

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

Carrera de Administración y Dirección de Empresas Turísticas

TESIS DE GRADO

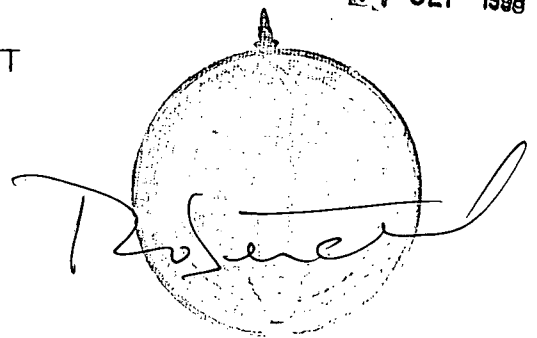
TEMA: PROYECTO "ECUADOR: MI MEJOR PASEO" - PLANIFICACION

17 SEP 1998

AUTOR: ANA MARIA DE LA TORRE POLIT

VISTO BUENO
DIRECTOR DE TESIS

ARQ. ENRIQUE DAVALOS



DEPARTAMENTO
Facultad de Turismo y
Patrimonio Cultural

CALIFICACION 9.5

**Quito – Ecuador
1997 – 1998**



INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULO I: SITUACION GEOGRAFICA DEL ECUADOR	10
1.1 Características Generales	10
1.2 La primera región: La Costa	14
1.3 La segunda región: La Sierra y Los Andes	16
1.4 Tercera región: La Región Amazónica Ecuatoriana	17
1.5 La región Insular o Islas Galápagos	19
CAPITULO II: POSIBILIDADES DE HACER TURISMO EN EL ECUADOR	22
2.1 Conceptos y clasificaciones	22
2.2 Posibilidades de hacer turismo en nuestro país	27
CAPITULO III: ESTUDIO DE LA OFERTA Y EL MERCADO EN QUITO	29
3.1 Análisis del producto dentro de las Agencias de Viaje	29
CAPITULO IV: EL PAQUETE TURISTICO Y OTROS CONCEPTOS	34
4.1 El Paquete Turístico	34
4.2 Conceptos relacionados con el Paquete Turístico	36
CAPITULO V: ANALISIS DE LA DEMANDA	39
5.1 Segmentación del mercado	39
5.2 Análisis de las variables	40
5.3 Estrategias de posicionamiento	60
5.4 Diseño del producto	62
5.5 Análisis de las tendencias en los últimos años	63

CAPITULO VI: ZONIFICACION DEL ECUADOR PARA EL DISEÑO DE RUTAS	72
6.1 Productos tipo	75
6.2 Diseño de las rutas como alternativas para paseos de fin de curso	82
CONCLUSIONES	89
ANEXOS	92
BIBLIOGRAFIA	93

I N T R O D U C C I O N

TEMA : PROYECTO "ECUADOR : MI MEJOR PASEO"

I. Planteamiento del Problema

La falta de identidad hacia lo nuestro, la falta de cultura con respecto al potencial natural, cultural e histórico de nuestro país comienza desde la educación primaria. El problema radica en que desde pequeños se nos enseña a dar más valor e importancia a todo lo ajeno a nuestro país y a nuestra cultura. Lamentablemente esto nos ha conducido a ser una sociedad sin raíces, sin identificación, sin personalidad y con una cultura importada. Este problema de falta de apego a nuestra cultura se da por la influencia de la televisión, radio, revistas, cine ; más que nada porque hemos llegado a convertirnos en colonia de las potencias. Al parecer esto lo venimos heredando de muchas generaciones atrás, lo que sumado a la poca importancia que se le da en los colegios, se ha convertido en un problema social.

Dentro de la sociedad quiteña, al momento de elegir un destino turístico, sucede lo mismo, las preferencias se dirigen directamente al exterior. Lo mismo sucede con los alumnos de los sextos cursos de los colegios privados de Quito en el momento de elegir su destino para su paseo de fin de año. Esto es el resultado de la falta de información de la inmensidad de los atractivos que el país ofrece.

II. Justificación del Tema

A través de este proyecto de diseño de rutas y diseño de las estrategias de comunicación para la Cámara de Turismo de Pichincha, tenemos como propósito el convertir al turismo nacional en primera alternativa de selección de los estudiantes de los sextos cursos de los colegios privados de Quito.

II.1. Campo Social : Este proyecto será de mucho beneficio para la sociedad ya que se creará una conciencia de nacionalidad e identidad con el país, sin descartar el aporte que se dará a los jóvenes en cuanto a información, educación y concientización del Ecuador.

II.2. Campo Económico : Al llevarse a cabo este proyecto, todo el capital que en otras ocasiones hubiera salido del país, se reinvertirá en el mismo. Este aporte económico mejorará el nivel de vida de las poblaciones atravesadas por las rutas diseñadas, así como se generarán empleos, se mejorarán las carreteras y vías de acceso a los atractivos y la calidad de los establecimientos hoteleros.

II.3. Campo Ecológico : Se creará una conciencia hacia la conservación y cuidado de los recursos naturales a través de la impartición de conocimientos sobre el manejo y protección de áreas naturales.

II.4. Campo Cultural : Se tratará de lograr un acercamiento de los estudiantes de los sextos cursos de los colegios privados de Quito a las comunidades, su cultura, forma de vida, así como lograr un interés que los lleve a participar del desarrollo de las mismas.

III. Objetivos

III.1. Objetivos Generales :

- Convertir al Ecuador en primera alternativa de selección de los alumnos de los sextos cursos de los colegios privados de Quito para sus paseos de fin de año.
- Concientizar y educar a los jóvenes sobre el potencial turístico del país.
- Lograr una apertura por parte de los establecimientos hoteleros para el turismo juvenil.
- Hacer del turismo interno una prioridad dentro de la sociedad, empezando por los colegios.
- Que se cree un mayor interés en difundir la diversidad de los atractivos que el país posee.

III.2. Objetivos Específicos :

- Hacer un diagnóstico sobre la realidad actual (encuestas a los sextos cursos de los colegios privados de Quito. Inventario turístico de los atractivos ; inventario hotelero ; estado de las carreteras del país ; estabilidad económica, etc.).
- Zonificación del país (Costa, Sierra, Oriente, Región Insular).
- Establecer destinos turísticos.
- Diseñar las rutas demandadas por los segmentos meta (planificación : tiempo/espacio/planta hotelera/transporte/costo.)

IV. Marco Teórico

IV.1. Aspectos Históricos : Como ha sido : proceso, tendencias, necesidades, cambios en la forma de pensar. Cómo se ha venido desarrollando el turismo interno en el país. La influencia que tienen las carreteras, vías de acceso, servicios básicos como agua, luz, alcantarillado, etc. ; telecomunicaciones, la infraestructura en general; cómo esta afecta al desarrollo de la actividad. En qué forma se ha ido desarrollando la planta hotelera y el transporte de qué manera han contribuido al desarrollo del turismo nacional. Qué papel y qué forma ha tomado la superestructura, como el Ministerio de Turismo, CETUR, las cámaras provinciales de turismo, gremios, etc.

IV.2. Teoría : Conceptualización - conceptos básicos como :

- Qué es Turismo ?
- Qué es Turismo interno ?
- Qué es un destino turístico ?
- Qué es un paseo ?
- Qué es un proyecto ?
- Qué es promoción ?
- Qué significa planificación ?
- Qué es una encuesta ?
- Qué es una entrevista ?

IV.3 . Conocimiento sobre el Tema : La promoción del país a nivel interno no está muy desarrollada. Hay una falta de apego a la cultura y a lo nuestro en general, pero en especial por los jóvenes.

La falta de infraestructura básica en muchas provincias ha limitado el

desarrollo de la actividad, por ejemplo la falta de alcantarillado trae problemas de salubridad lo que aleja al turismo. El mal estado de carreteras y vías de acceso es otro problema que impide el desenvolvimiento no sólo del turismo, sino también de otras actividades como lo es el comercio. Todo esto se debe a la deficiencia económica por la que ha venido atravesando el país ; no hay presupuesto para los ministerios, municipios, consejos provinciales, o este simplemente no alcanza para cubrir con las necesidades de cada provincia. Esto da como resultado un bajo nivel de turismo interno, especialmente cuando es difícil el acceso a los atractivos y destinos turísticos y las enfermedades están presentes también ; y al no haber turismo el nivel y calidad de vida siguen siendo bajos y no se generan empleos, por lo tanto no hay una contribución para el desarrollo del Estado, es decir es como un círculo en el que todo está interrelacionado, si uno de los factores mencionados mejora, poco a poco el resto también va adquiriendo forma y se podría llegar a solucionar algunos problemas.

IV.4. Preguntas Directrices :

- Cómo zonificar al Ecuador ?
- De acuerdo a los segmentos meta, cómo establecer y diseñar las rutas demandadas ?
- Qué tipo de planificación utilizaré ? (radial y/o diametral)
- Cómo planificar de acuerdo a espacio y tiempo ?
- De acuerdo a qué variables se escogerá la planta hotelera ?
- Cómo se elegirán las alternativas de las rutas ?, por ubicación y cercanía o de acuerdo a las exigencias de los alumnos de los sextos cursos de los colegios privados de Quito ?
- De qué manera lograr que el Ecuador se convierta en primera

alternativa de selección para paseos de fin de año de los estudiantes de los colegios privados de Quito ?

IV.5. Hipótesis : El mal estado de las carreteras del país en general y la falta de infraestructura básica son una de las causas por las que el turismo interno se ha visto obstaculizado y no se ha desarrollado debidamente. Esto sumado a la falta de presupuesto que tiene el Estado y la corrupción en alcaldías de las provincias impiden solucionar estos problemas.

Al existir vías de acceso en mal estado y una falta de infraestructura, la planta hotelera tampoco ha tenido un desarrollo favorable y es ineficiente, no cumple con los requisitos de su categoría en algunos casos. Por un lado, en algunos casos la planta hotelera no está preparada para recibir a grupos grandes de estudiantes.

Al establecer las rutas, y al llevarse a cabo este proyecto, habrá un mejor desarrollo de las vías de acceso, carreteras, infraestructura y planta hotelera, y al mismo tiempo esto influirá para que el nivel de vida en los lugares por donde atraviesen las rutas sea cada vez mejor.

La falta de seguridad en el país también ha sido y obstáculo para el desarrollo del turismo en general. Al no existir seguridad, la gente prefiere ir a un sitio donde sabe que tiene una seguridad garantizada.

Otro problema que tiene que enfrentar el turismo en nuestro país, es la falta de planificación del turismo, pero en especial en los destinos turísticos.

IV.6. Variables :

- Directas : Estudiantes de los sextos cursos de los colegios privados de Quito

Carreteras y vías de acceso

Infraestructura básica

Planta hotelera

Medios de transporte

Mapas

- Indirectas : Ministerio de Turismo

CETUR

Ministerio de Obras Públicas

Ministerio de Educación

Instituto Geográfico Militar

Municipios

Cámaras Provinciales

Hoteles

Empresas de Transporte

Agencias de Viaje

V. Delimitar Campo de Estudio

Estudio de los atractivos turísticos (naturales, culturales y folklóricos) demandados por los segmentos meta ; así como carreteras, vías de acceso, infraestructura, planta hotelera, transporte, etc.

- áreas protegidas
- áreas naturales
- reserva ecológica
- parque nacional
- planta hotelera
- infraestructura

IX Bosquejo de Trabajo

- Investigación : Bibliografía

Información - datos/estadísticas (CETUR,etc.)

Recopilación : mapas, inventario atractivos, colegios,
etc.

- Reseña Histórica : proceso, tendencias, necesidades, cambios en forma de pensar, encuestas, etc.

- Conceptualización : conceptos básicos

- Diagnóstico : Realidad Actual

- Propuesta -zonificación del país

planificación

destinos turísticos (turismo de aventura, ecológico, etc.)

establecimiento de rutas

planificación :tiempo/espacio/planta

otelera/transporte/costo

CAPITULO I.

SITUACION GEOGRAFICA DEL ECUADOR

1.1 Características Generales

El Ecuador está ubicado al Noroeste de América del Sur, en el Hemisferio Occidental, se encuentra a "1° 26' 30" de latitud norte, 3° 1' 6" de latitud sur; 75° 11' 30" de longitud este y 80° 1' de longitud occidental. Está catalogado entre los países más pequeños y desconocidos del planeta.

A pesar de su pequeña extensión de 275.830 km² es un país de maravillosos y hermosos contrastes, es decir, encierra o contiene todos los climas y accidentes geográficos. Está formado por cuatro regiones diferenciadas: la Costa con una extensión de 70.000 km², bañada en su perfil costero por el océano Pacífico; compuesta por numerosos ríos y grandes llanuras y bosques de clima tropical, es una zona llana con formaciones bajas, cuya altura máxima es de 1000 m (cordillera Colonche). Aquí podemos encontrar hermosos balnearios y playas, formando sistemas fluviales que dan a sus tierras un permanente verdor.

La Sierra formada por el callejón Interandino, separada por hoyas que se comunican a través de valles profundos, nevados y volcanes, con una extensión de 600 km de longitud y 100 a 200 km de ancho, que separa la Costa del Oriente. Su topografía es quebrada con mesetas y valles de clima templado y frío. La altura promedio de la Sierra es de 2500 m sobre el nivel del mar, donde los Andes alcanzan su altura máxima (Chimborazo, Cotopaxi), sus paisajes son increíbles, se contrastan la luz y la sombra, naturaleza virgen; aquí etnias milenarias conviven en armonía con el medio. Sobresalen volcanes, nevados, lagos, pueblos precolombinos, monumentos arqueológicos, y expresiones del arte colonial y folklore.

La región Oriental se inicia en los declives o estribaciones de la cordillera Oriental, cubierta por la selva amazónica con alturas de 300 m, formadas por extensas llanuras y bosques de clima tropical y con grandes ríos navegables; existen parques nacionales para la preservación de su fauna y flora, y se está incrementando el ecoturismo. Flora y fauna de múltiples especies, adaptadas en diversos pisos climáticos únicos en el mundo.

La cuarta región es la región Insular o las Islas Galápagos, ubicada a unos 1000 km de la costa continental en pleno océano Pacífico, formada por

once islotes, trece islas y diferentes clases de rocas; es un laboratorio científico natural y es patrimonio natural de la humanidad.

El Ecuador constituye selva, montañas, playas, fauna, flora, riquezas naturales, pisos climáticos que hacen que sea un país único y diferente, que nos invita al encuentro con la tierra y el hombre, es por esto que es nuestro deber conocerlo bien.

A pesar de su pequeño territorio el Ecuador es uno de los países con más biodiversidad en el mundo, debido a su situación geográfica, está ubicado exactamente en la mitad del mundo, es decir, en la línea ecuatorial de la costa pacífica de América del Sur y limita con Colombia al norte y Perú al sur y al este. Las montañas que corren de norte a sur dividen al país en costa al oeste y al este la selva del Amazonas. En tan sólo 200 km se puede atravesar desde la costa hasta los nevados a 6 km del nivel del mar y descender hasta la selva en el lado este.

En su corta extensión territorial el Ecuador posee una gran variedad de climas, predominando el clima cálido. Esto se debe a varios factores, no sólo por el hecho de encontrarse en la mitad del mundo, sino por la influencia de la corriente cálida del Niño y la corriente fría de Humbolt, la cercanía del mar, la presencia y la dirección de la cadena montañosa de

los Andes, hace que tengamos una diversidad climatológica. "El clima varía con la altura de 2000 a 3500 m es templado, de 3500 en adelante el clima es frío, a partir de los 4500 m están las nieves."¹

En la región Litoral encontramos cuatro tipos de climas: tropical lluvioso, tropical monzón, tropical de sabana y tropical seco.

En la región interandina, a medida que se eleva el suelo va disminuyendo la temperatura, hay cinco pisos: tropical, templado subtropical, templado subandino, y frío glacial.

La región Oriental, cálido tropical en los flancos andinos y el clima cálido húmedo en la llanura amazónica.

En la región Insular podemos encontrar cuatro variedades climáticas, con cuatro fajas de suelo que tienen características especiales cada una de ellas.

¹ Rodríguez Saltos, Roberto, La Región Interandina Ecuatoriana, Editorial Freire, Riobamba, 1996.

1.2. La primera región: La Costa

La primera región es una gran llanura situada entre la cordillera de los Andes y el océano Pacífico. Su característica general es su alargamiento en el sentido de meridianos, y con una inclinación Norte – Sur, es decir, que el drenaje de la mayor parte de esta cuenca se realiza hacia el Golfo de Guayaquil situado a 2º latitud sur. El río Guayas que recoge las aguas de ésta región desemboca en el océano Pacífico, formando un gran estuario y constituye el río más caudaloso de la parte occidental de América del Sur.

Una baja cordillera (10 km ancho y 800 m altura) recorre el litoral de manera paralela a los Andes y muy cercana al mar, desde Esmeraldas hasta Guayaquil, es decir, unos 330 km aproximadamente. Este es el relieve costanero que modifica el sistema fluvial de la cuenca del Guayas, orientándolo en sentido norte – sur.

La costa posee tres tipos de ecosistemas: al norte un bosque tropical, al centro y al sur sabanas tropicales y un bosque seco al oeste y al sur de la franja peninsular.

A lo largo de la costa también podemos encontrar dos ecosistemas adicionales, pero por sus características de flora y fauna. Sin embargo, muchos de estos bosques han sido deforestados por actividades agrícolas, especialmente la tala de manglares para construir camaroneras, siendo éste uno de los mayores productos de exportación del país, creando así muchas fuentes de trabajo.

Es importante mencionar que en esta zona se cultivan importantes productos para la exportación con son el plátano, café, cacao, caña de azúcar, algodón y frutas tropicales. Posee también un hábitat rico en peces y mariscos, es decir, avifauna y biología marina.

Cinco provincias forman parte de ésta región: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos, El Oro; cada una con diferentes atractivos y vegetación. Por ejemplo en Esmeraldas los manglares, pesca artesanal y sitios arqueológicos, a parte de sus maravillosas playas constituyen un atractivo. En esta provincia encontramos a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas. En Manabí la Isla de la Plata y el Parque Nacional Machalilla constituyen su mayor atractivo.

1.3. La segunda región: La Sierra y Los Andes

La cordillera de los Andes en nuestro territorio está formada por tres importantes relieves que se hallan íntimamente relacionados: la Cordillera Oriental o Real, la Depresión Interandina (hoyas y cuencas) y la Cordillera Occidental. Así podemos distinguir la Sierra Norte o Septentrional, de volcanismo reciente o actual y el Sur de volcanismo más antiguo.

En esta región también podemos distinguir subregiones: la región montañosa norte, la central y la sur. Esta área está dominada por una fila o hilera de volcanes y montañas que forman una moderada región ecológica, con un clima primaveral como lo llaman. El paisaje que caracteriza a la sierra es el páramo, en altitudes altas y con vegetación seca; siendo así esta zona el hábitat ideal para cóndores, llamas, vicuñas, flores de la zona y aves.

Aquí en la sierra es donde se forman los más bellos paisajes con lagunas azules, ciudades pintorescas. Los Andes al atravesar de Norte a Sur hace que sobresalgan majestuosos volcanes y nevados; dividida por nudos que forman varios altiplanos llamados hoyas, cada una de las cuales están

regadas por un eje hidrográfico de donde algunos toman su nombre.

Esta región está formada por diez provincias que son: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay, Loja.

1.4. Tercera región: La Región Amazónica Ecuatoriana

Con una extensión de aproximadamente 120.000 km², está cubierta por bosques tropicales húmedos. Sus límites son: al oeste la Cordillera Oriental de los Andes con la cual forma parte del paisaje andino, hacia el sur – este por la línea del Protocolo de Río de Janeiro y al norte por Colombia. Formada por zonas montañosas, sus valles son alargados y encajados entre las montañas, las mismas que están recubiertas de un bosque milenario con vegetación tupida. Existen valles profundos y fértiles con salida hacia la Sierra. Los materiales transportados por los ríos originados en los Andes han formado unas franjas de suelos aluviales y terrazas que sirven para la subsistencia de los colonos, especialmente para la agricultura y ganadería.

La principal atracción de esta zona son sus bosques, y por su puesto la

gran biodiversidad que se encuentra en éstos, y la variedad de árboles también como por ejemplo canela, algodón y otras especies. En las orillas de los ríos podemos encontrar grandes concentraciones de palmas o palmeras.

El río más importante es el Napo, su cuenca es de 870 millas de largo y 1 –3 millas de ancho. Como resultado de su dinámica fluvial, las 130 islas (aproximadamente) del Napo están cubiertas por bosques jóvenes, los mismos que son el hábitat o refugio de miles de especies de aves, reptiles e insectos.

A lo largo del Napo, nativos han establecido comunidades, las mismas que permiten el establecimiento de pequeños hoteles o cabañas. Las comunidades más representativas son: Siona – Secoya, Cofan, Huaorani, Quichua, Shuar y Ashuar.

El ecosistema de esta zona es tropical y es considerada como la más rica y compleja en lo que se refiere a flora y fauna en el mundo. En la parte norte 100 especies de árboles por hectárea han sido registradas. Los ríos, lagunas, riachuelos albergan aproximadamente 600 especies de peces y 250 especies de anfibios y reptiles. Las aves constituyen el grupo más

rico de vertebrados en ésta área, aproximadamente 1000 especies habitan en los bosques.

El Ecuador posee un sistema de parques nacionales, estaciones científicas para proteger, preservar y conservar esta rica zona; es por esto que ha creado el Parque Nacional Yasuní y su Reserva Biológica, la Reserva Ecológica de Limomcocha, la Reserva Cuyabeno, entre otras. Los ríos Yuturi, Yasuní, Tiputini, Tivacuno y Cononaco están totalmente rodeados por bosques vírgenes.

Forman parte de esta región las provincias de Morona Santiago, Napo, Pastaza, Sucumbíos, Zamora Chinchipe y la nueva provincia de Orellana.

1.5. La región Insular o Islas Galápagos

Al oeste de las costas continentales en un mar interior de 45.600 km² a 900 y 1200 km de distancia se halla este archipiélago de origen volcánico, asentado en el encuentro de dos placas oceánicas la Nazca y la de Cocos. Todas las islas suman un total de aproximadamente 8000 km², la mayor

es la Isabela cuya extensión es de 4710 km². Las islas grandes son ocho distribuidas en sentido este – oeste de mayor a menor en antigüedad. Otras seis islas menores e islotes seguidos por una extensa área formando parte de este archipiélago. La mayoría están al sur del Ecuador donde varias corrientes marinas convergen. Todos estos elementos son el componente zoológico, botánico y geológico de ésta maravilla natural.

Estas islas son el resultado de erupciones volcánicas en el fondo del mar hace millones de años; y son las formaciones de lava y las rocas volcánicas las que dan un aire extraño a las islas; es por esto que Galápagos se ha convertido en uno de los lugares más raros y desconocidos del planeta, especialmente por su riqueza única en flora y fauna.

Todos los reptiles del archipiélago, la mitad de las aves, el 32 % de las plantas y el 25 % de la vida marina, al igual que muchos invertebrados son encontrados solo aquí, es decir, es en el único lugar en el mundo donde se los puede encontrar. Sus paisajes también son únicos.

Tortugas gigantes, iguanas marinas y de tierra constituyen el grupo más representativo de las islas. Las aves están representadas por más de

trece especies que varían de acuerdo a su fisiología, como por ejemplo, los cormoranes, flamings, pinguinos pequeños, etc.

Por estas y otras razones la UNESCO declaró a Galápagos patrimonio cultural de la humanidad.

CAPITULO II.

Posibilidades de hacer turismo en el Ecuador

Tipos de Turismo – Conceptos

Para determinar las posibilidades de hacer turismo aquí en nuestro país, primero es importante definir el significado de turismo y los tipos de turismo que se pueden realizar, especialmente en el Ecuador.

2.1. Conceptos y Clasificación

El turismo tiene muchas interpretaciones sobre su significado y es visto desde muchos puntos de vista, pero en definitiva, el turismo forma parte del sector terciario de la economía de un país, y es considerado como un servicio; es una actividad relacionada con el placer, el descanso, el desarrollo cultural y la recreación para la sociedad. Por lo tanto, el turismo al convertirse en un fenómeno social significa un conjunto de fenómenos y relaciones que se producen por el movimiento de personas desde su sitio de permanencia habitual hacia un sitio de permanencia temporal, motivado por cualquier razón de tipo personal (tiempo libre,

ocio, descanso, recreación, placer, etc.), sin carácter lucrativo.

Por consiguiente, un turista será la persona que permanezca en otro lugar que no es su residencia habitual, desde un mínimo de 24 horas a seis meses.

Se puede hacer, en primer lugar una gran clasificación del turismo por factores como el lugar de residencia del turista y la razón de su desplazamiento, por lo que se puede clasificar a esta actividad en turismo interno o nacional e internacional.

□ ***Turismo interno o nacional.*** significan los desplazamientos que realizan los residentes de un país, fuera de su residencia habitual, hacia otros lugares o áreas dentro del territorio de su propio país; los motivos del viaje pueden ser por tiempo libre, recreación, vacaciones, deportes, familia, negocios, congresos, estudios, salud, etc.

□ ***Turismo externo o internacional.*** significan los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto, es decir, los viajes que realizan los residentes de un determinado país a otro distinto al suyo.

También se puede clasificar al turismo según el motivo del viaje o la visita a un destino específico: ²

- a Turismo convencional o de tipo vacacional:** motivaciones que tienen relación con la educación, placer descanso, recreación. Al mismo que se lo puede dividir en turismo cultural, de sol y playa, nieve, etc.
- b Turismo especializado:** motivaciones que tienen relación con expectativas como son la emoción, aventura o interés científico. También se lo puede dividir en turismo de montaña (montañismo), ríos, científico (tiene que ver con flora y fauna o cualquier aspecto de interés científico), aventura.
- c Turismo de afinidad o interés común:** motivaciones de carácter profesional, religioso y filosófico. Se lo divide en turismo de congreso, convenciones, religioso, o de incentivos.

La razón para esta clasificación del turismo es por las actividades de marketing o promoción de los distintos destinos, y así es más fácil definir

² Acerenza, Miguel A., Administración del Turismo, Conceptualización y Organización, Ed. Trillas, México, 1995.

al público objetivo o segmento meta. También es importante para la planificación y desarrollo de las facilidades, capacitación y formación de los recursos humanos, distintas formas de prestar servicios; aunque muchas veces éstas se complementen.

Además se puede clasificar al turismo para identificar las diferentes formas que puede adoptar o tomar en la sociedad, como sería:

- ☐ **Turismo de masas:** por el gran número de personas que lo realizan, y esto da lugar a grandes concentraciones de turistas en algunos sitios. Estos sitios o centros turísticos necesitan un gran volumen de turistas para lograr sus objetivos.
- ☐ **Turismo selectivo:** turismo que realizan ciertos sectores de la sociedad, y puede ser porque tienen las mismas motivaciones o limitaciones.
- ☐ **Turismo popular:** es el que lo realizan o practican la mayor parte de la población, puede llegar a ser masivo dependiendo de la cantidad de personas que lo realicen y el tipo de turismo.
- ☐ **Turismo social:** es el que realizan sectores o personas de menores

ingresos (empleados, obreros, estudiantes, etc.); en algunos casos es el Estado el que lo subvenciona; pero por lo general lo organizan asociaciones y agrupaciones sindicales con beneficios para sus afiliados.

- **Turismo alternativo:** son las alternativas de viajes que se apartan de las características del turismo masivo. Estas alternativas incluyen turismo cultural, de aventura, rural, ecológico, ecoturismo. Todos éstos dependen de las características, motivaciones y posibilidades económicas de los turistas. Este tipo de turistas desean tener un contacto más estrecho con otras culturas, experimentar nuevas emociones y realizar actividades fuera de lo común, es decir lejos de la civilización, aprovechar los beneficios de la naturaleza. Por lo general viajan solos o en grupos pequeños y se alojan en distintos tipos de alojamiento, como por ejemplo los mochileros en los albergues u hostales, o en hoteles cinco estrellas. Sin embargo, es el turismo de aventura el más practicado (montañismo, trekking, rafting, canotaje, safaris, excursiones por la selva, observación).

2.2. Posibilidades de hacer turismo en nuestro país

Pienso que en el caso de nuestro país en particular, el turismo más practicado es el turismo alternativo, pero es practicado sobre todo por turistas extranjeros, que ven el gran potencial o la gran biodiversidad que posee el Ecuador, y además todos los sitios o lugares que pueden visitar en poco tiempo, es decir, por las cortas distancias que existen entre los diferentes pisos ecológicos y climáticos. Sin embargo, todo este potencial es ignorado por todas las personas ecuatorianas que tienen la oportunidad y capacidad económica para viajar, **prefieren conocer o visitar otros países sin interesarse por conocer primero el suyo**; esto en gran parte se debe a la falta de promoción de turismo a nivel nacional o interno, la falta de conocimientos sobre lugares que se pueden visitar. Pero también otro problema que tiene el turismo nacional es la falta de una planificación adecuada en lo que se refiere a infraestructura hotelera y los servicios que éstos ofrecen, es decir, los hoteles que existen, en su mayoría no ofrecen una buena calidad o nivel de servicio que satisfaga las necesidades de la demanda. Es por esto, que el objetivo de este proyecto es el de convertir al Ecuador en la primera alternativa para hacer turismo, empezando a concientizar y educar a los estudiantes de los colegios

privados de Quito, y de esta manera exigir a la planta hotelera el nivel de calidad de servicios que deben ofrecer, y así empezará a desarrollarse de una mejor manera el turismo interno y externo a su vez. Al mismo tiempo que los organismos encargados de la conservación y preservación de los atractivos nos instruyan a todos sobre la importancia que tienen los mismos y el cuidado y respeto que se debe tener hacia los mismos.

También se podría decir que aquí, en nuestro país se practica en cierto modo el turismo social, en el sentido, de que muchas empresas privadas como bancos, financieras y otras compañías tienen complejos vacacionales para uso específico de sus empleados; generalmente ubicados en la costa, es decir en las playas. Esto se considera como un beneficio que la empresa da a sus empleados por trabajar para la misma, es decir, es una manera de incentivo.

CAPITULO III.

ESTUDIO DE LA OFERTA Y EL MERCADO EN QUITO

3. 1. Análisis del producto dentro de las Agencias de Viaje

Después de haber hecho un pequeño sondeo y monitoreo sobre las actividades y paquetes que realizan algunas agencias de viaje de la ciudad de Quito, he sacado algunas conclusiones. La primera es que a la mayoría de agencias a las que se realizó dicha encuesta no está interesada en vender paquetes para colegios, o por lo menos no es parte esencial de su negocio vender paquetes a los mismos, cuando venden es porque son paquetes hacia el exterior, especialmente el Caribe.

Como segunda conclusión puedo decir que la mayoría de las agencias venden viajes al extranjero y no les interesa mucho vender paquetes dentro del país, y lo que más se vende internamente es Galápagos. Es decir, a las agencias en general, no les interesa el turismo receptivo sino vender paquetes al emisivos, y lo que más se vende en general son viajes o charters a Cartagena, el Caribe y Miami, además porque desconocen lo

que venden dentro del país, es decir, no conocen el producto (en este caso el país), por lo que no saben cómo proyectar la venta. En general lo que más se comercializa son playas, para cualquier tipo de charters, ya sea para empresas privadas o en algún caso si es que son colegios a los que se vende, pero hay que dejar en claro que son playas en el extranjero.

Otra conclusión es que a estas empresas no les interesa a qué se dedica su agencia, sino sólo el negocio, es decir, el vender y tener una rentabilidad; **casi ninguna tiene una estrategia de diferenciación y diversificación**, casi todas venden exactamente lo mismo y desarrollan las mismas actividades, claro que hay excepciones como son Metropolitan Touring, Klein Tours, entre otras, que son empresas más grandes y tienen mayor experiencia en este campo, y a su vez están totalmente identificadas y diferenciadas en el mercado y por los consumidores, o también algunos operadores que son los que están en contacto con la realidad del mercado.

Mientras que en las otras su objetivo es vender, hacer negocio, y no se tiene claro cuál es la misión y objetivos que tiene dicha empresa, no sabe exactamente a lo que se dedica, esto quiere decir, que si es que en el nivel gerencial más alto de la empresa no se tienen claros los objetivos y

misión de la empresa, difícilmente se podrá comunicar al resto de departamentos o empleados qué es lo que la empresa ofrece y vende en el mercado, se podría decir que hay una carencia o falta de soporte técnico, existe una falta de planificación. Por lo tanto, al momento de enfrentarse a preguntas como las formuladas en la encuesta, se confunden y no saben qué responder, por lo que fue muy difícil hacer un buen monitoreo o estudio sobre las actividades que éstas desempeñan; los empleados colaboraron muy poco y en algunos casos ni si quiera quisieron responder a la encuesta. Hay una falta de seguridad y confianza en el trabajo que realizan las agencias, no tienen bien definida su misión y la manera de llegar a ella, es decir, hacen de todo y ofrecen todo, pero nada en especial, lo que da como resultado una gran competencia desleal, la misma que ocasiona que todos los días se cierran o quiebren unas cuantas, mientras sólo empieza a operar una nueva, con la misma línea de negocios.

Por otro lado, se puede decir, que en lo que se refiere a turismo nacional, casi no se vende y no les interesa, y tampoco se ha hecho ningún tipo de promoción sobre los atractivos más conocidos o que tienen más potencial para ser visitados dentro del país; y lo que menos les interesa es tener que tratar o negociar con los colegios; pudiendo ser esto resultado de la

fama que tienen algunos colegios que han hecho destrozos en hoteles, en sus paseos de fin de año.

La falta de visión que tienen las agencias de viajes en Quito, ha dado como resultado una misión y objetivos confusos, pero lo que menos les interesa, o en lo que menos piensan es en la **calidad del servicio** que deben ofrecer a sus clientes y clientes potenciales.

Vender lo más barato, sin importar la calidad del servicio que están ofreciendo dándose un mercado donde existe una competencia desleal.

El servicio pasa a ser lo último en la empresa; sin embargo, eso es lo que más les debería interesar, y es la calidad del mismo y el bienestar y seguridad de sus consumidores en lo que deberían enfocarse, principalmente haciendo de esto su ventaja competitiva, y así poder diferenciarse de la competencia.

Este estudio sobre las agencias de viaje y su desempeño en el mercado, es necesario para el desarrollo de este trabajo, ya que serán con éstas con las que tendremos que tratar al momento de diseñar y formar las rutas seleccionadas por los estudiantes de los colegios privados de Quito.

También para saber cuáles son las tendencias de las mismas y su participación en la organización de los paseos de fin de año de los estudiantes de los colegios privados de la ciudad, y cuáles son los gustos y necesidades o los destinos más solicitados por dicho segmento. Es necesario hacer este enfoque para después poder hacer el estudio de los gustos, necesidades y preferencias de nuestro segmento meta.

CAPITULO IV.

EL PAQUETE TURISTICO, Y OTROS CONCEPTOS

4. 1. El Paquete Turístico

Para poder definir al paquete turístico, es importante definir la forma en que se realiza el viaje, es decir, si es turismo individual o turismo de grupo. El propósito de ésta clasificación es la de identificar cómo y en qué forma se realiza el viaje; esto es muy importante para las operaciones de turismo receptivo, en definitiva para todo lo que tiene que ver con el tráfico, manejo y prestación de los servicios turísticos en el destino. Entonces es a partir de la forma como se hayan efectuado los arreglos en relación al viaje, que podemos clasificar al turismo como independiente o todo comprendido u organizado.

La diferencia entre estas dos variables, es la forma, cómo se adquieren los diferentes elementos o componentes que forman parte del producto turístico final. Por ejemplo, en el caso del turismo independiente, es el

mismo turista el que hace todas las gestiones o diligencias relativas al viaje, pero en forma directa, es decir que todo lo hace por separado en relación a cada uno de los componentes que integran dicho producto, en otras palabras, sería el mismo viajero el que compra los pasajes, hace las reservaciones en los hoteles, etc.

El paquete turístico va a estar estrechamente relacionado con el marketing, ya que se puede utilizar éste para identificar un segmento particular de mercado, por eso se podría hablar del mercado de viajes organizados, los mismos que incluyen transporte, alojamiento, alimentación y recreación, servicios en general.

Es importante señalar que este concepto del paquete turístico fue introducido por Thomas Cook en el año de 1851 aproximadamente; y es éste su mayor aporte a la actividad, ya que fue él quien introdujo el concepto de la excursión organizada, que ahora constituye el paquete turístico; que fue el que permitió que grandes masas de la población tuvieran acceso o la capacidad a los viajes vacacionales, es decir, porque es más económico, al vender al por mayor los costos en transporte y alojamiento bajan.

El paquete turístico está representado por organizadores y agentes de viaje, es decir, éstos son intermediarios entre los prestadores de servicios y los consumidores o turistas.

4.2. Conceptos relacionados con el Paquete Turístico

- ☐ **Atractivos Turísticos:** son el conjunto de recursos turísticos con los que cuenta un país, que son el motivo de atracción para los turistas. Por ejemplo, pueden ser atractivos naturales, culturales, folklóricos, artísticos, científicos, etc.
- ☐ **Planificación:** consiste en determinar los objetivos del trabajo, ordenar los recursos materiales y humanos. La planificación turística significa la elaboración y desarrollo de planes nacionales o regionales de desarrollo turístico, promueve el incremento de dicha actividad hacia el logro de los objetivos nacionales. Estos planes no sólo buscan integrar al turismo en el proceso de desarrollo económico y social, sino también al ordenamiento del territorio de un país como un todo.
- ☐ **Planta hotelera:** ésta constituye el conjunto de establecimientos de

alojamiento de diversas categorías que tiene a disposición un país o región para efectos de todo tipo de turismo. También hace referencia a las facilidades de los edificios o construcciones que componen la planta hotelera.

- ☐ **Infraestructura:** son todos los servicios básicos con los que cuenta el país o región, hace referencia al agua, luz, alcantarillado, carreteras, aeropuertos, telecomunicaciones, etc.
- ☐ **Plaza:** se denomina plaza a todos los espacios disponibles en el mercado de los servicios, se refiere especialmente a transporte y alojamiento.
- ☐ **Ecosistema:** constituye el conjunto de seres vivos que se necesitan unos de otros para sobrevivir, es una cadena en la que todos dependen de todos.
- ☐ **Areas Protegidas:** son espacios de tierras protegidos bajo determinadas leyes por su riqueza biológica, es decir, por su gran biodiversidad tanto en flora como en fauna, con especies endémicas.
- ☐ **Reserva Ecológica:** se destina a la protección de un área por su

riqueza biológica, la misma que está amenazada por la extinción o desaparición de sus especies.

□ **Parque Nacional:** territorio del Estado para que aquí se conserven, protejan y cuiden especies de flora y fauna.

- **Transporte:** son los medios mediante una persona se transporta de un lado a otro, puede ser por aire, tierra y mar. Por aire en avión, paracaídas, etc.; por tierra en tren, automóvil, bicicleta, etc.; por mar o agua en barcos, botes, canoas, etc.

- **Producto Turístico:** es el conjunto de recursos naturales, folklore, bien natural, infraestructura básica, bien turístico, planta hotelera y turística, atractivo turístico y promoción.

CAPITULO V.

ANALISIS DE LA DEMANDA

5.1. Segmentación del mercado

Para desarrollar la segmentación del mercado se ha diseñado una encuesta, la misma que se realizó a los alumnos de los colegios que se encuentran en las listas de los posibles alumnos de las universidades Internacional S.E.K y San Francisco de Quito. Estas listas se las utilizó como material de referencia debido a que se trata de alumnos con un nivel económico medio-alto.

Se pretende trabajar inicialmente con un grupo económicamente medio-alto, desde el punto de vista que, son los alumnos con mayor capacidad para viajar y comparar el producto.

La encuesta se realizó de acuerdo al nivel de apertura de los colegios, la cual ha sido muy difícil de lograr, sin embargo la muestra obtenida ha sido suficiente para segmentar al mercado, es decir, para identificar al segmento al que queremos llegar.

Se debe tener muy en cuenta que a pesar de ser un universo poco extenso, dentro de él se puede ver a cada consumidor potencial, como un segmento independiente. Por esta razón es indispensable ser cuidadoso al momento de crear y ofrecer el producto, el mismo que estará condicionado por diversas necesidades y características, combinadas de tal forma que se satisfagan a todos los subconjuntos (consumidores potenciales) del segmento meta. A todo este proceso le ha sido de mucho beneficio la cultura e idiosincrasia de los potenciales consumidores, ya que se ha encontrado mayor homogeneidad que heterogeneidad dentro del segmento. En lo que se refiere a las variables, serán de mucha ayuda para definir las diferencias y semejanzas que se deben combinar o agrupar para la elaboración del producto, en definitiva en la elaboración de las distintas rutas.

5.2 Análisis de las variables

Como dijimos anteriormente, se ha encontrado un solo segmento homogéneo en el que intervienen diferentes perfiles, los que hacen que se distingan algunas variaciones y alteraciones en lo que se refiere a la

forma recuperaríamos los segmentos que se dirigen a los otros destinos.

- Este gráfico, así como los gráficos # 4 y 12 se refieren a preguntas postuladas con el afán de averiguar la capacidad económica de los alumnos, lamentablemente sus respuestas no son muy decidoras puesto que como se observa en el gráfico # 4(ver página 50) un alto porcentaje utilizan el transporte escolar para dirigirse a los colegios. De igual forma en el gráfico #12 (ver página 58) podemos observar que el más alto porcentaje de estudiantes, han reunido todo el año para pagar su paseo, aunque también el porcentaje de alumnos que está en capacidad de pagar al contado es significativo. Estas respuestas nos dan a entender que el segmento para el que trabajamos está ubicado en un nivel económico medio-alto.

- Los siguientes gráficos, # 5,6 (ver páginas 51-52) se refieren a la decisión de realizar un paseo de fin de año, al lugar o destino y a quienes intervienen en esta decisión. Según las respuestas hemos llegado a la conclusión que el producto deberá ser diseñado según las expectativas de los alumnos tomando muy en cuenta el criterio de los padres de familia y de las autoridades del colegio, así como la presentación e introducción del mismo. Como lo demuestra el gráfico # 6, la mayoría de estudiantes

tienen planeado realizar su paseo de fin de año dentro del Ecuador, estamos hablando de un 61%, para quienes el producto será más atractivo y que están interesados en conocerlo, el otro grupo que es de un 22% será mucho más susceptible a su presentación e introducción, por lo que deberemos trabajar con mayor cuidado en lo que se refiere a sus expectativas.

- Para la elaboración y diseño de las rutas se deben estudiar y analizar los diferentes atractivos que ofrece el Ecuador, de tal manera que todas las rutas que resulten de esta investigación, cuenten con una variedad de atractivos de diferentes entornos, y de esta manera satisfacer las necesidades y deseos de los estudiantes. Para esto se ha postulado la pregunta representada en el gráfico # 7 (ver página 53), en el cual un 47 % de los estudiantes desean conocer todas las alternativas planteadas en la pregunta. Esto demuestra que la demanda está dirigida a un producto más complejo y completo en lugar de un solo destino. Por esta razón las rutas deberán diseñarse de tal forma que contemplen o incluyan la mayor parte de atractivos, es decir, combinar las regiones de manera que se de un recorrido variado pero al mismo tiempo relajado.

- Si analizamos el gráfico # 8 (ver página 54), que se refiere a los

destinos turísticos que prefieren los alumnos para su paseo de fin de año, llegamos a la conclusión que nuestra mayor competencia son, Colombia con Cartagena, República Dominicana con Bávaro y Cuba con Varadero y La Habana. Estos destinos deberán ser analizados por separado, con el fin de analizar sus atributos y a través de nuestras fortalezas ponernos al mismo nivel y tener capacidad competitiva.

En el caso de Cartagena, su nivel en hotelería es superior al nuestro, y se han especializado en grupos de jóvenes, por lo que presentan su producto con actividades incluidas. De igual forma los precios que presentan son en la mayoría de los casos convenientes por lo que en los últimos años ha captado la mayoría de colegios para sus paseos de fin de año. En lo que se refiere a su entorno natural, es muy pobre, por lo que han desarrollado actividades que reemplacen o desvíen la atención de los consumidores.

Bávaro, es un destino turístico, que si bien es cierto, significa un mayor gasto, cuenta con todo lo necesario para satisfacer a este segmento. Se ha desarrollado con sus resorts, los mismos que presentan una gran infraestructura, un entorno natural muy adecuado y un plan de actividades muy bien logrado para el segmento que estamos manejando.

Cuba presenta un 16% de preferencia, lo que significa que está creciendo su demanda, la misma que no era muy común en este segmento de jóvenes estudiantes de sexto curso. Cuba reúne de igual manera, los aspectos necesarios, es decir, la infraestructura, paquetes completos que incluyen actividades, y un gran entorno natural; a esto se le suman los bajos precios en pasajes que se han venido ofreciendo.

En resumen estas repuestas nos llevan a la conclusión que, debemos diseñar rutas que contemplen de cierta forma los mismos atributos que han hecho de los destinos antes mencionados un producto exitoso. Se debe aprovechar las ventajas competitivas que presenta el Ecuador, es decir, su entorno natural el mismo que presenta una mayor diversidad que cualquiera de los antes mencionados, de igual forma sus bajos costos y sus cortas distancias. Todos estos aspectos pueden ofrecer un producto de la misma calidad siempre y cuando sea equivalente su costo con la satisfacción que este genere.

- El gráfico # 9 (ver página 55) representa los motivos por los que prefieren un destino en lugar de otro ya sea por precio, por propio interés de los estudiantes o por interés de las autoridades. Como se puede observar, en la mayoría de los casos, se selecciona el destino por **interés**

de las autoridades, esto comprueba una vez más su influencia en la decisión.

- Es de mucha importancia para la realización del producto, que sepamos el concepto que tienen los estudiantes del Ecuador en comparación con otros destinos que podrían estar en consideración para su paseo de fin de año. Esto se ve reflejado en el gráfico # 10 (ver página 56), en el que la pregunta propone la alternativa de que el Ecuador ofrece un producto: igual, similar, de mayor o menor calidad que el de la competencia. En el gráfico podemos ver que las opiniones van por que el Ecuador ofrece un producto similar al de competencia. Lo que nos llama mucho la atención es que el menor porcentaje de estudiantes piensa que el Ecuador puede ofrecer un producto de mayor calidad, si bien es cierto, el servicio y la infraestructura en Ecuador dejan mucho que desear, peor esto también refleja la falta de un conocimiento más objetivo por parte de los estudiantes. Lo que se pretende lograr con este proyecto, es cambiar esa opinión y demostrar el potencial turístico de este país, y a su vez la concientización de los jóvenes que son el futuro de nuestro país.

- Por la misma razón se planteó la pregunta que se refleja en el gráfico # 11(ver página 57), la misma que pretende averiguar la importancia que le

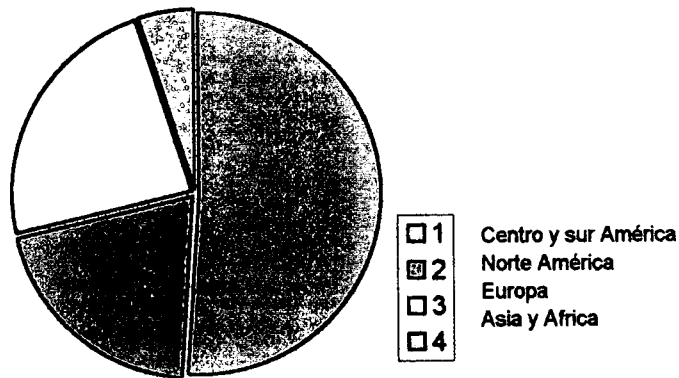
dan los estudiantes al conocimiento de su país antes del de cualquier otro.

En esta pregunta se obtuvo una respuesta totalmente satisfactoria ya que un 80 % de los estudiantes, considera que es más importante conocer antes su propio país. Esto nos lleva a pensar que el proyecto es factible y que puede tener gran éxito en el ámbito estudiantil.

- Para saber a través de quienes se debe manejar este producto, aparte de nuestra fuerza de ventas, hemos averiguado quienes son sus principales fuentes de información de destinos turísticos. Si observamos el gráfico # 13 (ver página 59), podemos ver que la mayoría recurre a agencias de viajes, esto nos lleva a la conclusión que de alguna manera debemos involucrar a las agencias en este proyecto para que así se conviertan en participantes directos, y así asegurar el éxito del producto y una buena introducción en el mercado. De todas formas las agencias de viajes estarán estrechamente relacionadas con el proyecto ya que ellas manejarán las rutas presentadas con sus propios productos, es decir, que una vez que las rutas son presentadas, los estudiantes tienen la libertad de trabajar con cualquier agencia, que a su vez podrá trabajar con establecimientos hoteleros y con empresas de transporte, para cumplir con la ruta escogida por los alumnos.

GARFICO # 2

¿Qué países conoces?

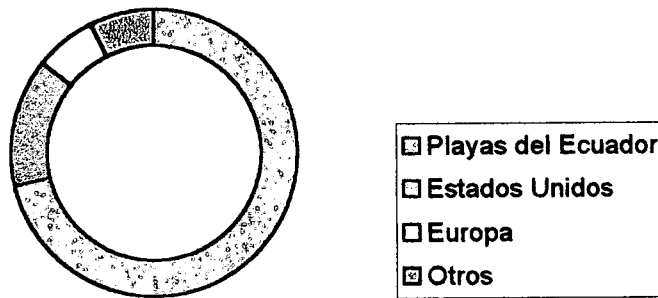


Como se puede ver, la mayoría de los estudiantes han visitado países de Centro y Sur América, lo que indica que el Ecuador puede contar con ese mercado como segmento meta. Desde el punto de vista de producto, este tiene la misma capacidad en cuanto a lo que oferta se refiere, por lo que se comprueba que sí hay posibilidades de crear un producto con el Ecuador como destino.

Como se mencionó inicialmente, Norteamérica siempre ha sido un destino importante para los ecuatorianos, claro que analizando el gráfico nos podemos dar cuenta que en lo que se refiere al segmento estudiantes del sexto curso de los colegios privados de Quito, este destino no tiene mayor demanda. Europa ha sido visitada igual que Norteamérica por lo que nos podemos dar cuenta según las encuestas que el precio no es un factor tan importante en el momento de escoger un destino turístico. En lo que se refiere a Asia y Africa, parece que no son de mucha importancia, ya sea por factores de costo, por factores de distancia, o por falta de interés.

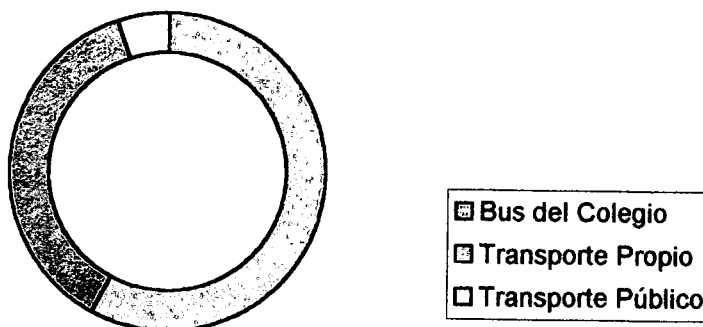
GRAFICO # 3

¿Dónde viajas con tu familia en vacaciones?



Según las encuestas y lo que nos presenta el gráfico, las playas del Ecuador tienen la mayor demanda para viajes familiares, en un segundo lugar está Estados Unidos y le siguen en porcentajes iguales Europa y otros destinos. Se podría decir que con estos precedentes, el Ecuador puede aumentar esa demanda, siempre y cuando sus servicios mejoren la calidad. Se debe aprovechar esa costumbre de viajar a las playas del Ecuador y que el consumidor potencial ya se identifica con el producto y conoce sus atributos.

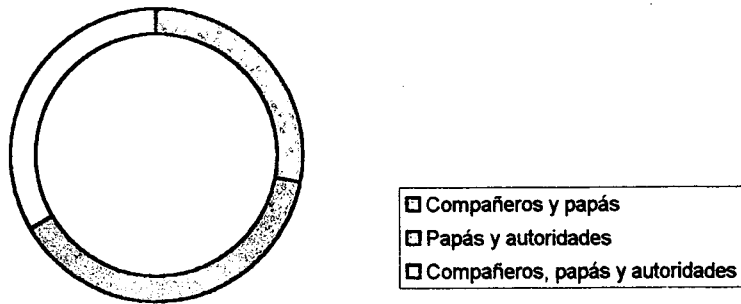
¿Cómo llegas al colegio?



Esta pregunta se la postuló con el afán de averiguar el nivel económico de los diferentes estudiantes, y así saber la capacidad de gasto que tienen. Si bien sus respuestas no reflejan del todo la capacidad económica de los estudiantes, si queda claro que el número de estudiantes que utilizan transporte propio para dirigirse al colegio es el suficiente para clasificar a este segmento dentro de una posición económica medio-alta

GRAFICO # 5

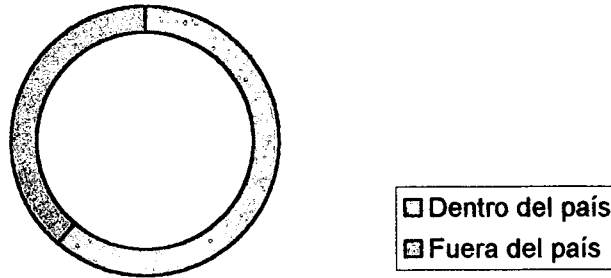
En la decisión de ir o no ir a un paseo de fin de año, intervienen:



Según la encuesta y las respuestas obtenidas, podemos ver que la decisión es tomada tanto por los alumnos y sus padres así como por las autoridades del colegio. En este caso la respuesta es que no solamente se deberá vender el producto a los alumnos, sino también a las autoridades del colegio y a los padres de familia. Se debe tener muy en cuenta que las rutas a diseñarse deberán ser satisfactorias para los diferentes segmentos encontrados y sus variables, por lo tanto el producto deberá cumplir con las expectativas de los alumnos, padres y autoridades de los colegios.

GRAFICO # 6

El destino para tu paseo de fin de año será:

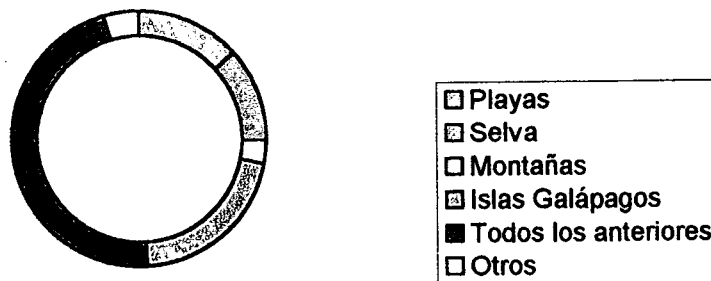


Según esta pregunta más del 50% de los estudiantes prefieren realizar su paseo de fin de año dentro del país, de esta manera comprobamos que el producto es factible y que tendrá una gran aceptación, si bien es cierto que no de un 100% pero si de un 65%. Estas cifras se pueden alterar siempre y cuando el diseño del producto sea con el objetivo de satisfacer las necesidades de todos los consumidores, de los interesados y de los no interesados.

Lo que se debe lograr es, captar la mayor cantidad de clientes, los mismos que sirvan como referencia a los futuros nuevos consumidores, entonces se estaría hablando de un mercado más amplio, y con mayor interés en el producto.

GRAFICO # 7

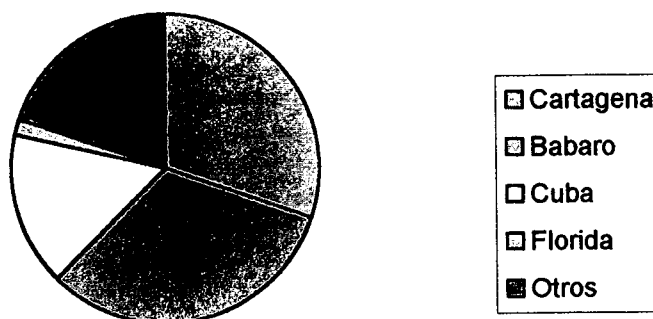
¿En caso de que el destino que escojas fuera dentro del Ecuador, qué lugares te interesarían más?



Con claridad se puede observar que todos los lugares mencionados en la pregunta son de interés de los estudiantes. Con esto se llega a la conclusión de que las rutas se deben diseñar no individualmente, sino, que se deben alternar lugares para así satisfacer todas las expectativas y darle todos los atributos a un mismo producto, en lugar de varios productos con un solo atributo. Se debe tener en cuenta la significativa demanda de las Islas Galápagos lo que sugiere que una de las rutas deberá incluir este atractivo, siempre y cuando el costo sea accesible para los diferentes segmentos.

GRAFICO # 8

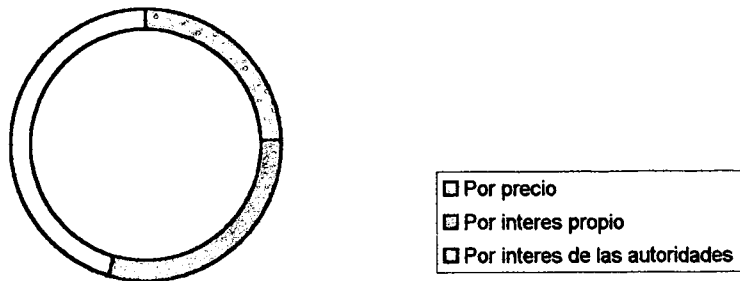
¿En caso de que el destino que escojas fuera cualquier otro diferente al Ecuador, cuál sería?



Basándonos en esta pregunta y sus respuestas nos podemos dar cuenta que nuestros mayores competidores son Cartagena y Bábaro, por lo que debemos analizar sus características y ventajas competitivas para así lograr un posicionamiento a través de nuestras fortalezas, que en este caso serían las variables en las que podemos superar o igualar a esta competencia.

GRAFICO # 9

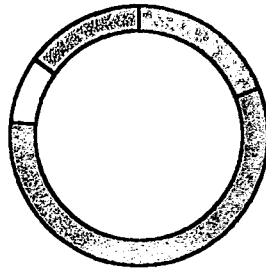
¿Cómo seleccionan el destino para el paseo de fin de año?



Nuevamente con esta pregunta comprobamos que el producto debe ser diseñado y presentado a las autoridades de los colegios para su aprobación. Por esta razón el diseño de las rutas deberá contar todos los servicios necesarios y suficiente seguridad para que el producto sea del total agrado y tenga la aceptación esperada.

GRAFICO # 10

¿Crees que el Ecuador te puede ofrece un producto:igual, similar, de mayor o menor calidad que otros?

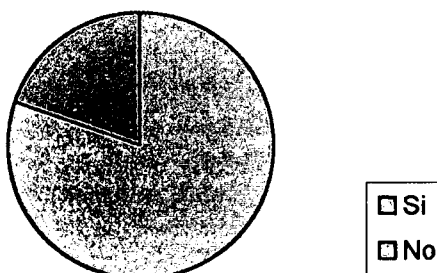


- ☐ Igual
- ☐ Similar
- ☐ De mayor Calidad
- ☐ De menor calidad

Se debe tener muy en cuenta que para un gran número de estudiantes, el Ecuador tiene el mismo valor como producto que la competencia que como vimos anteriormente se trata de Cartagena y Bábaro, esto nos ayuda a clarificar una vez más que estamos en capacidad de competir, siempre y cuando la calidad mejore y se tengan en cuenta los factores que no permiten que el producto Ecuador supere a los demás, para así corregirlos y adecuarlos al nuevo producto.

GRAFICO # 11

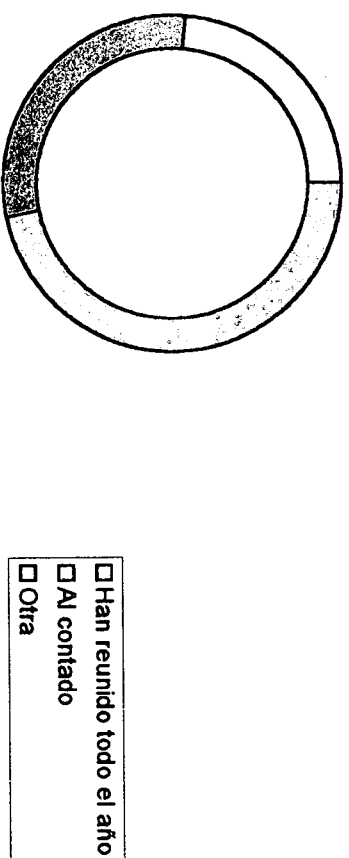
¿Crees tu, que antes de conocer cualquier otro lugar, deberías conocer mejor tu país? SI/NO



Esta claro que dentro de los estudiantes de sexto curso de los colegio privados de Quito, existe una conciencia más nacionalista, en la que se valora más lo propio, o se prefiere conocer lo propio antes de conocer lo ajeno. Esto significa que este va a ser un segmento fácil para trabajar, ya que estan muy interesados en conocer el Ecuador.

Por otra parte a quienes no descartan la idea de viajar a cualquier destino siempre que se tnga la oportunidad y no le dan mayor importancia al Ecuador como destino, en este caso se debe trabajar en una comunicación que justifique el producto de tal forma que sea convincente.

¿Cómo pagarían el paseo de fin de año?



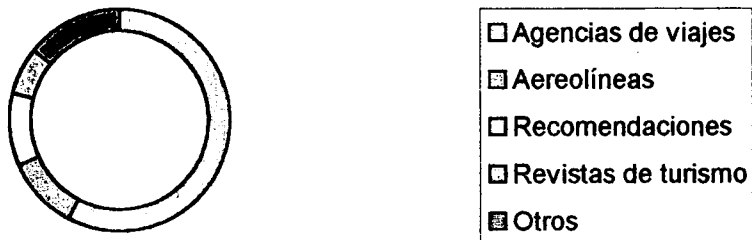
A pesar de que los alumnos a los que hemos encuestado pertenecen según las encuestas y las listas de referencia, a un grupo económico medio-alto, podemos ver que el pago de estos paseos se efectúa reuniendo dinero durante todo el año, en la mayoría de los casos.

De igual manera podemos observar un grupo alto de alumnos que cancelan su paseo en efectivo, lo que reafirma su nivel económico.

De todas formas esta pregunta nos aclara la capacidad de gasto de los consumidores potenciales y nos permite elaborar un producto más hallá de sus costos, siempre y cuando estos sean accesibles para todos los consumidores.

GRAFICO # 13

¿A qué fuentes de información acuden para enterarse de las diferentes alternativas?



Las agencias de viajes son claramente la fuente de información más utilizada en lo que se refiere a la recopilación de información sobre destinos para los paseos de fin de año. Esto quiere decir que nuestros principales distribuidores deberán ser las agencias de viajes. Se debe mantener nuestro producto en constante circulación entr las agencias de viajes para que el producto sea distribuido no sólo en los colegios sino también en la agencias de viajes.

5.3 Estrategias de Posicionamiento

Una vez analizadas, las encuestas procedemos a diseñar las estrategias de posicionamiento, las mismas que en este caso se basaran en las cualidades distintivas de nuestro producto. Al hablar de cualidades distintivas, nos referimos a las diferencias que tiene nuestro producto comparando con la competencia.

Si tomamos en cuenta que la competencia ofrece un producto, que si bien es cierto es muy completo en algunos casos, no está ni diseñado especialmente para nuestro segmento ni tampoco dirigido directamente a él. Esta es la mayor diferencia de nuestro producto, ya que el propósito del mismo es diseñar rutas para paseos de fin de año que cumplan con los deseos y necesidades de los estudiantes, en otras palabras, el producto de cierta forma está siendo diseñado por los mismos consumidores.

Al ser el producto presentado por estudiantes de las universidades e institutos de turismo, a los estudiantes de los sextos cursos de los colegios privados de Quito, la introducción del producto será más directa, informal y contará con un lenguaje y personalidad propia, la que hará que el producto sea único.

Lo que se pretende lograr es una identificación de los consumidores con el

producto, por lo que la experiencia de los distribuidores (jóvenes estudiantes de universidades e institutos de turismo) es muy importante en el momento de presentar el producto. De esta manera el producto llegará en un sentido de recomendación gracias a las experiencias y conocimiento.

Esta ventaja es la que hace de este producto diferente, aparte de que sus precios pueden ser bajos dependiendo de la agencia de viajes con la que trabajen y que estas a su vez incluyan en las rutas diseñadas.

Otra ventaja del producto es que, como pudimos ver se debe tomar muy en cuenta a los padres de familia, como a las autoridades de los colegios, en lo que se refiere a la decisión de realizar un paseo y el destino del mismo, y al tener el producto un fin social y cultural, con el que se pretende lograr una concientización y acercamiento de los jóvenes hacia y con su país, consideramos que el proyecto tendrá gran acogida.

Básicamente la idea que se pretende lograr en la mente de los consumidores, es que tienen un producto creado por ellos y para ellos, el mismo que cuenta con grandes atributos y que en términos económicos no representa mucho dinero. Se pretende lograr una responsabilidad de

los estudiantes a desarrollar y mantener el producto, al mismo tiempo de que disfrutan de él.

En cuanto a la promoción, tenemos las herramientas adecuadas para hacerla totalmente atractiva, estas herramientas son las obtenidas de las encuestas realizadas.

5.4 Diseño del Producto

Como se dijo anteriormente, las rutas serán diseñadas de acuerdo a las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas, y partiendo de los deseos y demandas de los estudiantes, que como vimos anteriormente coinciden la mayoría, estas rutas constarán de una variedad de atractivos cada una por separado.

Si tomamos en cuenta la inmensa diversidad de la que goza nuestro país, y las cortas distancias que se deben recorrer para visitarlo, creemos que se pueden diseñar rutas que contemplen todas las alternativas planteadas en la encuesta, es decir, realizar programas en los que se pueda visitar lugares de la sierra y posteriormente de la costa, o también sierra y oriente, y en algunos casos podrían incluirse costa, sierra y oriente, así

como también las Islas Galápagos en combinación con cualquiera de las anteriormente mencionadas.

De igual manera las rutas se realizarán de acuerdo a la capacidad hotelera en las diferentes regiones, así como la calidad de servicios. Es de mucha importancia revisar el estado en que se encuentran los atractivos así como sus vías de acceso, por lo que se estudiarán las distancias para que las rutas no sean agotadoras sino que dejen suficiente tiempo para la recreación y las actividades de diversión que es lo que más buscan los estudiantes en la mayoría de los casos.

5.5 Análisis de las tendencias en los últimos años

Después de hacer una pequeña evaluación o muestreo a estudiantes universitarios para saber o tener una idea de las tendencias del mercado actual en lo que se refiere a las preferencias de los estudiantes (cuando estaban en su sexto curso de colegio) al momento de escoger el destino para sus paseos de fin de año, podría decir que la tendencia es hacia destinos en el Caribe, especialmente Cartagena y República Dominicana, y lo que más les gustó fue el entorno, las distracciones y las instalaciones.

Pues estaban atraídos o motivados por la **diversión y recreación** en un lugar diferente. En la mayoría de los casos, sí se cumplieron las expectativas que los jóvenes tenían sobre dicho paseo.

Por otro lado, los estudiantes que realizaron sus paseos de fin de año de sexto curso dentro del país, no tuvieron la oportunidad de escoger destinos fuera del país, o simplemente se les impuso un lugar para realizar su paseo, o también en otros casos tuvieron para elegir entre varios destinos dentro del país, pero lo que más les llamaba la atención o les atrae hasta el momento son las playas. El hecho de que algunos colegios realicen sus paseos dentro del Ecuador, es por política del mismo, que no permiten que los estudiantes salgan fuera del país, sino prefieren que conozcan primero el país, como el caso del colegio El Sauce.

Sin embargo, son pocos los colegios privados de Quito, que en sexto curso vayan de paseo de fin de año a un destino dentro del país. La mayoría de colegios prefieren destinos fuera del mismo, y especialmente playas, y su destino está en el Caribe, ya sea en Cartagena o en República Dominicana; pero también es importante mencionar que hay otros destinos al momento de escoger un determinado lugar, como por ejemplo Miami (puede incluir algunos parques de Disney), Cancún, Cuba, etc.

Pero pienso que toda esta "moda" o tendencia hacia otros destinos fuera del país, se debe a la falta de nacionalismo que existe en el país, y cada vez se va acentuando más. Esto se debe a la falta de educación y concientización en los colegios, es decir, que ésta tendencia viene ya desde hace algunos años. Nosotros no nos sentimos identificados con lo nuestro, no apreciamos los maravillosos recursos naturales y culturales que tenemos, y que deberíamos estar orgullosos de ese inmenso patrimonio natural y cultural en el que vivimos, y gozarlo y hacer todo lo posible por su conservación y preservación.

Tal vez es porque no nos damos cuenta, pero por eso es un deber que tiene el gobierno (cualquiera que sea), a través de los Ministerios de Educación, Medio Ambiente y Turismo el incentivar y motivar la conservación y preservación de los recursos del país, es decir concientizar a nivel de escuela, medio y superior sobre la importancia de cuidarlo y conservarlo, nuestro patrimonio que es único. Porque pienso, que es desde los niveles escolares, desde que uno es pequeño que se le debe enseñar y sentar las bases para que se quiera y ame a su país, es decir, empezar por enseñar a ser nacionalistas y a estar orgullosos de lo nuestro. Es nuestro deber, ahora que nosotros, nuestra generación, está consciente de la falta nacionalismo, hacer y tratar de enseñar y transmitir

a las generaciones sucesivas, y que pronto dirigirán al país, transmitir la necesidad de valorar lo que tenemos y que con el esfuerzo de todos si podemos salir adelante y estar orgullosos de nuestro país.

Los estudiantes por lo general buscan o quieren diversión y recreación sin orientación al momento de su paseo de fin de año, también tienen interés por conocer más. Les interesa la aventura y el contacto con la naturaleza; a pesar de que nosotros podemos ofrecer un producto lleno de aventura y contacto con la naturaleza (que es apreciado por el extranjero), nos falta mucho para ofrecer calidad, y tal vez es esa la razón por la que prefieren destinos en lugares fuera del país.

Es decir, que calidad en los establecimientos hoteleros, en el transporte, la organización de paquetes, y la seguridad no están a la altura de otros países que ofrecen productos parecidos, lo que deja mucho que desear; entonces al existir esta falta de calidad casi en todo es que preferimos algo más seguro y que en precio es casi igual, porque no hay que dejar de mencionar que hacer turismo dentro del Ecuador es caro, es caro para turistas y caro para nosotros, por eso tal vez sea ésta otra razón por la cual se escogen otros lugares. Pero si tratáramos de exigir un poco más las cosas serían diferentes, el problema es que somos conformistas y no

exigimos, por eso preferimos otros destinos que sabemos nos van a satisfacer en cuanto a calidad e instalaciones.

Con este proyecto lo que pretendemos es promocionar, concientizar y educar a los estudiantes de los colegios privados de Quito sobre la importancia de la protección y conservación nuestros recursos naturales y culturales, a través de paseos y salidas de campo a sitios y lugares de gran interés turístico, con el que tengan contacto con la naturaleza, que gocen de ese privilegio; y para que haya diversión, recreación, culturización y para que se conozca más diseñaremos rutas que incluyan aventura y sobre todo un conocimiento profundo de las regiones de nuestro país, para que los estudiantes disfruten y se diviertan y que a su vez comprendan la importancia de cuidar al país.

5.5.1. Análisis de Tendencias

Para saber las tendencias que ha mantenido el mercado en estos últimos años, después de haber realizado un pequeño muestreo a estudiantes que se graduaron hace tres hasta hace un año, se podría decir que las preferencias que tienen y que se mantienen hasta ahora como destinos para paseos de fin de año en los sextos cursos de los colegios privados de Quito, son especialmente hacia el extranjero, prefieren cualquier destino que sea fuera del Ecuador. Los destinos preferidos son las playas del

Caribe, especialmente República Dominicana y Cartagena (ver gráficos). Pienso que esto se debe a la falta de nacionalismo que existe en nuestro país y a la falta de conocimiento sobre la gran riqueza en biodiversidad que poseemos en nuestro territorio. Un factor importante, y que influye mucho en nuestras costumbres, preferencias y necesidades es la aculturización a la cultura americana, o el imitar a dicha cultura. Entonces, si es que preferimos consumir productos extranjeros y no los nuestros, es difícil que apreciemos lo nuestro. Pero también es muy importante señalar, que muchas veces esta preferencia hacia lo ajeno es el resultado de una calidad pobre en lo que producimos y ofrecemos en el mercado, y también es culpa nuestra por no exigir calidad. En definitiva, todo es como una cadena, nosotros no exigimos calidad y preferimos productos extranjeros y para nosotros se acabó el problema, sin embargo, no nos damos cuenta de que es nuestro deber aprender a reclamar y exigir calidad, porque es así la única forma en que el país pueda progresar. Esto se traduce en la baja y pobre calidad que ofrecen los servicios en nuestro país, por lo que preferimos pagar un poco más, pero estar satisfechos con un buen servicio, es decir, el beneficio es mayor que el costo. Todos estos problemas se deben a la falta de educación a todo nivel, es por esto que es nuestro deber como nuevos profesionales tratar de concientizar y educar a las nuevas generaciones de un nivel medio y

alto sobre la importancia de la calidad de los servicios, no solo de los servicios, sino de todo, y enseñar y que aprendan a exigir, porque esa es la única forma en que el país pueda salir adelante. Hacer que prefieran conocer primero el Ecuador, y después que lo puedan comparar con otros países, y así poder mejorar todo lo que esté mal. Es consecuencia, de todos estos problemas que los jóvenes estudiantes prefieran conocer otros países que ofrecen productos de calidad. La razón más importante para escoger otros destinos es la diversión, pero esto se debe a las comodidades que ofrecen otros países en lo que se refiere a infraestructura y calidad del servicio, ya que lo que más les ha gustado en su experiencia personal han sido las distracciones y la planta hotelera, a las facilidades que ésta ofrece. Todas estas son razones para que cada vez más los estudiantes próximos a graduarse prefieran ir a otro país, sin ni si quiera pensar en el Ecuador como una alternativa. Los estudiantes que han realizado sus paseos de fin de año aquí en el país ha sido porque los colegios no permiten que los estudiantes salgan del país y les han impuesto el lugar o destino para su paseo; y en algunos casos éstos sí cumplieron las expectativas.

CAPITULO VI

Zonificación del Ecuador para el diseño de rutas

Para diseñar las rutas como alternativas para los paseos de fin de año de los estudiantes de los sextos cursos de los colegios privados de Quito, es importante hacer primero una zonificación del país, tomando en cuenta los atractivos turísticos, transporte, alojamiento y alimentación que existen en las diferentes provincias del Ecuador (es decir, todas las facilidades que se encuentran dentro o cerca de dichos atractivos).

El diseño de las rutas y la respectiva zonificación se basa en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a algunos colegios privados de Quito; esta muestra se la obtuvo de las listas de estudiantes potenciales de la Universidad Internacional SEK y la Universidad San Francisco de Quito, ya que estos colegios tienen mayor capacidad económica que otros y además porque en su mayoría los paseos de fin de año (sexto curso) los realizan fuera del país, en los destinos mencionados en capítulos anteriores. Con esta zonificación y el diseño de las rutas, se pretende satisfacer los gustos y preferencias de los estudiantes, en lo que se refiere al Ecuador.

Sin embargo, para poder zonificar al país y determinar las rutas es importante hacer un análisis de la situación actual del Ecuador y del turismo. Se entiende por esto, todo lo relacionado con las vías de acceso, carreteras, telecomunicaciones, infraestructura, servicios básicos, planta hotelera, transporte, planificación, planificación turística, entre otras.

Podríamos empezar por la falta de planificación en general que existe aquí en nuestro país, y especialmente en todo lo que tiene que ver con el turismo, toda actividad que se realiza se la hace por negocio y la rentabilidad del mismo, es decir, sin ningún tipo de planificación que a corto o largo plazo sea de beneficio para el desarrollo de la actividad y del país. Por otro lado, no existe ningún tipo de control por parte del Ministerio de Turismo o de CETUR, se podría decir que recién se están estableciendo los parámetros para establecer regulaciones y controlar mejor todo lo que tiene que ver con dicha actividad.

Otro problema que afecta al desarrollo de la actividad en nuestro país es la falta de infraestructura básica en algunas de las provincias, y esto significa y limitante para el desarrollo del turismo, como también para el Ecuador, como por ejemplo la falta de alcantarillado que trae problemas

de contaminación y salubridad, y esto a su vez aleja al turismo, ya sea nacional o extranjero. El mal estado de las carreteras y vías de acceso es otro problema que impide el desenvolvimiento no sólo del turismo, sino también de otras actividades como es el comercio. Todo esto en su mayoría se debe a la crisis económica y política (corrupción) por la que ha venido atravesando el país en los últimos años, y que a su vez se ha visto agudizada por los efectos que causó el Fenómeno del Niño. Todo esto también se debe a la falta de presupuesto que existe en los distintos ministerios, municipios y consejos provinciales, o simplemente este presupuesto no alcanza para cubrir las necesidades de cada provincia. Esto da como resultado un bajo nivel de turismo interno, así como también extranjero, y esto se da especialmente cuando es difícil el acceso a los atractivos y destinos turísticos, también cuando las enfermedades están presentes.

A su vez, esto también significa un bajo nivel de vida, y al no haber turismo este nivel y calidad de vida siguen siendo bajos, no se generan empleos directos e indirectos, y por lo tanto no hay una contribución para el desarrollo económico y social del Ecuador. La falta de calidad en la planta hotelera es otro problema que hace que la misma actividad quede estancada al momento que los turistas escojan otros destinos fuera del

país por cuestiones de calidad.

La falta de seguridad existente en el país también ha sido un obstáculo para el desarrollo del turismo en general. Al no existir seguridad, la gente prefiere ir a otro lugar donde sabe que tiene una seguridad garantizada.

Es por todo lo mencionado anteriormente, que al llevarse a cabo este proyecto, es decir, al establecer las rutas, habrá un mejor desarrollo de las vías de acceso, carreteras, infraestructura, planta hotelera, un mejor desarrollo de la actividad, y al mismo tiempo esto influirá para que el nivel de vida en los lugares por donde atraviesen dichas rutas sea cada vez mejor. Todo esto significa un trabajo duro y en conjunto con el Ministerio de Turismo, CETUR, Cámaras, Ministerio de Educación, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Salud, Ministerio de Gobierno, para así garantizar la seguridad de los turistas nacionales y extranjeros, y una mejor calidad en los servicios.

6.1. Productos Tipo

El diseño de las rutas y la zonificación se realizaron de acuerdo al

resultado de las encuestas que se realizó a algunos estudiantes de los colegios privados de Quito; pero lo más importante en el diseño de dichas rutas es buscar la seguridad principalmente de los estudiantes, que los costos sean convenientes y que el beneficio sea mayor que el costo; que haya recreación y diversión siempre y cuando se tome en cuenta la concientización, la misma que está constituida por dos aspectos fundamentales, que son el conocer y el educar, que es el objetivo de este proyecto, que es convertir al Ecuador en primera alternativa de selección de los alumnos de los sextos cursos de los colegios privados de Quito. De esta manera lo que se pretende es concientizar sobre la importancia de conservar y proteger nuestros recursos, así como también aportar para el desarrollo de nuestro país, para de esta manera crear un espíritu nacionalista con el que cada vez todo lo que ofrezcamos sea de una mayor calidad.

De acuerdo a los resultados de las encuestas, los jóvenes prefieren un tipo de recreación en la playa y la selva, pero prefieren un tipo de recreación que tenga bastante aventura, es por esto que de acuerdo a los resultados hemos zonificado al Ecuador en Costa: Costa Norte que constituye la provincia de Esmeraldas y Costa Centro Sur que constituye las playas de la provincia de Manabí y las playas del norte de la provincia del Guayas. En

la Sierra: Sierra Centro Norte las provincias del Carchi e Imbabura, el Centro centro la provincia de Pichincha, Centro Sur las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo, y por último el Austro que incluye las provincias de Azuay y Cañar, y el Oriente que incluye las provincias del Napo, Tena y Pastaza.

Por lo tanto, de acuerdo a esta zonificación antes de establecer las rutas, haremos un análisis de los atractivos en dichas zonas y las facilidades existentes en las mismas, es decir, todo lo que tiene que ver con transporte, alojamiento y alimentación.

6.1.1 Esmeraldas

Una de las zonas escogida como alternativa para los paseos de fin de año es la provincia de Esmeraldas situada en la costa norte. Una de las principales razones es la corta distancia que existe entre esta provincia y la ciudad de Quito, sumándose a esto la gran variedad de atractivos, especialmente la belleza de sus playas (Río Verde, Tonsupa, Súa, Atacames, Tonchigue, Same, Punta Galeras, Muisne). También existe una planta hotelera que ofrece un servicio de calidad en las diferentes playas.

En lo que se refiere a alimentación también existe una gran variedad de restaurantes y comedores que ofrecen las comidas típicas de la zona.

En cuanto al entretenimiento, se trata de que el grupo tenga recreación y diversión y además aprendan un poco sobre la historia, cultura y costumbres de la provincia. En definitiva el propósito es que conozcan y que tengan una experiencia diferente conociendo el Ecuador.

Otra variable importante es el transporte, las vías son de fácil acceso y están en buen estado, la forma de transporte puede ser en bus o en avión, pero lo más recomendable es que el viaje de ida sea en bus para que haya una buena observación del cambio de paisaje.

6.1.2 Machalilla

Otra de las zonas en la que se establecerá una ruta es la de la costanera, es decir, desde Pedernales hasta Salango, que incluye la visita del Parque Nacional Machalilla y las distintas playas que existen en la zona. Esta ruta está proyectada más a lo que se refiere a recreación, y se le da igual importancia a la concientización, es decir al conocer y educar sobre la importancia de la preservación y conservación de esta hermosa zona. Sin

embargo, se debe tomar en cuenta, que es una zona que no tiene muchas facilidades de acceso, transporte con alojamiento y alimentación. No se cuenta con mucha oferta hotelera entre la cual podamos escoger para alojamiento, sin embargo, se han escogido de entre estos los mejores hoteles, para que así, los estudiantes al momento de tomar una decisión tengan la oportunidad de escoger el tipo de alojamiento que deseen de acuerdo a sus intereses.

En lo que se refiere a transporte se lo puede realizar por tierra o por aire. Por aire hasta Manta o Portoviejo para luego continuar el recorrido de la zona en bus hasta Machalilla.

6.1.3 Austro

Esta zona constituye la parte de la Sierra que también es conocida como la "avenida de los volcanes", y también se encuentran aquí las mayores elevaciones como son: el Chimborazo, Cotopaxi, Iliniza, etc. Lo que llama la atención de esta parte es su pintoresco paisaje con lagunas y majestuosas montañas con un clima más bien frío.

Al encontrarse en esta zona la ciudad de Cuenca, la tercera más importante del país, las vías de acceso se encuentran en mejor estado que las que llevan a las otras zonas, por lo que el acceso se hace más fácil y hay más facilidades de transporte. Recomendamos el viaje por tierra, para así aprovechar el maravilloso paisaje e ir conociendo y aprendiendo nuestro país; el viaje por esta zona puede ser en bus hasta Cuenca o en tren hasta Riobamba, lo que significa una experiencia novedosa y diferente. Todos los atractivos son naturales, por lo que hay varias alternativas para realizar diferentes actividades como el andinismo, treking, etc. Además de actividades culturales como son las ferias y mercados.

En esta región existe también una gran planta hotelera a escoger en las diferentes ciudades.

En lo que se refiere a la alimentación ofrece una gran diversidad de platos y bebidas típicas.

6.1.4 El Oriente: Tena - Misahuallí - Puyo - Baños

Esta zona escogida, está cubierta en su totalidad por selva, lo que constituye su más grande atractivo. De aquí nacen los principales ríos que desembocan en el Amazonas, en los mismos que se pueden desarrollar diferentes actividades, estos ríos son el Coca, Pastaza y Napo. Sus bosques están formados por una gran variedad árboles de distintas especies, así como también la gran variedad en lo que se refiere a fauna, la que se caracteriza mundialmente por ser exótica y única en el mundo. Aparte de su atractivo natural, tiene un gran atractivo cultural, el que está formado por las diferentes comunidades indígenas, las mismas que constituyen un atractivo al mantener sus costumbres y forma de vida intactos, diferente a la nuestra, viven en la más completa sencillez y son autoproductores, manteniendo así tradiciones y costumbres de sus antepasados. Podemos nombrar en esta zona a los Huaoranis, Siona - Secoyas, y Cofanes.

Junto a la ciudad del Tena se encuentran los ríos Tena, Misahuallí y Pan, donde se desarrolla la mayor actividad turística.

Las vías de acceso y carreteras no están en muy buen estado, sin embargo, hay mucho tránsito, la vía de acceso más conocida es la de Quito, Pifo, Papallacta, Baeza, Tena. Aunque también existe comunicación aérea con Quito dos veces por semana.

En lo que se refiere al alojamiento cuenta con servicios hoteleros que satisfacen las necesidades, así como hoteles de primera categoría. En esta región, la actividad más importante es la convivencia con la naturaleza y el intercambio cultural.

6.2 Diseño de las Rutas como alternativas para paseos de fin de curso

El diseño de estas rutas se las realizó de acuerdo al resultado de las encuestas realizadas a los estudiantes. Por otro lado se ha tratado de que éstas cubran el territorio ecuatoriano casi en toda su totalidad. Los nombres que hemos dado a estas rutas tienen una estrecha relación con la zona identificada, es decir, son características particulares de dichos destinos, para que así los estudiantes identifiquen las rutas con una imagen diferente y bien definida, posicionarse con una imagen en la

mente del consumidor, en este caso, en los estudiantes.

A continuación presentamos las rutas diseñadas, las mismas que pueden tener una duración de cinco a siete días, dependiendo del colegio:

RUTA # 1 " LA RUTA DE LA CHIVA "

Quito-Calacalí-Nanegalito-Mindo-San Miguel de los Bancos-Pedro Vicente Maldonado-Puerto Quito-La Concordia-Quininde-Vicente Maldonado-Puerto Quito-La Concordia-Quininde-Viche-San Mateo-Esmeraldas-Atacames-Sua-Tonsupa-Muisne-Cojimíes-Pedernales-El Carmen-Santo Domingo- Quito.

TRANSPORTE

- Desde Quito hasta Esmeraldas se puede realizar el recorrido en bus
- Desde Esmeraldas a las demás playas se puede realizar el recorrido en Chiva
- Desde Muisne hasta Cojimíes se realiza el recorrido navegando
- Desde Cojimíes hasta Pedernales se realiza el recorrido en bus
- Desde Pedernales hasta Quito se realiza el recorrido en bus
- Como alternativa se puede tomar un avión desde esmeraldas hasta Quito

ALOJAMIENTO

- Hotel Club del Pacífico

- Hotel Casa Blanca
- Hotel Chagra Ramos
- Hotel Yacaré

ACTIVIDADES

- banana
- jetsky
- navegación
- entretenimiento nocturno

RUTA # 2 "LA RUTA DEL SPONDYLUS"

Quito-Santo Domingo-El Carmen-Flavio Alfaro-Chone-Tosagua-Rocafuerte-
Portoviejo-Montecristi-Jipijapa-Puerto Cayo-Isla de la Plata-Machalilla-
Puerto López-Manta-Quito.

TRANSPORTE

- Ida y vuelta por tierra
- Ida por tierra y vuelta por avión
- Ida y vuelta por avión

ALOJAMIENTO

Dentro de las diferentes playas:

- Hotel y Cabañas Pacífico
- Hotel Internacional
- Hostería Luz de Luna
- Hotel Torremolinos
- Alándaluz
- Hotel Piquero de Patas Azules

ACTIVIDADES

- Visita Parque Nacional Machalilla
- Navegación Isla de la Plata
- Buceo Isla de la Plata
- Entretenimiento nocturno

RUTA # 3 "LA RUTA DE LA PIEDRA"

Quito-Latacunga-Ambato-Riobamba-Alausí-Tambo-Cañar-Biblián-Azoguez-Cuenca-Parque Nacional Cajas-Sig-Sig-Chordeleg-Gualaceo-Ingapirca-Cuenca-Quito.

TRANSPORTE

- Quito -Cotopaxi se puede realizar tanto por tren o por bus
- Quito-Riobamba se puede realizar tanto por tren o por bus
- Quito-Cotopaxi se puede hacer por bus y Cotopaxi-Riobamba en tren
- Quito-Cotopaxi se puede hacer por tren y Cotopaxi-Riobamba en bus
- Riobamba-Cuenca en bus
- Quito-Cuenca en avión
- Cuenca-Quito en avión

ALOJAMIENTO

- Hotel El Dorado
- Hotel Oro Verde
- Hotel Crespo
- Hostería El Molino
- Hostería Uzhupud

ACTIVIDADES

- Excursión al Chimborazo
- Visita ruinas Ingapirca
- Visita Parque Nacional Cajas

- Biblián
- Chordeleg
- Gualaceo
- Entretenimiento nocturno

RUTA # 4 "LA RUTA DE LA CANELA"

Quito-Pifo-Papallacta-Baeza-Cosanga-Archidona-Tena-AltoNapo-Misahuallí-
Carlos Julio Arosemena Tola-Fátima-Puyo-Mera-RioVerde-Baños-Ambato-
Latacunga-Quito.

TRANSPORTE

- Ida y vuelta por tierra
- Algunos tramos se deberán realizar en canoa

ALOJAMIENTO

Se podrá escoger entre Misahuallí y Tena

- Jungle Lodge
- Cabañas Cotococha
- Sacha Lodge
- La Casa del Suizo
- Cabañas Limoncocha

En caso de pernoctar la última noche en Baños

-Hotel Sangay

-Hotel Palace

ACTIVIDADES

-Navegación

-Rafting

-Cayak

-Lianas

-Tarabita

-Caminatas

-Ciclismo

-Ríos

-Grutas

-Cascadas

-visita comunidades indígenas

-diversión nocturna

CONCLUSIONES

Para llevar a cabo este proyecto, primero hemos realizado un estudio preliminar sobre el Ecuador, el mismo que hemos presentado. Sin embargo, este estudio ha sido un poco complejo en cierta forma por la falta de interés, en este caso de la demanda y también por la falta de colaboración así mismo de la oferta. Esto significa la falta de identidad hacia lo nuestro, la falta de cultura con respecto al potencial natural, cultural e histórico que tenemos. Es por esto, que creemos que es necesario poner un especial énfasis en la educación, concientización y difusión sobre la importancia de proteger y conservar nuestra cultura, es decir, darle una verdadera imagen a nuestro país, con la que nos sintamos identificados, y crear así un verdadero espíritu nacionalista. Pienso que es una forma de salir adelante como país, en el sentido de que al llevarse a cabo este proyecto se logre convertir al turismo nacional en primera alternativa de selección de los estudiantes de los sextos cursos de los colegios privados de Quito, y de esta misma manera ir promoviendo

paulatinamente el turismo interno; que a su vez generará fuentes de empleo directas e indirectas, lo que significa que habrá una mejoría en el nivel de vida de los ecuatorianos.

Este es un proyecto que está proyectado a largo plazo, es decir, que primero deberá llegarse a un acuerdo entre el Ministerio de Turismo, Cámaras y Ministerio de Educación para tratar de que se evite la salida de los estudiantes de los sextos cursos de los colegios privados de Quito a destinos fuera del país. Pero hay que dejar en claro que no se pretende imponer esto como una obligación, es por esto que las rutas que han sido diseñadas para que los alumnos al mismo tiempo que tienen recreación y diversión tengan la oportunidad de conocer el país involucrándose con sus atractivos naturales y culturales, es decir, que formen parte de dicha ruta y que saquen el máximo provecho de su paseo desarrollando las distintas actividades que se presentan como alternativas en dichas rutas. Con esto también se pretende que haya un mejor nivel en los servicios, es decir, con este proyecto también se exigirá a que la planta hotelera mejore y brinde un servicio de calidad como debe ser. Así mismo con el transporte y la alimentación.

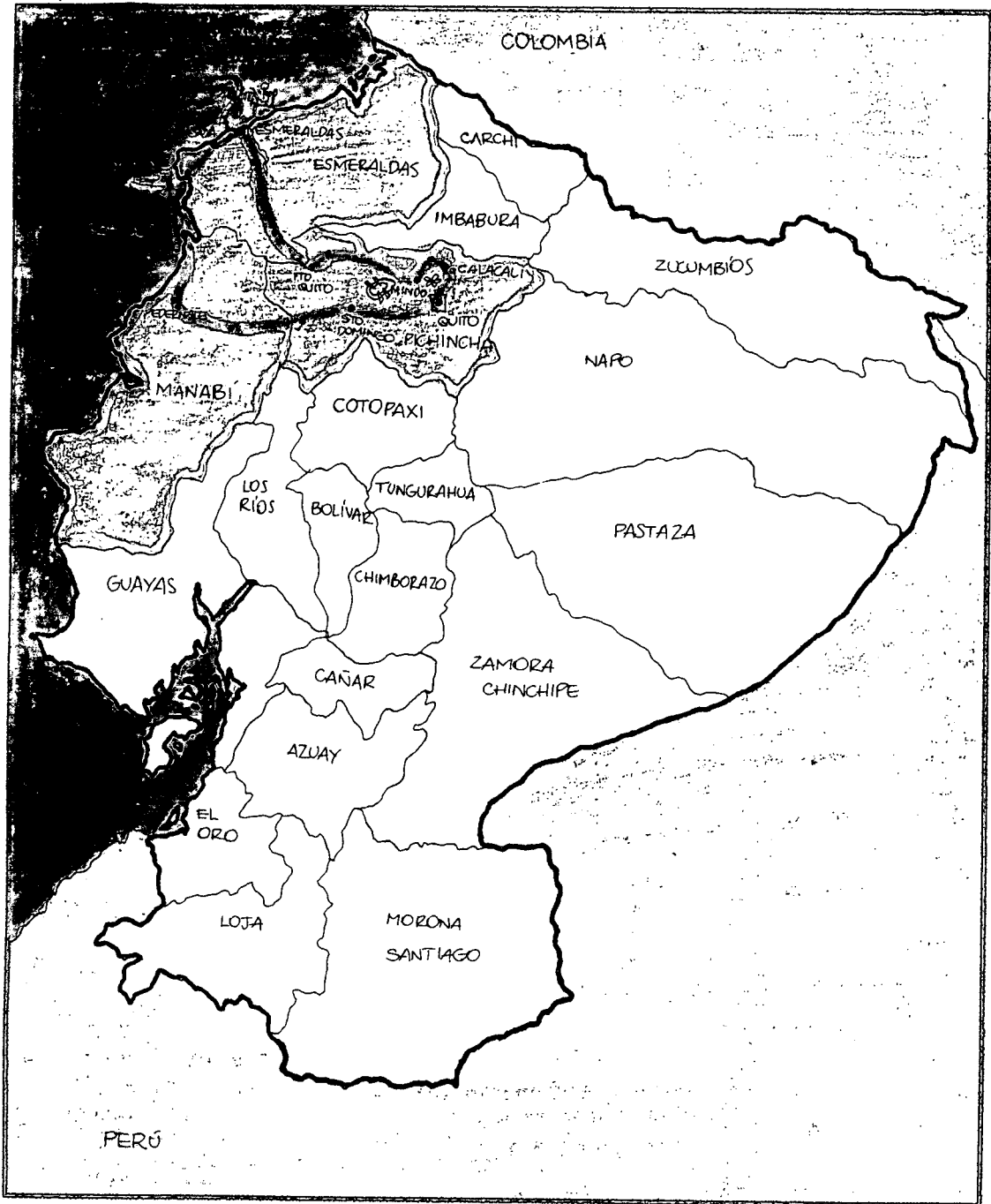
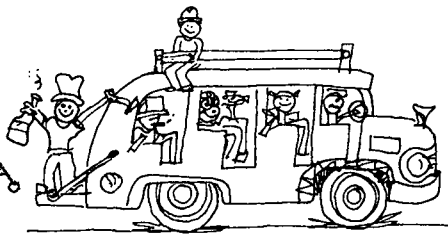
Porque creemos que para poder difundir todo lo antes mencionado, es

necesario hacerlo desde que una persona es joven y tiene todavía la capacidad de formarse a través de sus propios criterios. La intención de todo esto es crear unas raíces sólidas de nuestra cultura y sociedad, porque de esta manera, con un fuerte sentido nacionalista y apoyando a los nuestro lograremos un mejor desarrollo para nuestro país. Un desarrollo en el sentido económico, político y social. Todo esto significa una mejor calidad de vida.

Es por esto, que todas estas rutas diseñadas tienen como objetivo el educar, conocer y concientizar a las nuevas generaciones, porque de ellas dependerá el futuro de nuestro país. Buscando la seguridad, recreación y sana diversión culturizar a los estudiantes.

A N E X O S

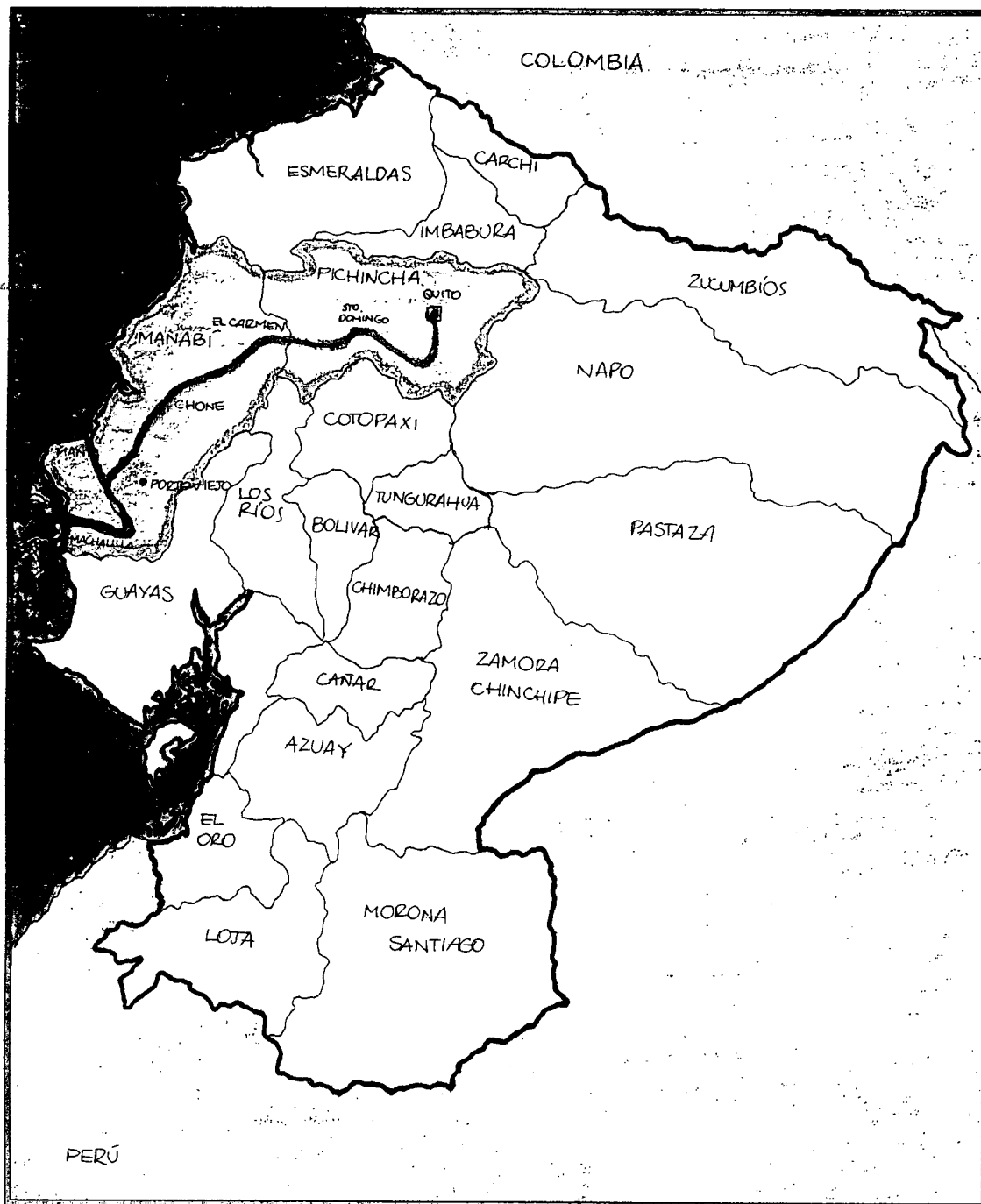
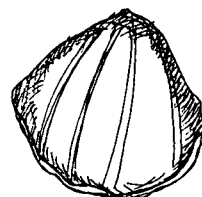
RUTA DE LA CHIVA



RUTA # 1

Quito-Calacali-Nanegalito-Mindo-San Miguel de los Bancos-Pedro Vicente Maldonado-Puerto Quito-La Concordia-Quinindé-Viche-San Mateo-Esmeraldas-Atacames-Súa-Tonsupa-Muisne-Cojimies-Pedernales-El Carmen-Sto. Domingo-Quito.

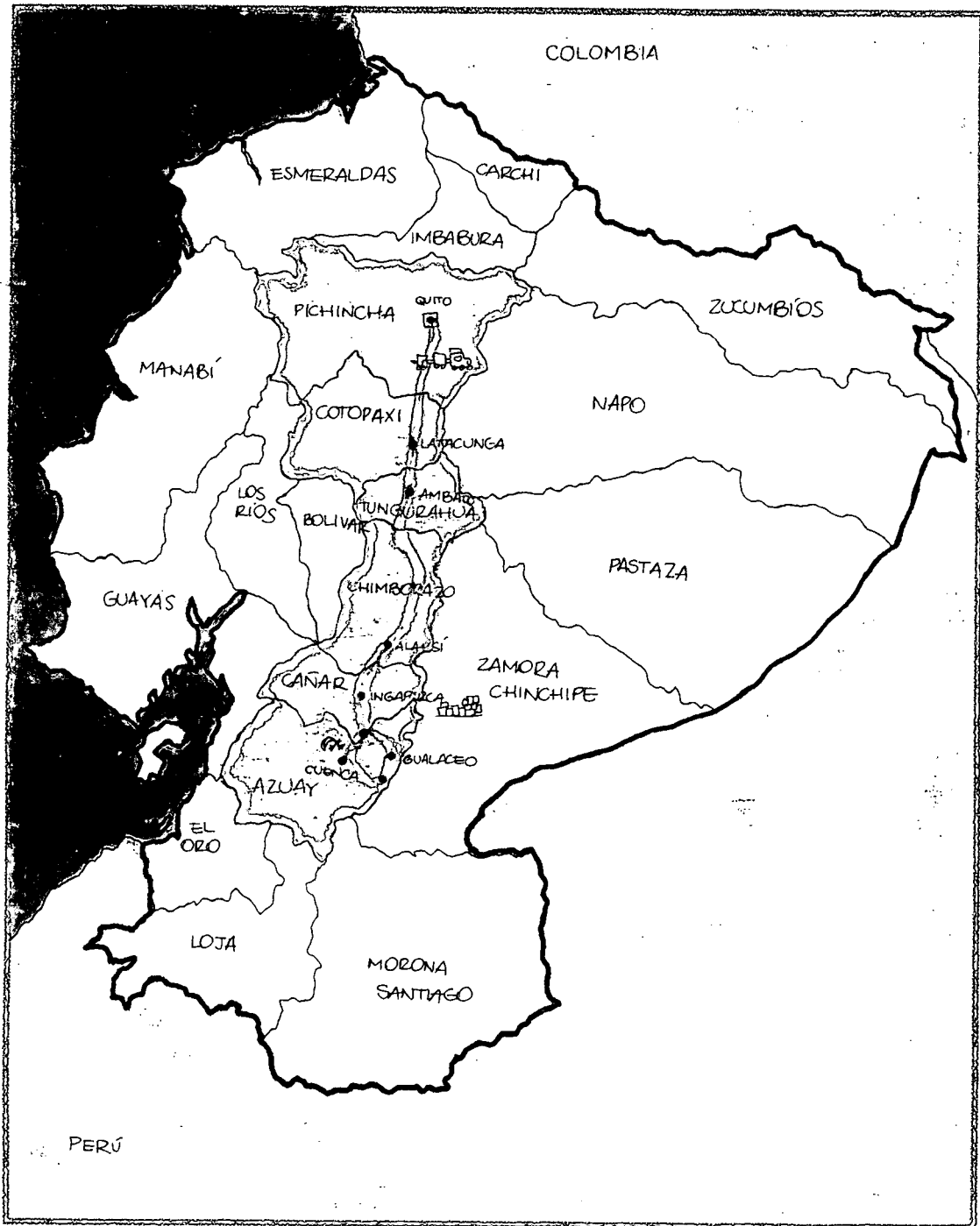
RUTA DEL SPONDYLUS



RUTA # 2

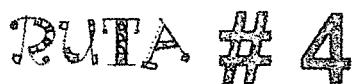
Quito-Sto. Domingo-El Carmen-Flavio Alfaro-Chone-Tosagua-Rocafuerte-Montecristi-Jipijapa-Puerto Cayo-Isla de la Plata-Machalilla-Puerto López-Manta-Quito.

RUTA DE LA PIEDRA



RUTA # 3

Quito-Latacunga-Ambato-Alausí-Tambo-Cañar-Biblián-Azoguez-Cuenca-Parque Nacional Cajas-Sig Sig-Chordeleg-Gualaceo-Ingapirca-Cuenca-Quito.



Quito-Pifo-Papallacta-Baeza-
Cosanga-Archidona-Tena-Alto Napo-
Misahuallí-Carlos Julio Arosemena
Tola-Fátima-Puyo-Mera-Río Verde-
Baños-Ambato-Latacunga-Quito.

ENCUESTA

COLEGIO: _____

SEXO : FEMENINO___ MASCULINO___

EDAD___

1) QUÉ PAÍSES

CONOCES? _____

2) DÓNDE VIAJAS CON TU FAMILIA EN VACACIONES?

PLAYAS DEL ECUADOR___

ESTADOS UNIDOS___

EUROPA___

OTROS

(CUÁLES) _____

3) CÓMO LLEGAS AL COLEGIO?

BUS DEL COLEGIO___

TRANSPORTE PROPIO___

TRANSPORTE PÚBLICO___

4) EN LA DECISIÓN DE IR O NO IR A UN PASEO DE FIN DE AÑO, INTERVIENEN:

COMPAÑEROS Y PAPÁS___

PAPÁS Y AUTORIDADES DEL COLEGIO___

COMPAÑEROS, PAPÁS Y AUTORIDADES___

5) EL DESTINO PARA TU PASEO DE FIN DE AÑO SERÁ:

DENTRO DEL PAÍS___

FUERA DEL PAÍS___

6) EN CASO DE QUE EL DESTINO QUE ESCOJAS FUERA DENTRO DEL ECUADOR, QUÉ LUGARES TE INTERESARIAN MÁS?

PLAYAS___

SELVA___

MONTAÑAS___

ISLAS GALAPAGOS___

TODOS LOS ANTERIORES___

OTROS _____

7) EN CASO DE QUE EL DESTINO QUE ESCOJAS FUERA CUALQUIER OTRO DIFERENTE AL ECUADOR, CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

CARATAGENA___

BABARO___

CUBA___

FLORIDA___

OTROS _____

8) CÓMO SELECCIONAN EL DESTINO PARA EL PASEO DE FIN DE AÑO:

POR PRECIO___

POR INTERES SUYO___

POR INTERES DE LAS AUTORIDADES___

9) CREES QUE EL ECUADOR TE PUEDE OFRECER UN PRODUCTO:

IGUAL___

SIMILAR___

DE MAYOR CALIDAD___

QB

ENCUESTA

COLEGIO: Liceo Internacional

SEXO: FEMENINO ☒ MASCULINO ☐

EDAD: 17

1) QUÉ PAÍSES

CONOCES? Estados Unidos

2) DÓNDE VIAJAS CON TU FAMILIA EN VACACIONES?

PLAYAS DEL ECUADOR ☒

ESTADOS UNIDOS ☐

EUROPA ☐

OTROS

(CUÁLES) _____

3) CÓMO LLEGAS AL COLEGIO?

BUS DEL COLEGIO ☐

TRANSPORTE PROPIO ☒

TRANSPORTE PÚBLICO ☐

4) EN LA DECISIÓN DE IR O NO IR A UN PASEO DE FIN DE AÑO, INTERVIENEN:

COMPAÑEROS Y PAPÁS ☒

PAPÁS Y AUTORIDADES DEL COLEGIO ☐

COMPAÑEROS, PAPÁS Y AUTORIDADES ☐

5) EL DESTINO PARA TU PASEO DE FIN DE AÑO SERÁ:

DENTRO DEL PAÍS ☒

FUERA DEL PAÍS ☐

6) EN CASO DE QUE EL DESTINO QUE ESCOJAS FUERA DENTRO DEL ECUADOR, QUÉ LUGARES TE INTERESARIAN MÁS?

PLAYAS ☐

SELVA ☐

MONTAÑAS ☐

ISLAS GALAPAGOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☒

OTROS _____

7) EN CASO DE QUE EL DESTINO QUE ESCOJAS FUERA CUALQUIER OTRO DIFERENTE AL ECUADOR, CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

CARATAGENA ☐

BABARO ☒

CUBA ☐

FLORIDA ☐

OTROS _____

8) CÓMO SELECCIONAN EL DESTINO PARA EL PASEO DE FIN DE AÑO:

POR PRECIO ☒

POR INTERÉS SUYO ☐

POR INTERÉS DE LAS AUTORIDADES ☐

9) CREES QUE EL ECUADOR TE PUEDE OFRECER UN PRODUCTO:

IGUAL ☐

SIMILAR ☒

DE MAYOR CALIDAD ☐

ENCUESTA

COLEGIO: El Sauce

SEXO: FEMENINO ☒ MASCULINO ☐

EDAD: 17

1) QUÉ PAÍSES

CONOCES? Solo Ecuador

2) DÓNDE VIAJAS CON TU FAMILIA EN VACACIONES?

PLAYAS DEL ECUADOR ☒

ESTADOS UNIDOS ☐

EUROPA ☐

OTROS ☐

(CUÁLES) _____

3) CÓMO LLEGAS AL COLEGIO?

BUS DEL COLEGIO ☒

TRANSPORTE PROPIO ☐

TRANSPORTE PÚBLICO ☐

4) EN LA DECISIÓN DE IR O NO IR A UN PASEO DE FIN DE AÑO, INTERVIENEN:

COMPAÑEROS Y PAPÁS ☐

PAPÁS Y AUTORIDADES DEL COLEGIO ☐

COMPAÑEROS, PAPÁS Y AUTORIDADES ☒

5) EL DESTINO PARA TU PASEO DE FIN DE AÑO SERÁ:

DENTRO DEL PAÍS ☒

FUERA DEL PAÍS ☐

6) EN CASO DE QUE EL DESTINO QUE ESCOJAS FUERA DENTRO DEL ECUADOR, QUÉ LUGARES TE INTERESARIAN MÁS?

PLAYAS ☐

SELVA ☐

MONTAÑAS ☐

ISLAS GALAPAGOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☒

OTROS _____

7) EN CASO DE QUE EL DESTINO QUE ESCOJAS FUERA CUALQUIER OTRO DIFERENTE AL ECUADOR, CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

CARATAGENA ☐

BABARO ☐

CUBA ☒ porque siempre me ha gustado

FLORIDA ☐

OTROS _____

8) CÓMO SELECCIONAN EL DESTINO PARA EL PASEO DE FIN DE AÑO:

POR PRECIO ☐

POR INTERÉS SUYO ☐

POR INTERÉS DE LAS AUTORIDADES ☒

9) CREES QUE EL ECUADOR TE PUEDE OFRECER UN PRODUCTO:

IGUAL ☐

SIMILAR ☐

DE MAYOR CALIDAD ☒

ENCUESTA

1. De qué tipo es su empresa?

- Operadora
- Agencia de Viajes
- Mixta

2. A qué tipo de actividades se dedica su agencia?

turismo receptivo

- turismo de aventura
- turismo cultural
- ecoturismo

turismo emisor

otras actividades

3. En lo que se refiere a turismo nacional, oferta a colegios? Si/No

4. Qué tipo de paquetes vende? Por qué?

- a nivel nacional

- a nivel internacional

playa

selva

montania

otras alternativas

playas

turismo cultural

aventura

otras alternativas

5. Cuáles son sus objetivos en la venta de paquetes a escuelas y colegios?

- | | |
|--------------|--------------------|
| - Servicio | - Calidad |
| - Económico | - Bienestar |
| - Cultural | - Calidad/economía |
| - Recreativo | - Otras razones |

6. Trabaja con guías/ transporte propio o con free?

7. Con quién trata al ofertar estos paquetes?

- | | | |
|----------|------------|-------------|
| - Rector | - Profesor | - Dirigente |
|----------|------------|-------------|

- Padre de familia - Alumno

8. Cuál es su mayor fortaleza como empresa para vender este tipo de producto?

9. Cuál es su mayor obstáculo?

ENCUESTA

1. A dónde fuiste de paseo de fin de año en sexto curso?

2. Entre qué/cuántas alternativas escogiste ese destino?

3. Por qué?

- Era lo más barato
- X- El destino escogido te llamaba más la atención que los otros
- Preferías conocer otro país
- Preferías conocer el Ecuador
- Otras razones
- Escogido por ti

4. El motivo para escoger ese destino para tu paseo fue por:

- X- diversión
- recreación
- culturización
- conocer más
- otras razones

5. Qué fue lo que más te gustó del destino escogido?

- X- el lugar o país
- X- distracciones/juegos
- entorno
- X- instalaciones
- otros

6. Cumplió éste las expectativas que tenías? Si / No por qué?

7. Si ^{Si, estuvo hermoso} tuvieras la oportunidad de ir otra vez de paseo, qué lugar escogerías y por qué?

- X- otro país
- dentro del país
- playa
- montaña
- selva

ENCUESTA

1. A dónde fuiste de paseo de fin de año en sexto curso? *ATACAMES*

2. Entre qué/cuántas alternativas escogiste ese destino? *4*

3. Por qué?

- Era lo más barato
- * El destino escogido te llamaba más la atención que los otros
- Preferías conocer otro país
- Preferías conocer el Ecuador
- Otras razones
- Escogido por ti

4. El motivo para escoger ese destino para tu paseo fue por:

- * diversión
- recreación
- culturización
- conocer más
- otras razones

5. Qué fue lo que más te gustó del destino escogido?

- el lugar o país
- * distracciones/juegos
- entorno
- instalaciones
- otros

6. Cumplió éste las expectativas que tenías? Si / No por qué?

SI, NOS DIVERTIMOS Y COMPARTIMOS.

7. Si tuvieras la oportunidad de ir otra vez de paseo, qué lugar escogerías y por qué?

- otro país
 - dentro del país
 - playa
 - * montaña
 - selva
- PORQUE EXISTE MAYOR AVENTURA.*

PAQUETES

ECUADOR Y GALAPAGOS



**Metropolitan
Touring**



ECUADOR A SU ALCANCE PAQUETES

Hemos puesto lo mejor del Ecuador en nuestros paquetes versátiles y económicos.

Cada "Paquete Ecuador - Galápagos" incluye 4 noches en Quito, en los hoteles seleccionados, y el crucero a Galápagos que prefiera: en la M/N SANTA CRUZ de 90 pasajeros, el programa hotel/yate DELFIN o yates pequeños.

La estadía en Quito incluye:

- Cuatro noches en el hotel seleccionado
- 1/2 día de visita a la ciudad de Quito (en la tarde)
- Tour de día completo a Otavalo con almuerzo
- Todos los traslados a/del aeropuerto
- Porteo de equipaje en el aeropuerto

TRASLADOS: Los paquetes incluyen todos los traslados a/de los vuelos nacionales e internacionales. Incluyen el porteo de dos maletas por persona en aeropuertos solamente. El porteo en los hoteles es adicional.

VISITA DE LA CIUDAD DE QUITO: Medio día de recorrido por esta preciosa y única ciudad, una magnífica mezcla de arquitectura colonial y moderna. Visita al centro colonial, sus múltiples iglesias y monasterios con elaboradas fachadas y altares de oro.

OTAVALO: Visita de día completo incluyendo almuerzo en una hostería. Salida hacia el norte por la región de los lagos, cuna de los indios Otavaleños. El gran mercado tiene lugar el día Sábado, pero hay mercado cada día de la semana. Se visita poblados de artesanos que trabajan el cuero, la madera y los tejidos.



HOTELES UTILIZADOS EN QUITO

Hotel Akros

Es un edificio moderno, diseñado y equipado para brindar comodidad y seguridad a sus huéspedes. Sus 20 pisos contienen 200 habitaciones y 28 suites con televisión por cable y baño privado. Servicio de restaurante las 24 horas.

Hotel Hilton Colón

Localizado en el área financiera, turística y comercial de Quito. Tiene 415 elegantes y espaciales habitaciones y suites. La cafetería se mantiene abierta las 24 horas y es uno de sus seis restaurantes y bares. Además tiene piscina, discoteca y casino.

Hotel Oro Verde

Pertenece a una cadena hotelera suiza y está localizado en la parte residencial moderna. Tiene excelentes restaurantes, bares, piscina y casino. Cuenta con 241 habitaciones que incluyen 46 suites, cada una de ellas con calefacción central, caja de seguridad y mini bar.

PAQUETE CON LA M/N SANTA CRUZ

Disfrute cuatro noches en la sierra, visitando Quito y Otavalo más un crucero a Galápagos a bordo de la confortable SANTA CRUZ, para 90 pasajeros. Todas las cabinas tienen baño privado y camas bajas. Tiene aire acondicionado central y está totalmente alfombrado. Se incluyen todas las comidas en Galápagos. Escoja itinerarios de tres, cuatro o siete noches.

Para más información y detalles de itinerarios solicite el folleto de la M/N SANTA CRUZ.



PAQUETE CON EL DELFIN

Incluye cuatro noches en los Andes ecuatorianos y luego viaje hacia las Islas Galápagos en un programa que combina cruceros diarios en el yate DELFIN II y estadía en el hotel Delfin en la Isla Santa Cruz. El hotel tiene habitaciones dobles, bar y comedor, playa privada, piscina. Se incluyen todas las comidas en Galápagos. Escoja itinerarios de 3, 4 o 7 noches en las islas.

Para más información y detalles de itinerarios, solicite nuestro folleto DELFIN.



PAQUETES CON YATES PEQUEÑOS

Se compone de cuatro noches en la sierra del Ecuador, visitando Quito y Otavalo. Escoja el hotel de su preferencia en Quito más un crucero de una semana completa en las Islas Galápagos a bordo de un yate. Solicite nuestro folleto de YATES para información adicional.

DIAMANT

Es un brigantín de 112 pies que acomoda 12 pasajeros en seis cabinas dobles, cada una con baño privado y aire acondicionado.



RACHEL III

Este hermoso velero de 85 pies lleva 8 pasajeros en cuatro cabinas dobles con baño privado. Tiene aire acondicionado central.

ENCANTADA

Este yate de 70 pies tiene capacidad para 10 pasajeros en cinco cabinas dobles con literas y tres baños compartidos. Cada cabina tiene ventilador.

- * Todas las embarcaciones cumplen con los requerimientos de seguridad internacional.
- * El espacio aéreo a/de las Galápagos está automáticamente confirmado con el crucero.
- * Vea al reverso para Extensiones a los Paquetes

EXTIENDA SU ESTADIA EN EL ECUADOR

Puede extender su estadía en el Ecuador por cualquier número de días, añadiendo una o más de las excursiones ofrecidas por Metropolitan Touring antes, durante o después del "paquete". Solicite nuestro folleto ECUADOR.

EXPRESO METROPOLITAN: PROGRAMA

EN TREN DE LA SIERRA A LA COSTA

El EXPRESO METROPOLITAN TOURING lo llevará a un fascinante recorrido por la Avenida de los Volcanes y luego hacia Guayaquil y Cuenca. Vea nuestro folleto EN TREN!

LA SELVA AMAZONICA

Explore la Reserva Faunística Cuyabeno en itinerarios de 2, 3 y 4 noches a bordo del FLOTEL ORELLANA para una aventura fácil. O disfrute de nuestros campamentos de selva. Cualquiera de las dos experiencias será inolvidable. Solicite el folleto AMAZONIA.



TOUR DE 2 DIAS A CUENCA

Desde Quito a Cuenca por avión. Un vuelo espectacular sobre los Andes lo lleva a Cuenca para visitar la ciudad colonial y los pueblos cercanos de Baños del Azuay y San Joaquín. Detalles en el folleto "CUENCA: EL TESORO ESCONDIDO".

- Las excursiones de los paquetes son en base compartida
- Los tours son guiados en inglés y español solamente
- No hay reembolso por porciones no utilizadas
- La acomodación en Galápagos se asigna de acuerdo a la disponibilidad
- No se incluyen comidas en Quito
- Se incluyen todas las comidas en Galápagos
- Niños menores de 12 años en la misma habitación que sus padres - 50%
- Niños menores de 12 años en habitación separada - 25% de descuento
- Se aplican las políticas normales de cancelación
- Se requiere el pago 30 días antes del arribo a Ecuador

RESPONSABILIDAD:

El organizador del tour y sus agentes actúan solamente como agentes para los pasajeros en todos los asuntos relacionados con transporte, acomodación o cualesquiera otros servicios. Todos los boletos, órdenes o comprobantes son emitidos por ellos, en su calidad de agentes, de conformidad con los términos y condiciones bajo las cuales dicha forma de transporte, acomodaciones o cualesquiera otros servicios son ofrecidos o suministrados. El agente de reservaciones y de las aerolíneas involucradas y el agente general no son responsables de ninguna lesión, pérdida, accidente, retraso o irregularidad que puedan ser ocasionados por cualquier deficiencia en cualquier vehículo suministrado por otra parte, firma o compañía, para el cumplimiento del o los servicios contratados, tampoco por el incumplimiento de los arreglos acordados previamente, tampoco por la conducta negligente de cualquiera otra parte, firma o compañía en el suministro o falta de suministro de tales medios de transporte, ni serán responsabilizados por ningún acto, omisión o evento durante el tiempo que los pasajeros no están a bordo de su transporte. El contrato impreso de transporte de pasajeros que utilizan las aerolíneas involucradas constituirá, por el solo hecho de su emisión, el único contrato entre el agente de reservaciones, el agente general de la aerolínea y el comprador del mismo y/o pasajero. Para reservaciones contacte a su agente de viajes.

Para reservaciones contacte a su agencia de viajes o:



Av. República de El Salvador 970

Quito - Ecuador

Phone: (593) 2 46 47 80

Fax: (593) 2 46 47 02

<http://www.ecuadorable.com>



TODOS ESOS PEQUEÑOS DETALLES QUE USTED SOLO ESPERA ENCONTRAR EN UN HOTEL DE 5 ESTRELLAS

- Desayuno buffet todos los días, cortesía del Hotel
- Coctel de bienvenida
- Transfer Aeropuerto - Hotel - Aeropuerto GRATIS
- 44 habitaciones y junior suites lujosamente amobladas, todas con T.V. color vía satélite, con radio incluido a control remoto, frigo bar, calefacción y su respectivo baño privado con secador de pelo.
- Discado directo: local, nacional e internacional.
- Parqueadero privado, servicio de fax y cajas de seguridad.
- Salón de Convenciones "La Castellana" para 120 personas
- Restaurante, Bar y Discoteca "Etc..."
- Room Service.



ALL THESE LITTLE DETAILS YOU CAN EXPECT TO FIND ONLY IN A 5 STAR HOTEL

- Everyday buffet breakfast courtesy of the House.
- Welcome Drink.
- Free Airport - Hotel - Airport transportation.
- 44 rooms and junior suites luxuriously furnished. Each room contains a color T.V. set with access to satelite communications, an F.M. radio with remote control, refrigerator, heating, private bathroom with hair dryer.
- Direct dialing for local, national, and international phone calls.
- Private parking, fax service and safety deposit boxes.
- Room Service.
- Restaurant, Bar and "Etc..." Discotqueue.
- Convention Hall.



★★HOTEL★★ "El Conquistador"



★★HOTEL★★ "El Conquistador"



Cuenca
Ecuador

IGLESIAS

- 1 Catedral de la Inmaculada
- 2 Iglesia del Sagrario
- 3 De Todos los Santos
- 4 De las Concepciones
- 5 San Sebastián
- 6 Santo Domingo
- 7 San Blas
- 8 El Carmen de la Asunción
- 9 San Francisco
- 10 María Auxiliadora
- 11 San Alfonso
- 12 El Cenáculo

PARQUES Y PLAZAS

- 1 Parque Miraflores
- 2 Parque del Paraíso
- 3 Parque de la Madre
- 4 Parque Luis Cordero
- 5 Plaza Abdón Calderón
- 6 Plaza María Auxiliadora
- 7 Plaza de San Blas
- 8 Plaza de San Sebastián
- 9 Plaza Cívica
- 10 Plazoleta del Carmen
- 11 Plazoleta Gaspar Sangurima
- 12 Plazoleta del Rollo
- 13 Plazoleta de Las Monjas
- 14 Estadio Alejandro Serrano
- 15 Coliseo Mayor
- 16 Barranco
- 17 Cruz del Vado
- 18 Parque Industrial
- 19 Universidad de Cuenca
- 20 Universidad del Azuay
- 21 Mirador de Turi
- 22 Vía Area Recreacional del Cajas
- 23 Vía Baños
- 24 Panamericana Norte
- 25 Panamericana Sur

URGENCIAS Y HOSPITALES

- 1 Hospital Regional
- 2 Hospital del IESS
- 3 Hospital Militar
- 4 Cruz Roja
- 5 Defensa Civil
- 6 Bomberos
- 7 Jefatura de Tránsito
- 8 Policía
- 9 Oficina de Investigación del Delito OJD
- 10 Intendencia
- 11 Jefatura de Salud

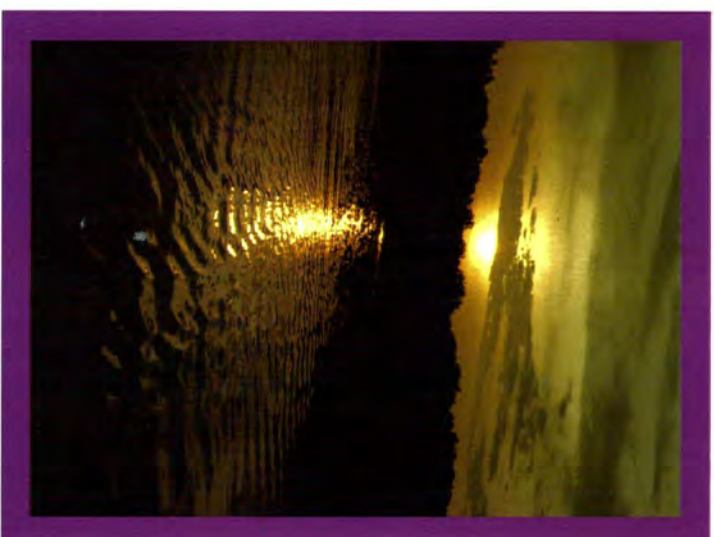
SERVICIOS

- 1 Aeropuerto Mariscal Lamar
- 2 Terminal Terrestre
- 3 Oficina de Correos
- 4 Telecomunicaciones ITEL
- 5 Migración
- 6 CETUR
- 7 Municipio
- 8 Gobernación
- 9 Museo Remigio Crespo Toral
- 10 Museo de Arte Moderno
- 11 Museo de las Concepciones
- 12 Museo del Banco Central
- 13 Museo de Artes Populares
- 14 CIDAP
- 15 Museo de Historia de la Medicina
- 16 Museo de la Casa de la Cultura
- 17 Ruinas de Todos Los Santos
- 18 La Picota
- 19 Planetario
- 20 Instituto Azuayo de Folklore
- 21 Museo de las Culturas Aborígenes
- 22 Centro Cultural Jorge Moscote
- 23 Casa de las Galerías
- 24 Información Turística AHA





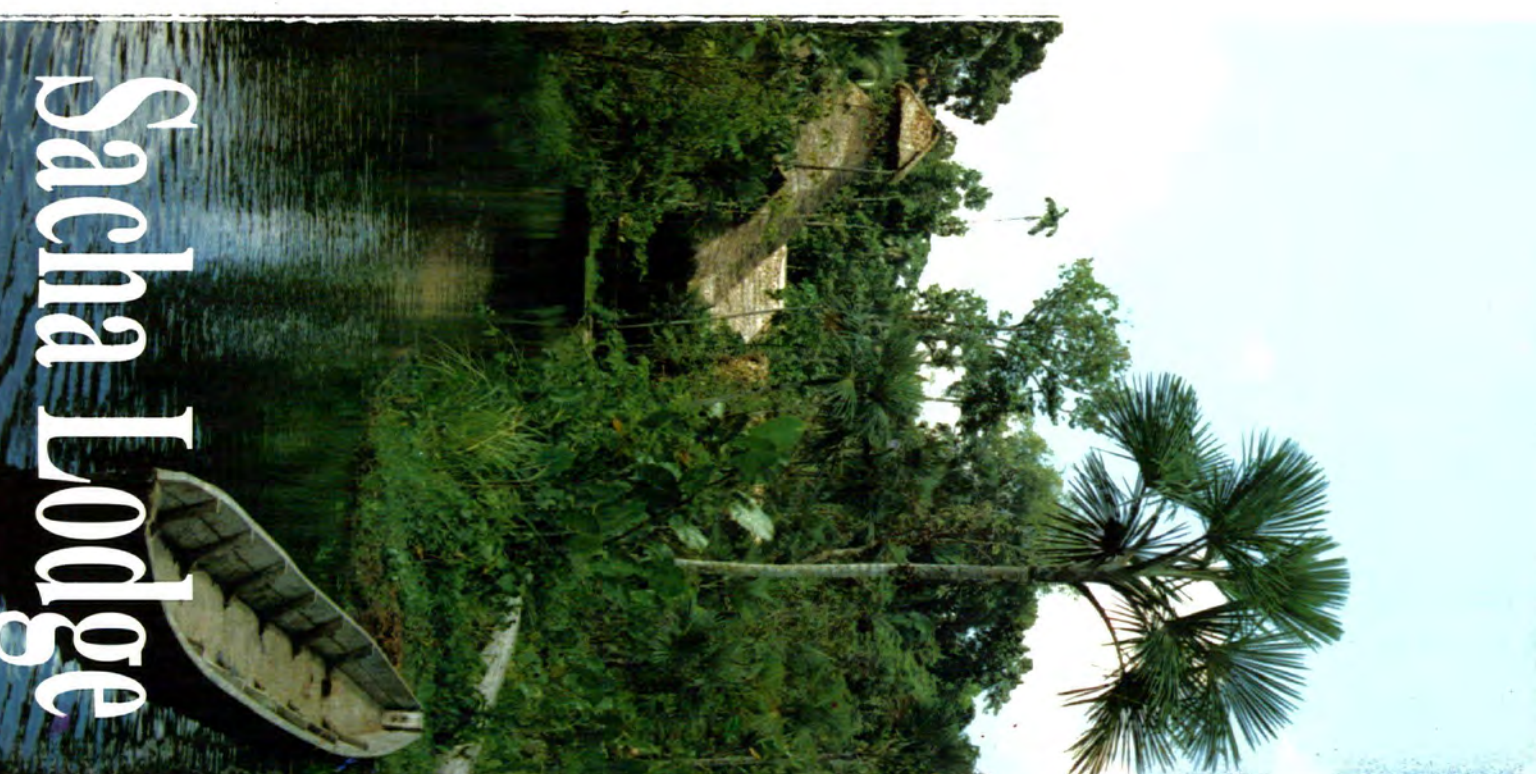
Our remarkable forest tower puts you at a breathtaking place above the tree tops where you can gaze across miles of intact rainforest. Here you also have the chance to observe up-close many wonderful plants and animals living in the forest canopy which are otherwise extremely difficult to see from the ground. From the tower, alone, we have identified nearly 200 bird species and our bird list for the Sacha Lodge area is fast approaching 500 species.



Scientists estimate that nearly half of all the species living on this planet, both plants and animals, dwell in the rainforests. Unfortunately, these tropical forests are disappearing world-wide at such a rate that only a few remnants are expected to survive intact into the next century. Your visit to the rainforest here at Sacha Lodge is an endorsement for the protection and conservation of this vital and precious part of the earth's natural heritage.



ECUADOR-SOUTH AMERICA



Sacha Lodge

Sacha Lodge provides you with a unique opportunity to explore and experience one of the world's last natural frontiers while being accommodated in total comfort. One moment, you might be totally absorbed in the tranquility of the verdant panorama; the next instant, your attention could be captured by the stark beauty of an exotic orchid; and then, suddenly, you might be startled and astonished by the appearance of a rare creature that you never before imagined seeing in real life.

The Amazon rainforest, with more diversity than any other ecosystem. Overwhelms the senses and challenges you to experience, comprehend and treasure all that this special place has to offer.

Swiss Management



"...the Rio Napo canoe trips and the jungle canopy tower were exciting..."



"...the jungle trails were challenging."



"the excellent guides enthusiastically shared their wealth of knowledge and environmental concerns..."



"Liked the way Sacha Lodge balanced an Amazon jungle experience with comfortable cabins and excellent food without being 'touristy'."



A 325 Kms. de Quito en la única playa exclusiva de Esmeraldas, un hotel exclusivo a la orilla del mar.

Suites especiales para familias de 4 - 5 - 6 personas y Departamentos para 5 y 9 personas con cocina completa.



Pídanos información para organizar seminarios, congresos, reuniones, eventos. Paquetes especiales para fin de semana y Luna de miel.



HOTEL
castelnuovo
 ATACAMES - ESMERALDAS

PARA GENTE COMO UD.



Hotel de 4 estrellas

Playa Privada

3 piscinas de agua dulce

• Parqueamiento Privado

• Agua potable fría y caliente

• Juegos Infantiles

• Habitaciones y Suites con
baño privado

• Teléfonos intercomunicadores

• Restaurant a la Carta

• Bar - Cafetería - Self Service

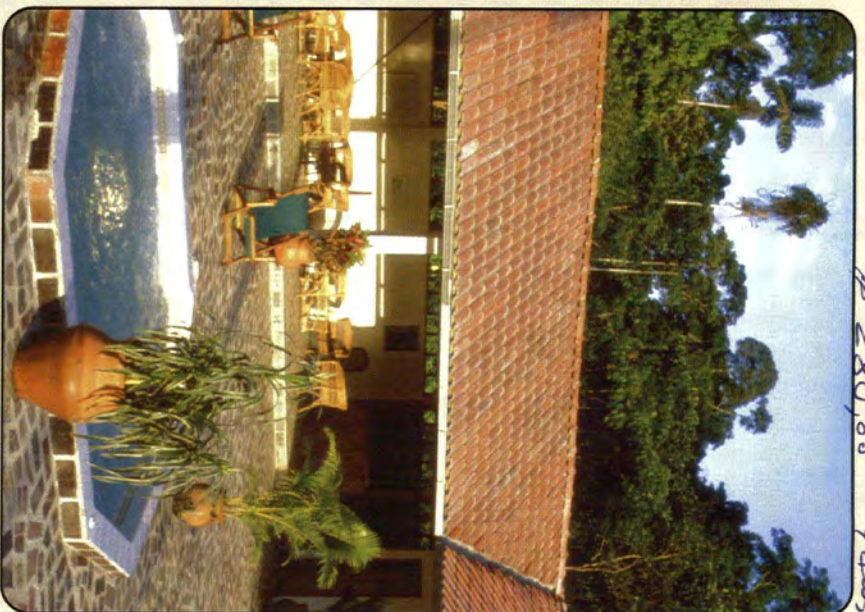
• Pantalla Gigante T.V.

SALON DE CONFERENCIAS

RESERVE CON ANTICIPACION
 A LOS TELEFONOS

KLEINTURS
 Av. de los Shyris 1091
 Jorge Washington 713 y Amazonas
 Patio Interior - Telfs. 543-910 527-132
 QUITO ECUADOR

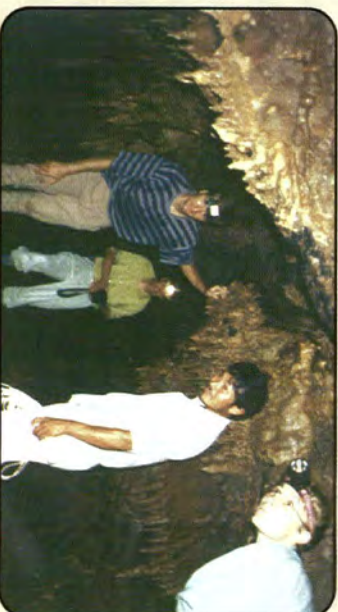
225,00 3 dias / 2 Noches
280,00 4 dias / 3 Noches



Las confortables y amplias instalaciones le ofrecen todas las comodidades en la exótica belleza de la Amazonía. Disfrute de una fantástica vista al río Misahuallí y goze el murmullo de las aguas.

Nuestro restaurante le brinda un servicio de menús seleccionados con platos típicos e internacionales.

Viva aventuras únicas en los paseos en canoa a motor, a caballo o a pie, descubriendo la mística naturaleza virgen. Al retorno disfrute un drink en el jacuzzi al aire libre.



Medicina natural

La Región Amazónica representa el área más grande de selva en el mundo con una biodiversidad enorme. Aún no conocemos todas las especies y variedades. Esto significa que hay la posibilidad, de encontrar plantas que pueden ser de importancia para la medicina.

Los nativos de la Amazonía van para curar sus enfermedades al Shaman, el curandero de la zona. El para diagnosticar, toma el extracto de una liana, que tiene efectos alucinógenos. Siguiendo la tradición, el Shaman empieza una limpieza del paciente, usando humo y otros implementos. Al final de la ceremonia el curandero indica al enfermo las plantas medicinales que debe usar.

La ceremonia de limpieza es muy importante para los nativos y tiene su efecto psicológico curativo. Para determinar que efectos tienen las plantas medicinales usadas, es necesario investigar con métodos científicos. El Jardín Alemán, bajo supervisión de médicos europeos, analiza varias plantas, realizando estudios clínicos en Europa, para determinar su efectividad, dosis e indicaciones para ofrecerles como remedios naturales.



FACTSHEET

Localización:

EL JARDIN ALEMAN está ubicado en Pununo/Misahuallí, 25 km distante de Tena, capital de la provincia de Napo, con una extensión de 80 hectareas y 875 m de altura con diferentes playas.

Transporte:

de Quito	225 km	en	carro	4 1/2 h
de Quito	225 km	en	bus	6 1/2 h
de Tena	25 km	en	carro	1/2 h
de Misahuallí	2 km	en	carro	7 min

Alojamiento:

- * 8 Habitaciones dobles con terraza, cada una con ventilación, baño privado y agua caliente
- * 5 Habitaciones triples con terraza, cada una con ventilación, baño privado y agua caliente
- * 3 Suites familiares con habitaciones dobles, ventilación baño, sala y terraza.
- * 2 Junior suites espaciosas con ventilación, baño privado y terraza.

Servicios:

- * Restaurante
- * Amplia sala con bar, mesa de billar y tienda con artesanías
- * Espaciosa terraza de sol con jacuzzi (4 x 4 m)
- * TV-Satélite en el área social
- * Lavandería
- * Tours en la selva a caballo, a pie o canoa a motor
- * Playa privada al río Misahuallí
- * Transporte privado Quito - Lodge / Tena - Lodge
- * Parqueadero privado
- * Electricidad 110 v/60 Hz (también planta eléctrica propia)
- * VISA y MASTERCARD
- * Cafetería/Bar en Misahuallí
- * Médico, Farmacia y Teléfono en Misahuallí.

JUNGLE LODGE



Metropolitan
Touring

Hacienda Chagras & Rodeo Ecuador



DAYS OF OPERATION: Thursdays and Sundays

PICK UP TIMES:

8:30 Hotel Akros
8:40 Hotel Oro Verde - Hotel Radisson
8:50 Hotel Alameda Real
9:00 Hotel Hilton Colón

PRICE PER PERSON: US\$ 55.00

includes transportation, guide, rodeo show and lunch.

Rates valid until december 31, 1999

RESPONSIBILITY:

The tour operator and its agents act only as agents for passengers in all matters pertaining to transportation, accommodations or other services. As agents, all tickets, exchange orders or vouchers are issued by them subject to any and all terms and conditions under which such means of transportation, accommodations or other services are offered or provided. The booking agent, airlines involved and general agent will not be liable for any injury, damage, loss, accident, delay or irregularity which may be occasioned by reason of any deficiency in any vehicle furnished any such other party, firm or corporation in carrying out or failing to carry out arrangements previously agreed upon, nor for the negligent misconduct of any such other party, firm or corporation in providing or failing to provide as are not to be held responsible for any act, omission or event during the time passengers are not on board their conveyance. The passenger contract in use by the airlines concerned, when issued, shall constitute the sole contract between booking agent, airline general agent and the purchaser of these and/or passengers.

Metropolitan Touring

Av. República de El Salvador N36-84
Quito - Ecuador
Phone: (593) 2 46 47 80
Fax: (593) 2 46 47 02
<http://www.ecuadorable.com>

© 1998, Metropolitan Touring. All rights reserved. •Graphic Design: CROMAX S.A. •Art Director: José A. Torres •Art Supervisor: Sylvia Moncayo • Photos: Kira Tokmitt •Printer: Imprenta Mariscal, Quito-Ecuador.



Metropolitan Touring

Hacienda, Chagras and Rodeo
offers a full day of Andean flavor, starting with a visit to an Indian market and a day at the hacienda learning about the traditions, strolling through the gardens, watching the rodeo and most important, enjoying the hospitality of the owners.



THE PROGRAM



The day starts with a drive along the "Avenue of the Volcanoes", south of Quito, to visit an Indian market (Machachi market if Sunday and Saquisilí market if Thursday). For centuries, the colorful regional markets of the Andean valleys have played an important role in Indian life, providing regular gathering places for trade and socializing.



Upon arrival to the hacienda, a stroll through the garden to arrive at the corral, where the rodeo will take place. At the sound of the "bocina", the "chagras" revive the tradition of rounding up the wild cattle that roam the Andean paramo and efficiently lasso them from the



for them; they dress in colorful woolen ponchos, hats and goatskin pants to guard them from the cold.



The rodeo is an important tradition in the Ecuadorian highlands, an event where everybody participates, the chagra and his horse demonstrate, at full gallop, their ability to round up the cattle and their skill with the lasso. The "stepping pace gait" horses are specially bred and trained for the rodeo; their saddles and bridles are beautifully crafted.

THE HACIENDA



Hualilagua de Jijón is one of the oldest haciendas in Ecuador, dating back to 1718, and built on the mountainside, overlooking the valley of Machachi. It is still owned and run by the descendants of the founding family.

It is surrounded by the stables and by a garden with many native species of trees, home to Andean birds, specially humming-birds, and a great variety of orchids and bromeliads.

The manor house has a charming courtyard, in the Spanish colonial style, and around it, the bedrooms,

drawing rooms and dining rooms. Hualilagua is noted for its extensive collection of paintings, furniture and sculptures representative of the "Quito School of Art" of the 16th and 17th Centuries.



THE "RODEO DEL CHAGRA"

The "chagra" is a Quichua voice meaning a "cowboy" in the United States, a "charro" in Mexico and a "gaucho" in Argentina.

The chagras, or men in horses, are the same from North to South America. In Ecuador the chagras have remained hidden in the haciendas of the Andean highlands. The chagras are both the hacienda owners and the people who work



After the rodeo, lunch is served at the hacienda's charming dining room. The food that is served represents the richness of the Ecuadorian biodiversity. Huallaguna cultivates organic cereals and vegetables used to prepare a very special menu of typical soups, salads, meats and deserts.



Hacienda, Chagras and Rodeo is offered regularly on Thursdays and Sundays. Special arrangements can be made for groups or incentives on any day: Breakfast and rodeo can be arranged, as well as a live folk music group or the performance of typical Ecuadorian dancers.



BIBLIOGRAFIA

Acerenza, Miguel A., **Administración del Turismo, Conceptualización y Organización, vol 1**, 2da. ed., Editorial Trillas, México, 1995.

Gómez, Nelson, **Elementos de Geografía del Ecuador: el hombre y el medio**, Editorial Colección Imágenes de la Tierra, Quito, 1989.

Mena, Claudio, **Aquí, Ecuador - Guía Turística**, Editorial El Conejo, Quito, 1993.

Pearson, David, Middleton, David, **The New Key to Ecuador and the Galápagos**, 2da. ed., Ulysses Press, California, 1997.

Rachowieck, Rob, **Ecuador and the Galápagos Islands**, 4ta. ed., Lonely Planet Publications, California, 1997.

Rodríguez, Saltos, Roberto, **La Región Interandina Ecuatoriana**, Editorial Freire, Riobamba, 1996.

Sr. Hugo Córdova - Presidente AHOTEC

Sr. Lenin Moreno - CAPTUR

Sr. Fernando Struve - CETUR

IGM

KleinTours

Metropolitan Touring