerá a los pasajeros durante el recorrido.

1.7.1 COSTOS

En este paquete todo está incluido menos las bebidas razón por lo cual en el momento de establecer el costo de este paquete se tomara en cuenta los valores de las diferentes entradas a áreas protegidas.

Utilizaremos herramientas contables como un estudio de los gastos fijos y variables del paquete delimitando así el precio de producción más el margen de ganancia que se espera tener que puede ser de un 30%

1.8.1 VENTA

Se la realizara a nivel nacional e internacional principalmente a través de operadoras locales y nacionales porque son las que cuentan con mayor experiencia en el mercado se enfocara principalmente al mercado europeo, por su interés en Sud América y por su capacidad de adquisición.

1.9.1 CONCLUSIONES DEL CAPITULO

El marco teórico es una herramienta muy importante para delimitar lo que queremos hacer y los servicios que vamos a ofrecer.

El proceso para la elaboración de un paquete turístico debe seguir todos estos pasos aquí expuestos en el marco teórico siendo muy importante su estudio.

El estudio de el marco teórico nos llevara a cometer menos errores en la práctica y así poder ofrecer un producto al consumidor metodológicamente realizado.

En la ejecución del Paquete será muy importante tener en cuenta las variables que se han desarrollado en el marco teórico en lo que tiene que ver al guion, itinerario, segmentación de mercados, valoración de atractivos, costos, venta.

CAPITULO II

PAQUETE TURISTICO

2.1. INTRODUCCION:

ECUADOR

Atravesar los Andes ecuatorianos es dificultoso y puede resultar emocionante cuando el viajero baja en zigzag por el viejo trazado del ferrocarril que va desde Quito hacia el sur: un buen tramo está excavado en roca, el conocido como ‘La Nariz del Diablo’...

Ecuador es el país de los contrastes geográficos representadas por sus cuatro regiones Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. De los volcanes y las tortugas gigantes de las islas Galápagos; y famoso por su artesanía: shigras (bolsos de mano), hamacas, sombreros de paja, macanas (cales) con la técnica del icat y ponchos de vivos colores fabricados en algodón.

Es un Estado independiente y democrático. Su nombre oficial es República del Ecuador. El presidente de la República es el jefe del gobierno y del Estado, y es elegido cada

cuatro años. El país se rige por una nueva Constitución aprobada en el 2008.

Ecuador pertenece a diversas organizaciones internacionales, como la ONU y la OEA.

Su moneda oficial es el dólar estadounidense desde el año 2000 (antes era el sucre). Su

idioma oficial es el español, aunque para la mayoría de los pueblos indígenas es el

quichua. La religión mayoritaria es la cristiana católica.

El territorio de Ecuador se divide en 22 provincias, y estas, a su vez, en cantones. Solo

una de ellas, Galápagos, es insular. La capital estatal es Quito.

La población del Ecuador es aproximadamente de 13890000 habitantes teniendo como

las ciudades más importantes y de mayor población Quito, Guayaquil, Cuenca,

Machala, Riobamba, Loja, Manta, Ambato.

UN PAÍS EN DOS HEMISFERIOS

Ecuador está ubicado en América del Sur, sobre la línea ecuatorial (a la que debe su

nombre), por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios (norte y sur).

Limita por el norte con Colombia, y por el este y sur, con Perú.

Por el oeste, el océano Pacífico baña sus 640 kilómetros de costa. El litoral exhibe como

accidente más sobresaliente el golfo de Guayaquil, donde se localiza la isla de Puná. A

¡casi 1.000 km! de distancia se encuentran las principales islas ecuatorianas: el archipiélago de Colón o de Galápagos, que comprende 13 islas mayores y decenas de islotes.

A casi 3.000 metros de altitud se localiza Quito, en un valle andino. Es una de las ciudades más antiguas del continente, además del centro político y financiero de Ecuador. La urbe más poblada es Guayaquil, el principal puerto marítimo y capital económica del país. Ambas ciudades superan el millón y medio de habitantes. Cerca de Quito se encuentra San Antonio, localidad donde se alza un gran monumento de piedra que señala la línea imaginaria del Ecuador.

UNA AMPLIA DIVERSIDAD DE PAISAJES

A pesar de su pequeña superficie, en Ecuador se diferencian cuatro regiones:

1. La Sierra. La cordillera de los Andes atraviesa Ecuador de norte a sur. Alberga numerosos volcanes con altas cimas cubiertas de nieve e imponentes glaciares (llamados nevados). Destacan el Chimborazo (6.310 m) la cumbre más alta del país, y el Cotopaxi. En estas montañas nacen casi todos los ríos importantes de Ecuador, como el Guayas y el Napo. El clima frío es lluvioso de noviembre a abril y seco de mayo a octubre, y se templ a altitudes menores. ¿Sabes que es el área de tradicional asentamiento de la población?

2. La Amazonia. Presenta una zona montañosa al norte, cerca del volcán Sumaco, y otra llana, al este. En esta región predomina la exuberante vegetación propia de los bosques húmedos tropicales. En la selva conviven árboles gigantes (¡algunos de ellos sobrepasan los 45 m de altura!) con especies tropicales, como la canela, el árbol de seda y el jacarandá. El clima tropical cálido (algunos meses se alcanzan los 36 °C) tiene una estación seca de octubre a diciembre.

3. La costa del Pacífico. Destacan sus llanuras fértiles salpicadas de colinas de escasa altitud, por donde se extienden grandes plantaciones dedicadas al cultivo de café, cacao, caña de azúcar, frutales... ¿Sabías que Ecuador es el segundo cultivador de bananas del mundo, después de India? Son famosas las playas y los balnearios de Esmeraldas, Manabí y Guayas. El clima cálido (más de 23 °C de temperatura media) presenta una estación lluviosa entre diciembre y mayo, y otra seca, desde junio a noviembre.

4. Islas Galápagos. El origen de este archipiélago, declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad, es volcánico. Algunos de sus principales volcanes superan los 1.500 metros de altitud y se encuentran en la isla Isabela (Wolf, Cerro Azul y Darwin). Una espinosa planta, el cactus, crece sobre un suelo de lava negra, junto a escasos árboles, como el algarrobo, el palo santo y la guayaba. Galápagos ofrece un clima templado.

UNA LARGA HISTORIA

Las huellas históricas de Ecuador nos hablan de antiguas civilizaciones que habitaron el territorio y nos legaron su cultura.

Se han localizado restos arqueológicos de tribus asiáticas que llegaron al continente sudamericano y se asentaron en el territorio de Ecuador ¡hace 14.000 años!

Otras culturas (la de Valdivia y las de los huancavilcas, cañaris y caras) dejaron paso a los incas: hacia 1450 tenían uno de los imperios más grandes de América. Los incas impusieron el idioma quechua, dejaron grandes edificaciones de piedra, como la gran construcción Ingapirca, y fueron expertos orfebres en oro y plata.

Tras la colonización española y la cristianización de la población indígena, se levantaron grandes edificios barrocos, como la catedral de San Francisco y la iglesia de la Compañía, en Quito.

Tras independizarse de los españoles, en 1822, Ecuador se integró en la República de la Gran Colombia.

Años más tarde, en 1830, Simón Bolívar fundó la actual república independiente.

A principios del siglo XX se comenzó a construir la carretera Panamericana, que atraviesa el país de norte a sur. También empezó la explotación de petróleo en la península de Santa Elena y, años después, en la región amazónica: Ecuador se ha convertido en un importante exportador de este recurso.(Tomado de **ENCICLOPEDIA ENCARTA)**

2.2. ANTECEDENTES O CARACTERIZACION DEL PAQUETE.

Este paquete turístico se creó para llenar un déficit de propuestas en el ámbito del turismo que existe a nivel del Sur de el Ecuador especialmente en las provincias de Loja y Zamora, de esta manera abrir una nueva opción al consumidor nacional y extranjero.

Con esta propuesta pretendo demostrar que la zona sur del Ecuador en este caso comprendida de Cuenca, Loja, Zamora, Vilcabamba, poseen sitios dignos de ser visitados por su cultura y naturaleza, para poner en consideración de los turistas el potencial turístico que tiene esta zona Austral y ala ves que los visitantes puedan conocer algo diferente de lo cotidiano.

La propuesta se caracteriza por la posibilidad que los turistas van a tener de visitar ciudades muy antiguas de la época colonial del Ecuador como Cuenca Patrimonio

Cultural de la Humanidad fundada en 1557 Loja fundada en 1548, Zamora antiguo asentamiento de mineros desde la época colonial, el Parque Nacional Podocarpus en la zona del Oriente ecuatoriano como Cajanuma en los andes, además de poder experimentar el cambio de altura entre la sierra, oriente y un valle subtropical donde está ubicado Vilcabamba, presenciado el cambio en la vegetación y el clima y las diferentes tradiciones y costumbres de cada sitio visitado.

2.3. ESTRUCTURA DE UN PAQUETE:

2.3.1. VALORIZACION DE ATRACTIVOS.

A continuación presentamos las fichas para la valorización de los atractivos turísticos que vamos a visitar

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
CUENCA			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'51.23"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	CIUDAD	CUENCA	79° 0'15.51"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	IV	-----	2550mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
IGLESIA DE SAN SEBASTIAN			
		UBICACIÓN	
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'43.26"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	CUENCA	79° 0'39.46"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
II		SAN SEBASTIAN	2550mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
MUSEO DE ARTE MODERNO			
		UBICACIÓN	
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICO	CUENCA	2°53'46.68"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	MUSEO	CUENCA	79° 0'41.00"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
II		SAN SEBASTIAN	2552mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
CRUZ DEL VADO			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICO	CUENCA	2°53'55.50"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	RELIGIOSO	CUENCA	79° 0'33.56"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	I	EL VADO	2550mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
MERCADO 10 DE AGOSTO			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	ETNOGRAFIA	CUENCA	2°53'58.76"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	MERCADO	CUENCA	79° 0'27.45"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	I	EL SAGRARIO	2550

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
SAN FRANCISCO			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	Tercer orden
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'55.69"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA JERARQUIA	CUENCA PARROQUIA	79° 0'22.54"O
	II	EL SAGRARIO	2550

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
EL CARMEN DEL ASUCION			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'51.93"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA JERARQUIA	CUENCA PARROQUIA	79° 0'20.89"O
	II	EL SAGRARIO	2550mts
NOMBRE DEL ATRACTIVO			

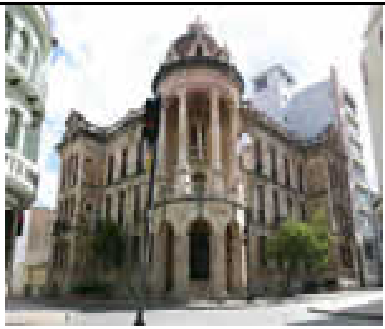
CATEDRAL LA INMACULADA CONCEPCION			
			UBICACIÓN
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'51.09"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	CUENCA	79° 0'17.62"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	III	EL SAGRARIO	2550

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
PARQUE CALDERON			
			UBICACIÓN
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	MANIFESTACIONES CULTURALES	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'49.16"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA CIVIL	CUENCA	79° 0'16.71"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	II	EL SAGRARIO	2550mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
CORTE SUPERIOR DE JUSTICIA			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	Zamora	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	Zamora	2°53'53.31"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA CIVIL	Zamora	79° 0'14.42"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	I	EL SAGRARIO	2550mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
CATEDRAL DEL SAGRARIO			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'52.19"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	CUENCA	79° 0'14.23"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	III	EL SAGRARIO	2550mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
SAN ALFONSO			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'50.02"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	CUENCA	79° 0'9.91"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	II	EL SAGRARIO	2550

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
BANCO DEL AZUAY			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'50.52"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA CIVIL	CUENCA	79° 0'10.64"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	II	EL SAGRARIO	2550mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
ESPADAÑA DE LAS CONCEPTAS			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°53'57.73"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	CUENCA	79° 0'11.31"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	II	SUCRE	2550mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
LA MERCED			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	AZUAY	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	CUENCA	2°54'5.03"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	CUENCA	79° 0'13.51"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	II	SUCRE	2449

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
ZAMORA			
		UBICACIÓN	
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	Zamora	SEGUNDO ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	Zamora	4° 4'4.00"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	CIUDAD	Zamora	78°56'54.37"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	III	-----	900mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
PARQUE NACIONAL PODOCARPUS			
		UBICACIÓN	
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	SITIO NATURAL	Zamora	TERCER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	SISTEMA DE AREAS PROTEGIDAS	-----	4° 5'6.53"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	PARQUE NACIONAL	ZAMORA	78°57'41.73"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	III		960mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
LOJA			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	LOJA	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	LOJA	3°59'24.57"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	CIUDAD	LOJA	79°12'16.02"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	III	-----	2100

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
IGLESIA SAN SEBASTIAN			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	LOJA	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	LOJA	79°12'16.02"O
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	LOJA	79°12'7.10"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	II		2100mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
SANTO DOMINGO			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	LOJA	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	LOJA	4° 0'0.98"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	LOJA	79°12'9.09"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	II		2100mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
CATEDRAL DE LOJA			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	LOJA	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	LOJA	3°59'51.35"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	LOJA	79°12'3.41"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
	II		2100

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
SAN FRANCISCO			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	LOJA	PRIMER ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	HISTORICA	LOJA	3°59'49.30"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	ARQUITECTURA RELIGIOSA	LOJA	79°12'4.37"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
II			2100mts

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
VILCABAMBA			
	UBICACIÓN		
	CATEGORIA	PROVINCIA	ACCESO
	CULTURAL	LOJA	SEGUNDO ORDEN
	TIPO	CIUDAD	LATITUD
	ETNOGRAFIA	VILCABAMBA	4°14'59.16"S
	SUBTIPO	CANTON	LONGITUD
	GRUPOS ETNICOS		79°14'9.89"O
	JERARQUIA	PARROQUIA	ALTURA
III			1750mts

2.3.2. GUIÓN

Recepción de los pasajeros en el aeropuerto bienvenida a Cuenca presentación del guía y chofer que estarán durante todo el recorrido, traslado al hotel Santa Lucía y registro.

City tour full day en Cuenca

Cuenca Introducción.- Fundada el 12 de Abril de 1557 por Gil Ramírez Dávalos de orden del Marqués Andrés Hurtado de Mendoza Virrey del Perú, llamada así en honor al fundador ya que él había nacido en la Cuenca de España de tal manera que esta ciudad adoptó el nombre de Santana de los ríos de Cuenca según el acta oficial de su fundación, ubicada a 2550 metros de altura a 442 kilómetros de la Capital Quito es la tercera ciudad en importancia del Ecuador con una población aproximada de 400000 habitantes reconocida, Patrimonio Cultural del Ecuador en 1982 y en 1999 declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO siendo la segunda ciudad en el Ecuador en obtener tan alto honor la primera fue Quito.

La ciudad está bañada por cuatro ríos Machangara, Tomebamba, Yanuncay y Tarqui. En la época pre Inca estuvo habitada por los Cañarís que fueron sus primeros habitantes y llamaron a este valle Guapondeleg que quiere decir valle ancho como el cielo con la venida de los incas ubicaron aquí la segunda Capital del Imperio y la llamaron Tumibamba que quiere decir valle de los cuchillos y finalmente los españoles que la llamaron Cuenca.

Cuenca es reconocida a nivel nacional como la Atenas de Ecuador por el gran número de poetas y escritores oriundos de la ciudad, también es considerada como Centro Interamericano de las Artes Populares por su gran variedad de producción en orfebrería, cerámica, bordados, textiles, pinturas, etc.

El centro histórico protegido por la UNESCO guarda muchas edificaciones de la época colonial desde el siglo XVI así como de la época republicana del siglo XIX donde se puede apreciar algunos edificios con influencia francesa, alemana en su arquitectura. El barranco a orillas del Tomebamba con sus casas colgantes forman un conjunto natural y arquitectónico únicos en el Ecuador sitio también protegido por el Patrimonio Cultural.



Foto Eddy Zea

San Sebastián.- límite oeste de la ciudad en la época colonial, y su parque escenario de varios acontecimientos como la muerte de del médico francés de la misión geodésica francesa en una improvisada plaza de toros a manos de ofendidos cuencanos, también

podemos decir que era un barrio indígena en el periodo colonial, esta la casa de arquitectura andaluza del artista español Larrazábal quien fue el que diseño los vitrales de la catedral nueva de Cuenca.



Foto Fundación Municipal de Turismo

Museo de Arte Moderno.- Casa de fines del siglo XVIII que fue utilizada como casa de la temperancia para la recuperación de los alcohólicos, gota de leche en beneficio de los huérfanos, cárcel y por ultimo en el año de 1978 se inicio su restauración para en 1982 convertirse en la función que tiene hoy Museo de Arte Moderno, donde hay varias exposiciones interinantes de artistas de varios lugares del mundo.



Foto Fundación Municipal de Turismo

En el camino de hacia el Vado visitamos a los hojalateros y admiramos sus artesanías hechas a mano en hojalata.

La Cruz del Vado.- límite suroeste de la ciudad en 1881 donde se pudo apreciar varios tipos de arquitectura en la calle Condamine como colonial, Gótica Alemana, republicana y republicana francesa, pasamos visitando al compositor de sombreros el señor Víctor Aguilar y su hijo, luego la casa de los arcos de finales de 1800.



Mercado 10 de Agosto.- Uno de los mercados más importantes de frutas, verduras y carnes, además de la comida típica de la región, donde también se observa a la chola

cuencana la mujer con la vestimenta tradicional de Cuenca.

Salimos por la calle Juan Jaramillo pasando por los edificios que fueron los primeros orfelinatos en Cuenca.



Foto Fundación Municipal de Turismo

San Francisco.- Del siglo XVI una de las iglesias más antiguas de la ciudad incendiada en los años 20 y reconstruida en los años 30 Se preservó el pulpito y el altar que está hecho con la técnica de pan de oro.



Foto Fundación Municipal de Turismo

Llegamos al mercado de San Francisco donde están los textiles de los otavaleños, en la plaza de las flores aremos hincapié nuevamente en las diferentes arquitecturas colonial y Francesa republicana.

El Carmen de la Asunción.- de 1682 altar de pan de oro estilo barroco español con influencia italiana tiene un pulpito barroco que llama la atención por su belleza, iglesia de las madres Carmelitas, luego visitamos el ábside del monasterio donde se puede adquirir vino medicina natural y en la parte exterior el agua de pítimas (bebida que se compone principalmente de valeriana y pétalos de rosa que relaja y calma los nervios) elaboradas por las madres del claustro.



Foto Fundación Municipal de Turismo

Pasmos por el provisional mercado de las flores vemos la casa del siglo XVI con sus balcones al estilo cuzqueño.

Catedral de la Inmaculada Concepción.- También conocida como Catedral Nueva. De influencia Gótica Alemana y una mezcla de varios estilos por la que se le considera una catedral de estilo ecléctico se comenzó a construir a finales del siglo XIX y se termino a mediados del siglo XX, se considera como el símbolo de la ciudad el mármol con el que está revestido es de las canteras de Chaucha Provincia de Azuay, también tiene mármol Italiano de Carrara el baldaquino de estilo barroco esta hecho en madera y recubierto de pan de oro, fue una inspiración del baldaquino del Vaticano.



Foto Eddy Zea

Pasamos por el seminario mayor un edificio del siglo XIX actualmente colegio católico.

Parque Calderón.- El corazón de la ciudad desde aquí se comenzó a trazar la ciudad en forma de damero (traza de la ciudad en cuadrados), se pueden ver los pinos (araucarias chilenas) plantados en 1906 y el monumento construido en 1930 a Abdón Calderón héroe militar de la independencia del Ecuador nacido en Cuenca y muerto en Pichincha a los 17 años por el cual toma su nombre el parque antiguamente conocida como plaza de armas.



Foto Eddy Zea

Corte de justicia.- Edificio construido en 1911 con el mármol de Chaucha, de estilo francés, sede de la Universidad Estatal de Cuenca actual mente Corte Superior de Justicia.



Foto Eddy Zea

Catedral del Sagrario.- Del siglo XVI construida después de la fundación de Cuenca

en 1557, finalizada en 1567 y restaurada en muchas ocasiones, se puede notar en su base las piedras incas.



Foto Eddy Zea

Llegamos a la calle Bolívar y observamos los dos límites de la ciudad en la colonia al Estela iglesia de San Blas y al Oeste la iglesia de San Sebastián a demás las casas de Estilo Republicano Francés, la casa natalicia del Santo Hermano Miguel del siglo XVII con sus balcones cuzqueños actualmente la curia (sede de la Iglesia Católica).

San Alfonso.- diseñada por el Hermano redentorista Juan Bautista Esthile de nacionalidad alemana en el siglo XIX, de estilo Gótico Alemán.



Foto Fundación Municipal de Turismo

Banco del Azuay.- Actualmente sede de la alcaldía de la ciudad, de estilo francés construido para el primer banco en el Azuay que quebró y luego el gobierno tomo a su cargo el edificio y lo dono a la ciudad.



Foto Fundación Municipal de Turismo

El hotel Santa Lucia casa colonial del siglo XVIII que pertenecía a un corregidor de la ciudad en la época española.

Espadaña del Monasterio de las Conceptas.- construida a finales del siglo XVI sobresale su espadaña única en el Ecuador.



Foto Fundación Municipal de Turismo

Al frente la casa de la Cruz Roja de finales del siglo XVIII y seguiremos observando casas coloniales del siglo XVI y XVII.

Iglesia La Merced.- del siglo XIX construida por el padre Julio María Matovelle, donde llama la atención sus puertas talladas de madera.



Foto Eddy Zea

Calle Larga llamada así porque en tiempos de la colonia era la más larga aquí observaremos las panaderías que tienen horno de leña, luego bajamos por la escalinata, ingresamos al museo del CIDAP (Centro Interamericano de Artes Populares) casa del siglo XVIII donde observaremos las diferentes artesanías del Ecuador Y Sud América y diremos que Cuenca es la capital de las artes populares en Latino América.

Puente Roto.- Testigo de la fuerza del rio Tomebamba luego que una creciente arrasara la otra mitad del puente, en la actualidad es un icono de las manifestaciones artísticas como exposiciones de pintura, conciertos al aire libre, etc.

Luego abordamos el transporte y nos dirigimos al barranco donde observaremos las casas a orillas del rio Tomebamba desde el micro bus

.

Almuerzo en el Eucaliptos.

Luego del almuerzo nos dirigimos hacia el mirador natural de Turi, atravesando la avenida Solano donde podemos observar el edificio de estilo francés construido a principios de 1900 que hoy pertenece al Colegio Benigno Malo, también veremos los ríos Yanuncay y Tarqui, antes de llegar al mirador aremos una parada para visitar el taller y galería de Eduardo Vega, finalmente llegamos al mirador de Turi de donde tenemos una vista de toda la ciudad de Cuenca.

Salimos de Turi con dirección a la fábrica de sombreros de Homero Ortega visitamos Las Instalaciones y la galería, luego nos dirigimos al hotel pasando por la picota del rollo sitio que en la época colonial marcaba el inicio de la ciudad y además donde se ajusticiaban a los ladrones, seguimos por la calle Rafael María Arizaga calle antigua de la época colonial aquí veremos la iglesia de San José, tomamos la calle Presidente Borrero y terminamos el City tour en el hotel Santa Lucia.

Cena hotel Santa Lucia.

Desayuno.

Salida de Cuenca a Zamora

En el trayecto iremos haciendo cortas paradas para admirar y fotografiar los innumerables paisajes y un poblado como Saraguro habitado por el grupo étnico de los saraguros que según la leyenda es un grupo mitimaes venido del noreste de Bolivia con su tradicional vestimenta donde predomina principalmente el color negro y las mujeres con su tradicional tupo que sirve para sujetar su chalina, además también se podrán apreciar desde Loja a Zamora las cascadas que están al costado del carretero.

Llegada a la hostería el Arenal en Zamora registro en recepción y hospedaje.

Almuerzo

Zamora Introducción.- La ciudad de Zamora capital de la Provincia de Zamora Chinchipe se encuentra a una altura de 1580 metros sobre el nivel del mar, ubicada en la confluencia de los ríos Zamora y Bonbuscaro a 55 kilómetros de Loja, en la época de la colonia y republicana fue un importante sitio minero, posee un reloj gigante que es visible desde varios puntos lejanos de la ciudad.



Foto Eddy Zea

15H00 Salida para visitar el orquideario con cerca de 800 orquídeas amazónicas a 15 minutos de la hostería luego los antiguos lavaderos de oro que vienen desde la época colonial vía al parque nacional podocarpus en la margen del rio del Bombuscaro.

Parque Nacional Podocarpus Introducción:

Ubicación: Se halla entre las provincias de Loja y a 6 Km. de Zamora Chinchipe, en el nudo de Sabanilla.

Extensión: Cubre un área de 146.280 Hectáreas.

Fecha de Creación: 15 de Diciembre de 1982.

Origen de su nombre: El nombre de Podocarpus proviene de la abundante presencia de romerillos o podocarpus, que forman pequeños bosques en las estribaciones de la cordillera. Esta especie es la única conífera nativa del Ecuador.

Los bosques de Podocarpus y de cedros son de considerable extensión en esta zona. El árbol de especial importancia es la sinchona o cascarilla, árbol nacional del Ecuador.

Tieneun gran valor desde el punto de vista médico e histórico, pues su corteza era utilizada hasta épocas recientes para la extracción del remedio contra la malaria o paludismo.

Clima: Templado y húmedo, en la zona alta tiene niveles de 1000 y 1600 m. con temperaturas que van entre ocho y 15 grados. En la baja se registran 1600 y 3600 m. y temperaturas de 20 grados.

Fauna: Cuenta con más de 600 especies de aves que representan alrededor del 37.5% de las especies de aves endémicas de Ecuador. Aproximadamente el 97% de las especies de animales corresponden a los invertebrados y el 3% a los vertebrados. Las especies más representativas del parque son la torcaza, el águila, pájaro carpintero, pava barbada, zumba, lorito, mirlo, gaviota andina, pájaro perro, guajalito, 60 especies de colibríes, el gallo de la peña, loros, tucanes, tangares y jocotocos. Además hay osos de anteojos puma, tigrillo, danta, tapir, venado, tigre americano, zorro, pudú, cervicabra, preñadilla, sardinas, raposa, ardilla, chucuri, entre otros.

Flora: El parque ha sido considerado el Jardín Botánico de América. Hay más de 4000 especies de plantas entre las que se destacan árboles que pueden medir hasta 40 metros de altura como el romerillo, del cual lleva el nombre el parque y muchas

otras valiosas como la cascarilla, denominado el árbol nacional del Ecuador y una variedad infinita de orquídeas.

Se estima que existen entre 3000 a 4000 especies de plantas, brómelas, helechos y orquídeas que constituyen una parte de la enorme biodiversidad de especies que tiene el bosque, algunas son endémicas o nuevas para la ciencia.

Entre la flora existente encontramos: La Cascarilla (*cinchona* sp) de la cual se obtiene la quinina que cura las fiebres intermitentes como la malaria. El Bambú (*chusquia* sp) gramínea gigante que coloniza rápidamente el bosque previniendo la erosión y manteniendo el suelo hasta que otras especies más altas lo vuelvan a colonizar. El Romerillo (*podocarpus montanus*) única conífera del Ecuador, Cecropias o Guarumos (*cecropia* sp), helechos arborescentes, necesitan de mucha humedad para poder iniciar su ciclo reproductivo.



Foto Eddy Zea

Visita al Parque Nacional Podocarpus Nudo de Sabanilla.- Esta es la zona de la parte oriental del parque con vegetación y fauna del bosque húmedo nublado se encuentra a 1600 metros de altura. Aquí haremos cortas caminatas de 35 minutos cada una. La cascada La chismosa de 120 metros de altura ideal para fotografías.

Además también a los márgenes del río Bombuscaro en estos sitios observaremos gran variedad de flora y posiblemente fauna como aves.

Visita al Jocotoco lugar de rescate de aves y animales

Regreso al hotel

Cena

Desayuno

Salida Loja Zamora

City tour en Loja

Loja Introducción.- Fundada por el español Capitán Alonso de Mercadillo en 1548 se encuentra ubicada al Sur del Ecuador a 642 kilómetros de la Capital Quito a una altura de 2100 metros sobre el nivel del mar situada entre los ríos Zamora y Malacatus en el valle de Cuxibamba, desde esta ciudad se dio inicio en la época colonial la exploración del oriente y se estableció una ruta entre Loja y Zamora, es la ciudad de mayor importancia histórico cultural de la frontera Sur del Ecuador, considerada como la capital musical del País cuna de grandes músicos y compositores, fue la primera ciudad del Ecuador que tubo energía eléctrica en 1897, en la actualidad la ciudad se destaca por su pulcritud y limpieza siendo la primera ciudad del país en reciclar lo cual le hizo merecedora a un premio en reciclaje a nivel de Latinoamérica modelo a seguir por las demás ciudades del Ecuador y Sud America



Foto Eddy Zea

Comenzaremos el City en la puerta de la ciudad sobre el puente Bolívar de reciente construcción fiel copia del castillo que figura en el escudo de armas otorgado en 1571 por el Rey Felipe II aquí visitaremos las galerías itinerantes de arte luego abordaremos el transporte para dirigirnos a la calle Lourdes donde caminaremos y pasaremos por el mercado artesanal y de alimentos que se destaca por su orden y limpieza ejemplo en el Ecuador y latino América.

Iglesia de San Sebastián y plaza de la independencia.- Iglesia construida en la época Republicana de estilo neogótico. En el parque el 18 de noviembre de 1820 se reunió el Pueblo de Loja para proclamar la independencia en el centro del parque se levanta una moderna torre de 32 metros de altura, con detalles de estilo morisco, donde se encuentra en la parte superior un reloj de cuatro esferas.



Foto Municipio de Loja

Luego proseguimos por la calle Bolívar asta Santo Domingo.

Iglesia de Santo Domingo Monasterio y Plaza de la Federación.- La Iglesia esta decorada en su interior por más de cien cuadros pintados por Fray Enrique Mideros, en el centro del parque se erige un monumento a Manuel Carrión Pinzano presidente del gobierno federal de Loja en 1859.



Foto Municipio de Loja

Museo de la música.- rinde homenaje a los grandes músicos y compositores de la música lojana y ecuatoriana ya que Loja es considerada como la capital artística del Ecuador. Aquí se puede evidenciar algunos instrumentos musicales, partituras originales, fotografías y objetos personales de los grandes maestros de la música lojana.

Iglesia Catedral y Parque Central.- En la Catedral se destaca en su interior el altar mayor tallado y bañado en pan de oro. La plaza central es amplia con jardines y arboledas aquí se encuentra el monumento de Bernardo Valdivieso filántropo de la ciudad que legó su fortuna en beneficio de la juventud para su educación. Al igual que otras ciudades fundadas por los españoles todas las dependencias públicas administrativas están alrededor del parque central.



Foto Eddy Zea

Museo del Banco Central.- Casa republicana ubicada al frente de la plaza central

muestra la historia contemporánea de la cultura lojana, además posee una amplia biblioteca, musicoteca, videoteca y sala de exposiciones.

Museo Matilde Hidalgo de Prócel.- En el edificio de el Consejo Provincial se halla el museo dedicado a la lojana pionera de la educación femenina en el Ecuador, profesional medicina primera mujer en Latinoamérica en ejercer el voto. Algunas de sus pertenencias personales pueden ser observadas.

Seguimos por la calle Bolívar hasta la plaza de San Francisco.

Conjunto San Francisco.- La iglesia y el convento de la orden de los franciscanos corresponde a las primeras comunidades religiosas de la urbe que llegaron en siglo VI además podemos observar el monumento del español Capitán Alonso de Mercadillo fundador de la ciudad en 1548.



Foto Eddy Zea

Abordamos el transporte para dirigirnos por las orillas del río Zamora a el mirador del Churo donde tendremos una vista panorámica de la ciudad, de allí nos dirigiremos a el Parque Nacional Podocarpus.

Llegada al Podocarpus.

Visita al Parque Nacional Podocarpus Cajanuma.- Este lugar es parte de la cordillera de los Andes con vegetación de alta montaña a 3600 metros de altura, aquí recorreremos en una caminata de 45 minutos el sendero llamado oso de anteojos donde podremos apreciar las especies nativas como el romerillo podocarpus la cascarilla o chinchona etc.

Refrigerio

En la vía a Vilcabamba visitaremos una molienda de caña donde observaremos la elaboración de la miel de caña y el aguardiente y otra molienda de café donde se ve como se tuesta y finalmente el molido del café.

Llegada a Vilcabamba registró en la Hostería Vilcabamba.

Almuerzo

Tarde Libre

Cena

Desayuno

Vilcabamba Introducción.- Vilcabamba en lengua quichua quiere decir “valle sagrado” ubicada entre los chamba y uchima a 38 kilómetros de Loja. Conocida por su clima templado que permite una gran variedad en frutas, las temperaturas oscilan entre 18 y 22 grados de temperatura lo cual permite que sea muy benigno para la población porque no tiene cambios bruscos, a nivel nacional e internacional se la conoce como la tierra de la longevidad por los muchos años que llegan a vivir sus habitantes posiblemente por el agua que tiene propiedades curativas y por todo el entorno de paz y tranquilidad de esta zona, unas de las leyendas ubican a este sector como el lugar donde se escondió el oro del rescate para el último Emperador Inca Atahualpa.



Foto Municipio de Loja

Cabalgata al Mandango con una vista de los valles de Vilcabamba y Quinara y con una duración de dos horas y media

Almuerzo

Salida al aeropuerto

llegada al aeropuerto

Check in

Salida del avión tiempo estimado del vuelo 50 minutos.

Fin de nuestros servicios.

2.3.3. ITINERARIOS

Para que los itinerarios se cumplan y podamos encontrar funcionando normalmente algunos de los sitios que vamos a visitar como museos se sugiere que el inicio del paquete sean los días Lunes o Miércoles.

ITERINARIO

Día Uno

Transfer in del Aeropuerto Mariscal Lamar y check in en el hotel Santa Lucia

07h45 recepción pasajeros traslado hotel santa Lucia.

08h30 desayuno

09h00 City tour full day en Cuenca

-San Sebastián.

-Museo de Arte Moderno.

- La Cruz del Vado.

- Mercado 10 de Agosto.

-San Francisco.

-El Carmen de la Asunción.-

- Catedral de la Inmaculada Concepción.

-Parque Calderón.

- Corte de justicia.
- Corte de justicia.
- Catedral de Sagrario.
- San Alfonso.
- Banco del Azuay
- Espadaña del Monasterio de las Conceptas
- Puente roto.

14h00 Almuerzo en el Eucaliptos.

15h30 Salida a Turi.

-Cerámica Vega.

-Turi.

-Fabrica de sombreros Homero Ortega.

Retorno al Hotel Santa Lucia.

20h00 cena.

Día dos.

06h00 Desayuno.

06h45 Check out

07h00 Salida de Cuenca a Zamora.

13h00 Llegada a la hostería el Arenal en Zamora registro en recepción y hospedaje.

13h30 Almuerzo.

15h00 salida al orquideario y lavaderos de oro.

16h00 Visita al Parque Nacional Podocarpus Nudo de Sabanilla.

18h30 Llegada al hotel

19h00 Cena

Día 3

07h00 Desayuno

07h40 Check out

07h45 Salida de Zamora a Loja

09h00 City tour en Loja

- Iglesia de San Sebastián y plaza de la independencia.
- Iglesia de Santo Domingo Monasterio y Plaza de la Federación.
- Museo de la música.
- Iglesia Catedral y Parque Central.
- Museo del Banco Central.
- Museo Matilde Hidalgo de Prócel.
- Conjunto de San Francisco

11h45 Visita al Parque Nacional Podocarpus Cajanuma.

12h45 Refrigerio

14h00 Llegada a Vilcabamba registró en la Hostería Vilcabamba.

14h20 Almuerzo

Tarde Libre

20H00 Cena

Día 4

09h00 Desayuno

10h00 Cabalgata al Mandango con una vista de los valles de Vilcabamba y Quinara y con

una duración de dos horas y media

12h30 Almuerzo

14h20 Check out

14h30 Salida al aeropuerto

16h30 Llegada al aeropuerto

16h50 Check in

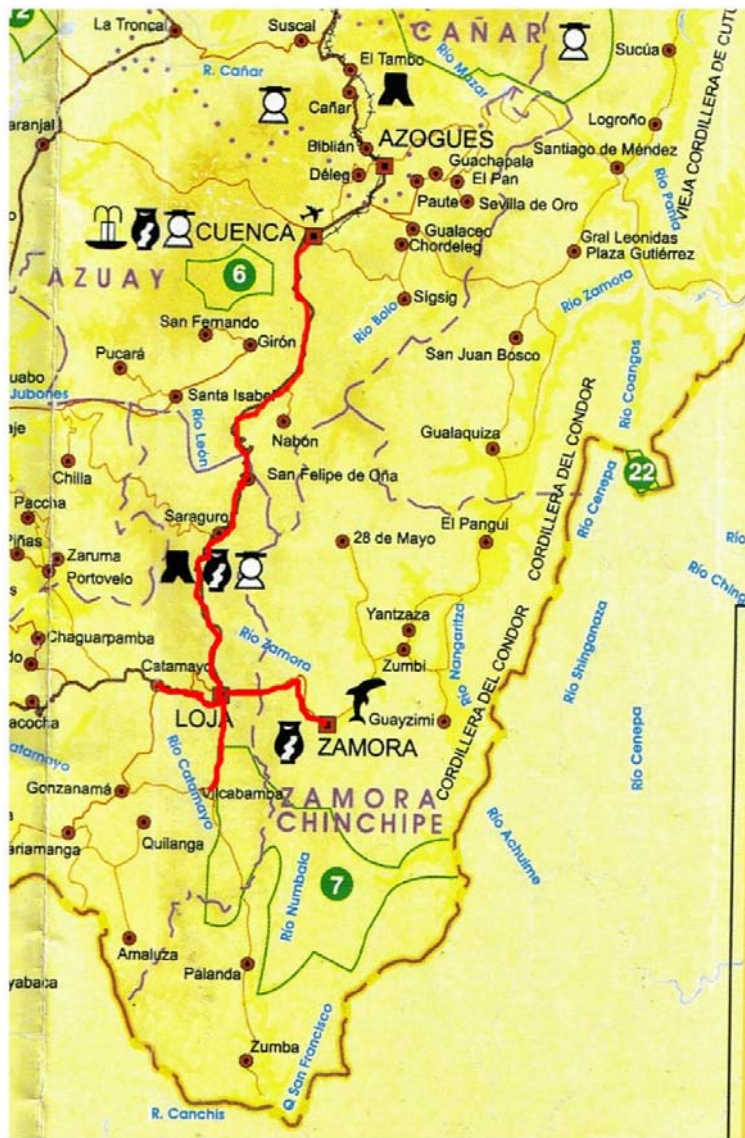
17h50 Salida del avión tiempo estimado del vuelo 50 minutos

Fin de nuestros servicios.

2.3.4. DELIMITACION DE RUTA.

La Ruta que principalmente tomaremos en los traslados será la Panamericana Sur con relación a Ecuador, se utilizara también rutas secundarias para el traslado de Loja Zamora y viceversa así como la vía de Vilcabamba Catamayo a el aeropuerto para el Transfer aut, previamente esta ruta ha sido recorrida con lo cual se ha podido determinar que es apta para la actividad turística.

2.3.5. MAPA DE RUTAS.



La ruta que se utilizara es la que está marcada de rojo.

2.4.1. SEGMENTACION DE MERCADO.

El mercado al cual queremos llegar con este producto es al turista extranjero pero no nos cerramos a promocionar internamente para el turista nacional. El paquete está dirigido a personas que deseen tener nuevas experiencias tanto culturales como naturales ya que se harán visitas a ciudades, parque nacionales, comunidades que son sitios de diferente clima y altitud en estos destinos turísticos las caminatas no serán extenuantes con posibilidad de asistencia del transporte en todo momento salvo en los parques nacionales, por lo tanto está destinado a un amplio espectro de posibles compradores con diferentes inquietudes y edades que puede ser entre 15 a 70 años con condiciones físicas normales por lo tanto es un paquete de tipo heterogéneo.

Para tener más comodidad y que la experiencia sea más placentera para nuestros turistas tanto en hoteles, transporte, sitios culturales y naturales se venderá a un grupo máximo de 10 personas y mínimo de 2 personas para garantizar su rentabilidad y la vez sea accesible al comprador, además para que se pueda facilitar el mejor cumplimiento del itinerario.

El costo del paquete turístico está segmentado para que sea asequible a un mayor grupo de compradores con características de clase media que cubra los gastos de operación y deje ganancia a la agencia operadora a la vez que garantiza la comodidad del consumidor por que los servicios a prestar serán en las mejores instalaciones turísticas así como el guía

y el transporte son los más calificados para esta actividad turística.

A continuación presentamos una encuesta que se realizó para poder efectuar la segmentación del mercado en base a lo que piensan los posibles consumidores, esta encuesta es muy corta y concisa para que los encuestados no se rehúsen a llenarlas.

MARQUE LA OPCION QUE PREFIERA

SEXO

F

M

EDAD

10-20

30-40

40-60

60-90

REGION QUE PREFIERE VISITAR EN EL ECUADOR

COSTA

SIERRA

ORIENTE

GLAPAGOS

QUE PREFIERE VISITAR

SITIOS:

CULTURALES

NATURALES

CUANTO GASTARIA EN UN VIAJE DE 4 DIAS TODO INCLUIDO

300-400

500-600

600-1000

2.5.1. COSTOS.

Las tarifas que están calculadas están hechas en base de 10 pax.

Para el cálculo correcto del costo final tomaremos en cuenta los costos fijos y variables mas el margen de ganancia, a continuación detallamos los servicios a ser utilizados.

Este paquete está considerado con un número de 10 pasajeros.

Variables en base al número de pasajeros.

Trasporte.

120 dólares por día en 4 días 480 por pax 48

Guía

50 dólares por día en 4 días 200 por pax 20

Alojamiento

Hotel Santa Lucia 120 por habitación doble por pax 60 incluido impuestos y desayuno

Hostería El Arenal 96 por habitación doble por pax 48 incluido impuestos y desayuno

Hostería Vilcabamba 55 por habitación doble por pax 28 incluido impuestos y desayuno

Alimentación

4 almuerzos 10 dólares por pax por día en 4 días 40

3 cenas 10 dólares por pax por día en 3 días 30

1 refrigerio 5 dólares por pax

Entradas

Museo de la Catedral del Sagrario Cuenca 2 dólares por pax

Parque Nacional Podocarpus 10 dólares por pax por día por 2 días 20

Alquiler de Caballos Vilcabamba 20 dólares por pax

Varios

5 dólares por pax

El costo neto por persona para grupos de:

Grupos de 10 pax 359 dólares

El costo por persona más el margen de ganancia es del 30% nos da el precio de venta final

Costo por pax	\$ 326,8°
---------------	-----------

Mas el 30% de utilidad	\$ 97,0
------------------------	---------

Precio de venta por pax	\$ 423,80
-------------------------	-----------

Costos Fijos

Publicidad	\$ 20
------------	-------

Movilización	\$ 50
--------------	-------

Útiles de oficina	\$ 20
-------------------	-------

Varios	\$ 10
--------	-------

Costo fijo por mes	\$ 100
--------------------	--------

Costo fijo anual	\$ 1200
------------------	---------

Ingresos:

Se proyecta inicialmente vender un paquete por semana, 4 al mes y 48 al año

Ruta hacia el sur

Estado de resultados proyectado

Fecha: 1 de enero, al 31 de diciembre del 2009

Ingresos:

Ventas	\$ 20.342,40
--------	--------------

Costo variable	\$ 15.648
----------------	-----------

Margen de contribución	\$ 4.694,40
------------------------	-------------

Costo fijo	\$ 1.200
------------	----------

Utilidad	\$ 3.494,40
----------	-------------

Rentabilidad de ventas.- para obtener la rentabilidad aplicamos la siguiente formula.

Utilidad	\$ 3.494,40
_____	_____
Ventas	\$ 20.342,40

Rentabilidad de ventas es igual a 17,17%

Nota: El proyecto es rentable en virtud que no requiere ninguna inversión alguna.

Punto de equilibrio:

Margen de contribución es igual al precio de venta unitario menos el costo del valor
Unitario

$M = \$ 423,80 \text{ menos } 326$

$MC = \$ 97.80$

Punto de equilibrio es igual al costo fijo sobre margen de contribución

$$PE = 1200$$

÷

$$97,80$$

Punto de equilibrio es igual 12,27

Con doce pasajeros ni se gana ni se pierde

Comprobación:

Ventas 12,27 por 423,80 igual	5.200
Costos variables 12,27 por 326 igual	- 4000
Costos fijos	- 1200
Utilidad	0

2.6.1. VENTA.

La venta de este paquete turístico al público no puede ser de manera directa, por disposiciones de la ley de turismo este debe ser vendido por una agencia Mayorista o una agencia Operadora, así que la venta se la efectuara a través de estos organismos buscando hacer la venta de este paquete a nivel local, nacional e internacional.

En el ámbito local la Operadora Tinamú Tours con sede en Cuenca en persona de su Gerente LCD Juan Carlos Quesada va a adquirir este producto para ponerlo a consideración del turista local, nacional y extranjero interesados en este paquete.

En lo nacional esta misma operadora difundirá el producto además, por medio de presentaciones multimedia se buscara que otra Operadora en Quito compre este paquete y lo incluya en su oferta turística.

Internacionalmente este paquete será promocionado por la página web de la Operadora Tinamú Tours y donde se describirá la información de los sitios a ser visitados, así como fotos, videos, experiencia de otros pasajeros, etc. Lo que provoca que el potencial comprador se decida por esta opción, se dará facilidades al pasajero para que puedan reservar y adquirir este producto por medio del internet con el servicio de Pay pal que es el sistema de pago.

2.7.1. CONCLUSIONES DEL CAPITULO.

Para la elaboración de este paquete turístico se lo hizo considerando que se accesible para el comprador promedio por lo cual se tendrá un gran número de participantes que es lo que se espera en esta actividad.

La ruta está diseñada para mantener al pasajero con actividades y la posibilidad de siempre ver algo nuevo, de esta manera no se pierda el interés en el recorrido.

Las actividades a realizarse dentro del paquete son para personas que tengan un interés variado en lo cultural, histórico, natural y etnográfico. De esta manera llegaremos a más turistas por la diversidad de la oferta.

2.8.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Por lo aquí expuesto se puede considerar a este paquete turístico como un destino de primer Orden a nivel nacional e internacional.

Los sitios que se van a visitar no han perdido su esencia principal la cual es dar a conocer a los turistas como viven las personas en el Ecuador principalmente al Sur del país

Siendo el turismo un fenómeno de carácter nacional e internacional que mueve grandes

cantidades de personas todos los años además que es una actividad que no contamina y deja divisas en los sitios de destino, es por eso que con este trabajo se pretende incrementar la oferta turística que tiene el Ecuador

2.8.2. RECOMENDACIONES.

Para la adquisición de este paquete se recomienda comprarlo con anticipación, para asegurar un espacio en el mismo, especialmente en temporada alta que va desde julio a Septiembre por el alta demanda que existe en esa época en los hoteles y demás servicios.

Reservar con tiempo los vuelos internacionales y locales para evitar que se pierdan conexiones y así poder llegar sin contratiempos al destino deseado.

Para las compras que se vayan a hacer cambiar en el banco a billetes y monedas de denominación más baja en vista que algunos locales comerciales no se reciben billetes de 100 o de 50 dólares, además que resulta en ocasiones muy difícil de hallar monedas fraccionarias.

Para disfrutar este recorrido se recomienda llevar ropa ligera para la selva y también abrigada para la montaña, ya que en el paquete están considerados estos diferentes sitios que tienen los dos climas.

Es muy importante comprar líquidos hidratantes con anticipación para evitar la deshidratación durante los recorridos, de manera especial en las dos visitas al Parque Nacional Podocarpus y el cerro Mandango por lo que en estos sitios no existe lugares de expendio de estas bebidas.

Utilizar todo el tiempo protector solar para evitar quemaduras ocasionadas por los rayos solares, debido a que estamos cerca de la línea ecuatorial y por lo tanto más cerca del sol, ya que la mayoría de las actividades que están programadas son al aire libre.

2.9.1. BIBLIOGRAFIA.

- AULA. "GEOGRAFIA E HISTORIA DEL ECUADOR". Tercera edición 1993. Editorial CULTURAL, S.A. DE EDICIONES MADRID – ESPAÑA.
- Castillo Villavicencio José Bolívar. "Guía turística de la Región Sur del Ecuador" segunda edición. 1999.
- CETUR (1993), "Metodología para inventario de atractivos turísticos".
- Círculo de lectores, S. A. Quito, Ecuador "Maravilloso Ecuador". Ediciones Lerner Ltda.
- EDICIONES NAUTA, S.A. "ATLAS DEL ECUADOR". Edición 1995, España.
- "Enciclopedia Encarta" 2008.
- Estrella, Pablo "Arquitectura y urbanismo en el Ecuador".
- Hernández Edgar, (1999), "Planificación Turística", Editorial Trillas México. Felipe Gallego, Jesús y Peyrolón Melendo, Ramón. Diccionario de hostelería. Hotelería y turismo, restaurante y gastronomía, cafetería y bar. Thomson Paranifo. Madrid, 2004.
- INEFAN – GEF: Guía de Parques Nacionales y Reservas del Ecuador Quito, 1998 Introducción.
- Moya, Rolando. "Arquitectura para el Turismo" 1982
- Organización Mundial de Turismo, (2000) "Introducción al Turismo" Madrid España.
- SALVAT "HISTORIA DEL ARTE ECUATORIANO".1985.
- Santamaría Iván, (1999), "Fundamentos de la actividad turística", Editorial Jumandi Ecuador.
- Vogeler Ruiz, Carlos y Hernández Armand, Enrique. El Mercado Turístico: estructura, operaciones y procesos de producción. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 2002.

K. Lancaster : A new approach to Consumer Theory. En Journal of Political Economy.
Abril 1966

(pgs.132-157).

B. Goodhall : How tourists choose their holidays. en Goodhall i Ashworth : Marketing
in the Tourism

Industry.

London Croom Helm

M. Stabler: The image of destination regions : Theoretical and Empirical aspects. En
Goodhall i Ashworth.

-[www,despegar.com](http://www.despegar.com)

-[www,Google Earth](http://www.google.com/earth/)

-[www,latintrails.com](http://www.latintrails.com)

-[www,armatuviaje.com](http://www.armatuviaje.com)

-[www,Azuay.edu](http://www.azuay.edu)

<http://www.captur.com/boletin/>

http://salango.com.ec/salango_2ecopaquete.htm#pt2