



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERIA MARITINA

*"OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO"*

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de :

LICENCIADO EN TURISMO

Presentada por:

Noemí Medina G.



D-32681

GUAYAQUIL - ECUADOR  
2003

58014591  
MED  
C-2



RESERVADO

## **AGRADECIMIENTO**

**AL ING. JORGE FAYTONG D.**

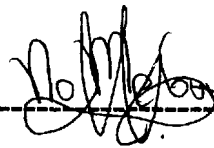
Director de Tesis, por su gran ayuda, su excelente guía técnica, y sus valores humanos, los que hicieron posible la elaboración de la presente tesis.

## **D E D I C A T O R I A**

A Dios, por la vida, todo soy y tengo. A mi madre, por todo su valor y amor incondicional. A Hannelore Seebass, por su apoyo y sabiduría cálida, a mis hermanos, familiares y amigos por poner cada día en mí un rayito de felicidad.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

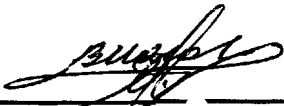
"La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta tesis, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma, a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL".

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Noemí Medina Gaybor', is written over a horizontal dashed line.

**Noemí Medina Gaybor**

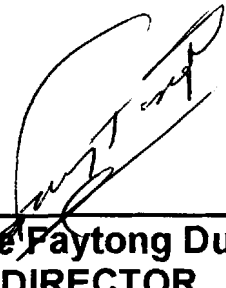


## TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



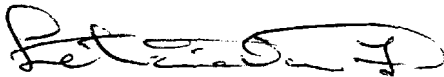
---

**Ing. Bolívar Vaca**  
**PRESIDENTE**



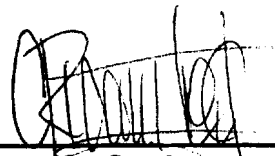
---

**Ing. Jorge Paytong Durango**  
**DIRECTOR**



---

**Lcda. Leticia Vera Zambrano**  
**MIEMBRO PRINCIPAL**



---

**M.Sc. Carla Ricaute**  
**MIEMBRO PRINCIPAL**

## RESUMEN

La presente tesis consta de seis capítulos, los que han sido investigados, revisados y da a conocer las pautas necesarias para la creación, ejecución y operación de una Operadora de Turismo Pedagógico.

El primer capítulo detalla la ubicación, localización; analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas, misión, visión, objetivos y trámites de constitución de una Operadora de Turismo.

El segundo capítulo analiza el mercado objetivo, describe a los clientes, determina la competencia, especifica las proyecciones, describe los servicios que se ofrecerá, detalla estrategias de promoción y publicidad.

El tercer capítulo expone la manera que se brindarán los servicios, área de funcionamiento, características, el organigrama y el manual de procedimiento, que posiblemente tendrá la empresa.

El cuarto capítulo describe los rubros de inversión, como un crédito bancario, gastos, depreciación, amortización, determina puntos de equilibrio para cada tour, las pérdidas, ganancias y rentabilidad.

El quinto capítulo, detalla la campaña promocional, presenta de forma gráfica, folletos, afiches, tarjeta de presentación, la promoción en venta y ventas personales.

La sexta parte consta de la investigación y elaboración de paquetes; fichas de atractivos, transportación, alimentación, itinerarios sugeridos y rutas.



## ÍNDICE GENERAL

|                         | Pag. |
|-------------------------|------|
| RESUMEN.....            | VI   |
| ÍNDICE GENERAL.....     | VIII |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | IX   |
| ÍNDICE DE ANEXOS.....   | XII  |
| INTRODUCCIÓN.....       | 1    |

### CAPÍTULO I

#### CONSTITUCIÓN GENERAL DE “MEGA” OPERADORA DE PAQUETES TURÍSTICOS

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1 CARACTERÍSTICAS GENRALES.....   | 2 |
| 1.1 UBICACIÓN Y LOCALIZACIÓN..... | 3 |
| 1.2 ANÁLISIS FODA.....            | 3 |
| 1.3 MISIÓN.....                   | 7 |
| 1.4 VISIÓN.....                   | 7 |
| 1.5 OBJETIVOS.....                | 8 |
| 1.6 ASPECTOS LEGALES.....         | 9 |

## **CAPÍTULO II**

### **ANÁLISIS DEL MERCADO TURISMO PEDAGÓGICO**

|     |                                    |    |
|-----|------------------------------------|----|
| 2.1 | TIPO DE CLIENTE.....               | 12 |
| 2.2 | COMPETENCIA.....                   | 12 |
| 2.3 | PROYECCIONES Y TENDENCIAS.....     | 14 |
| 2.4 | CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA..... | 15 |
| 2.5 | VARIACIÓN DE LA DEMANDA.....       | 50 |
| 2.6 | CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA ..... | 51 |
| 2.7 | ESTRATÉGIAS DE MERCADO .....       | 53 |

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS DEL PRODUCTO**

|     |                                      |    |
|-----|--------------------------------------|----|
| 3.1 | SERVICIOS .....                      | 57 |
| 3.2 | ESQUEMA FUNCIONAL.....               | 59 |
| 3.3 | RESÚMEN DE AREAS.....                | 60 |
| 3.4 | CARACTERÍSTICAS DE LA OPERADORA..... | 61 |
| 3.5 | ORGANIGRAMA .....                    | 63 |
| 3.6 | DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES .....       | 64 |
| 3.7 | MANUAL DE PROCEDIMIENTOS .....       | 71 |

## **CAPÍTULO IV**

### **EVALUACIÓN FINANCIERA PARA LA CREACIÓN Y OPERACIÓN DE LA OPERADORA**

|     |                                |    |
|-----|--------------------------------|----|
| 4.1 | PRESUPUESTO DE INVERSIÓN ..... | 81 |
| 4.2 | PRESUPUESTO DE OPERACIÓN ..... | 82 |

|     |                                                          |    |
|-----|----------------------------------------------------------|----|
| 4.3 | NÓMINA DEL PERSONAL .....                                | 83 |
| 4.4 | DEPRECIACIÓN .....                                       | 84 |
| 4.5 | AMORTIZACIÓN .....                                       | 85 |
| 4.6 | COSTOS Y PUNTO DE EQUILIBRIO .....                       | 85 |
| 4.7 | INGRESOS POR SERVICIOS .....                             | 95 |
| 4.8 | PROYECCIONES DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y<br>GANANCIAS ..... | 96 |
| 4.9 | PROYECCIONES DE RENTABILIDAD .....                       | 97 |

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO Y ESTRATÉGIAS PARA LA CAMPAÑA PROMOCIONAL**

|     |                                                                                    |     |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1 | ESTRATÉGIAS.....                                                                   | 98  |
| 5.2 | TACTICAS.....                                                                      | 99  |
| 5.3 | FOLLETOS, AFICHES Y TARJETAS DE<br>PRESENTACIÓN .....                              | 102 |
| 5.4 | VENTAS PERSONALES .....                                                            | 120 |
| 5.5 | PROMOCIÓN EN VENTAS .....                                                          | 121 |
| 5.6 | CREACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA, VERBAL,<br>CULTURAL, CROMÁTICA Y LOGOTIPO ..... | 122 |

## **CAPÍTULO VI**

### **INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PAQUETES**

|     |                                       |            |
|-----|---------------------------------------|------------|
| 6.1 | FICHAS DE ATRACTIVOS CULTURALES ..... | 128        |
| 6.2 | FICHAS DE ATRACTIVOS NATURALES .....  | 142        |
| 6.3 | ALTERNATIVAS DE ANIMACIÓN .....       | 153        |
| 6.4 | GUIONES .....                         | 154        |
| 6.5 | FICHAS DE TRANSPORTACIÓN .....        | 184        |
| 6.6 | ALIMENTACIÓN .....                    | 194        |
| 6.7 | ESTRATEGIAS DE GUIANZA .....          | 198        |
| 6.8 | ITINERARIOS .....                     | 202        |
| 6.9 | RUTAS .....                           | 205        |
|     | <b>CONCLUSIONES</b> .....             | <b>216</b> |
|     | <b>RECOMENDACIONES</b> .....          | <b>217</b> |
|     | <b>ANEXOS</b> .....                   | <b>223</b> |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                                                                                                                                                | <b>Pág.</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| GRÁFICO N. 1.- COMPARACIÓN ENTRE EL NUMERO DE ESTUDIANTES<br>Y EL VALOR DE LA PENSIÓN EN DÓLARES DE ESCUELAS<br>PARTICULARES DE GUAYAQUIL..... | 17          |
| GRÁFICO N. 2.- ENCUESTA A ESCUELAS PARTICULARE ¿HA<br>REALIZADO PASEOS CON SUS COMPAÑEROS?.....                                                | 18          |
| GRÁFICO N. 3.- ENCUESTA A ESCUELAS PARTICULARE ¿QUÈ FUE LO<br>QUE MÁS LE GUSTÓ DEL PASEO?.....                                                 | 19          |
| GRÁFICO N. 4.- ENCUESTA A ESCUELAS PARTICULARE ¿DÓNDE LE<br>GUSTARÍA VIAJAR CON SUS COMPAÑEROS?.....                                           | 20          |
| GRÁFICO N. 5.- ENCUESTA A ESCUELAS PARTICULARE ¿CREE USTED<br>QUE ES MÁS FÁCIL APRENDER?.....                                                  | 21          |
| GRÁFICO N. 6.- ENCUESTA A ESCUELAS PARTICULARE ¿CUÁL DE<br>ESTOS LUGARES LE GUSTARÍA VISITAR?.....                                             | 22          |
| GRÁFICO N. 7.- ENCUESTA A ESCUELAS PARTICULARE ¿DESEARIAS<br>EXPERIMENTAR UN TOUR ESCOLAR CON GUIAS TURISTICOS?.....                           | 23          |
| GRÁFICO N. 8 .- ENCUESTA A COLEGIOS PARTICULARES<br>COMPARACIÓN ENTRE EL NÚMERO DE ESTUDIANTES Y EL VALOR DE<br>LAS PENSIONES EN DÓLARES.....  | 24          |





|                                                                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| GRÁFICO N. 9.- ENCUESTA A COLEGIOS PARTICULARE ¿HA<br>REALIZADO EXCURSIONES CON SUS COMPAÑEROS?.....                                                           | 25 |
| GRÁFICO N. 10.- ENCUESTA A COLEGIOS PARTICULARE ¿QUÈ FUE LO<br>QUE MÁS LE GUSTÓ DEL VIAJE? .....                                                               | 26 |
| GRÁFICO N. 11.- ENCUESTA A colegios PARTICULARE ¿DÓNDE LE<br>GUSTARÍA VIAJARIA CON SUS COMPAÑEROS?.....                                                        | 27 |
| GRÁFICO N. 12.- ENCUESTA A COLEGIOS PARTICULARE<br>¿CREE USTED QUE ES MÁS FÁCIL APRENDER?.....                                                                 | 28 |
| GRÁFICO N. 13.- ENCUESTA A COLEGIOS PARTICULARE ¿CUÁL DE<br>ESTOS LUGARES CONOCES?.....                                                                        | 29 |
| GRÁFICO N. 14.- ENCUESTA A COLEGIOS PARTICULARE ¿CUÁL DE<br>ESTOS LUGARES LE GUSTARÍA VISITAR? .....                                                           | 30 |
| GRÁFICO N. 15.- ENCUESTA A COLEGIOS PARTICULARE ¿DESEARÍAS<br>EXPERIMENTAR UN TOUR CON GUÍAS TURÍSTICOS?.....                                                  | 32 |
| GRÁFICO N. 16.- ENCUESTA A UNIVERSIDAES PARTICULARE Y<br>CARREARAS AUTOFINANCIADAS, COMPARACIÓN ENTRE EL NÚMERO<br>DE ESTUDIANTES Y EL VALOR DEL SEMESTRE..... | 33 |
| GRÁFICO N. 17.- ENCUESTA A UNIVERSIDAES PARTICULARE Y<br>CARREARAS AUTOFINANCIADAS ¿HA REALIZADO EXCURSIONES SUS<br>COMPAÑEROS?.....                           | 34 |
| GRÁFICO N. 18.- ENCUESTA A UNIVERSIDAES PARTICULARE Y<br>CARREARAS AUTOFINANCIADAS ¿QUÉ FUE LO QUE MÁS LE GUSTÓ<br>DEL VIAJE?.....                             | 35 |

|                                                                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| GRÁFICO N. 19.- ENCUESTA A UNIVERSIDADES PARTICULARES Y<br>CARREARAS AUTOFINANCIADAS ¿DÓNDE LE GUSTARÍA VIAJAR CON<br>SUS COMPAÑEROS?.....     | 35 |
| GRÁFICO N. 20.- ENCUESTA A UNIVERSIDADES PARTICULARES Y<br>CARREARAS AUTOFINANCIADAS ¿CREE USTED QUE SE APRENDE<br>CON MAYOR FACILIDAD?.....   | 36 |
| GRÁFICO N. 21.- ENCUESTA A UNIVERSIDADES PARTICULARES Y<br>CARREARAS AUTOFINANCIADAS ¿CREE USTED QUE SE APRENDE<br>CON MAYOR FACILIDAD?.....   | 37 |
| GRÁFICO N. 22.- ENCUESTA A UNIVERSIDADES PARTICULARES Y<br>CARREARAS AUTOFINANCIADAS ¿CUÁL DE ESTOS SITIOS LE<br>GUSTARÍA VISITAR?.....        | 39 |
| GRÁFICO N. 23.- ENCUESTA A UNIVERSIDADES PARTICULARES Y<br>CARREARAS AUTOFINANCIADAS ¿DESEARÍA VIAJAR EN UN TOUR<br>CON GUÍAS TURÍSTICOS?..... | 40 |
| GRÁFICO N. 24 INGRESOS DE TURISTAS AL ECUADOR POR SU<br>PROCEDENCIA.....                                                                       | 44 |
| GRÁFICO N. 25 INGRESO DE TURISTAS EN EL 1999.....                                                                                              | 45 |
| GRÁFICO N. 26 INGRESO DE TURISTAS EN EL 2000.....                                                                                              | 46 |
| GRÁFICO N. 27 INGRESO DE TURISTAS EN EL 2001.....                                                                                              | 47 |
| GRÁFICOS N. 28 PORCENTAJES PROMEDIOS DE LAS PREFERENCIAS<br>TURÍSTICAS DE 1998 AL 2001.....                                                    | 48 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|                                                                                            | Pag. |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ANEXO 1. Justificación de los Gastos de Inversión.....                                     | 220  |
| ANEXO 2. Alternativas turísticas del Ecuador.....                                          | 225  |
| ANEXO 3. Turismo Pedagógico en Chile .....                                                 | 226  |
| ANEXO 4. Centro español de Turismo Pedagógico .....                                        | 228  |
| ANEXO 5. Centro Coordinador de Información y Documentación<br>Juvenil en España .....      | 228  |
| ANEXO 6. La Asociación de Alemania para Erlebnispädagogik .....                            | 231  |
| ANEXO 7. Phoenix organización para jóvenes con trastornos de conducta<br>en Alemania ..... | 231  |
| ANEXO 8. Tipos de turismo Pedagógico en Alemania .....                                     | 232  |
| ANEXO 9. Viaje de Munich a Grecia .....                                                    | 233  |

## **INTRODUCCIÓN**

La tesis Operadora de Turismo Pedagógico ha sido concebida, como un modelo de empresa turística especializada en el mercado estudiantil nacional, sin dejar de lado el turismo receptivo en general, con proyecciones de lograr prestigio y operar tours para estudiantes de instituciones internacionales.

Indica de manera ordenada, clara y veraz la planificación para una operadora, las investigaciones que se deben hacer para conocer el mercado, los recursos que se deben tener y adquirir. La importancia de dar un servicio diferenciado, los medios de promoción y las investigaciones de los atractivos y servicios que se necesita contactar para elaborar paquetes para operar tours exitosos, estimulando a la explotación de este mercado con proyección internacional.

# CAPITULO I

## **CONSTITUCION GENERAL DE UNA OPERADORA DE PAQUETES TURÍSTICOS**



### **1. CARACTERÍSTICAS GENERALES**

#### **Operadora de Paquetes Turísticos Pedagógicos**

**Operadora de Paquetes Turísticos.-** Por crear, planificar y ofrecer servicios turísticos terrestres a agencias de viaje o público en general, con un personal profesional, técnicas turísticas y reunir todos los servicios: investigación de rutas, logísticas de guiones de guianza y seguridad para los turistas, previa a una larga planificación, logrando precios competitivos y garantía en los servicios.

**Pedagógicos .-**Por combinar el salir de su casa, de lo regular de vida, a un sitio de relajamiento, ir a conocer con medios pedagógicos, educar los sentidos y ayudar a la integración social. <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Concepto de la Asociación de Alemania para Erlebnispädagogik = Turismo Pedagógico = [info@jh-phoenix.de](mailto:info@jh-phoenix.de)

## 1.1 UBICACIÓN Y LOCALIZACIÓN

**Ubicación.-** Una Operadora de Turismo, orientada al servicio de estudiantes nacionales, y turistas en general, debe estar ubicada dentro de las ciudades más pobladas de este país, preferentemente en áreas comerciales céntricas y alrededores. Por ser sitios de gran afluencia de personas, estar cerca de las áreas bancarias y de tramitación de documentos para realizar viajes. En el caso de nuestro país, puede ser Guayaquil, Quito, Cuenca, entre otras.

**Localización.-** Debe tener facilidades de comunicación entre clientes, turistas, operadores y proveedores de servicios, por medio de la implementación de equipos y medios modernos, como un eficiente número de líneas telefónicas, teléfonos celulares, faxes, páginas web e e-mails, por lo que la localización sugerida tiene que contar con estos servicios.

## 1.2 ANÁLISIS FODA

### FORTALEZA

- Dominio de técnicas de elaboración, desarrollo, ejecución en estrategias de operación de guiones, rutas, itinerarios y programas.

minimizar accidentes y contratiempos. Será esta característica donde se debe aplicar el mayor esfuerzo y prioridad.

## **OPORTUNIDADES**

Precios competitivos, que se logran al operar paquetes de grupos, bajo el prestigio de empresas responsables que tienen tarifas para ciertas empresas por la frecuencia y la fidelidad de las operadoras. Por lo que los costos se reducen mientras más son los integrantes de un grupo. Las personas particulares no lograrán tener estos beneficios.

- Fomento del Turismo a través de los gobiernos seccionales, realizando trabajos de remodelación, mantenimiento y seguridad de los atractivos turísticos existentes; así como la explotación y valoración de los atractivos turísticos potenciales de las ciudades del país.

- La Educación Moderna, tiende a formar niños, jóvenes y adultos con amplios conocimientos culturales, históricos y técnicos, generando la necesidad de visitar los sitios de interés cultural y científico por los seres humanos, medio más eficaz y concreto de aprendizaje.

- Captar ingresos de los emigrantes, lo que generan al Ecuador. Estos en buena parte se envían a los familiares que los invierten en la educación de niños y jóvenes.

## **DEBILIDADES**

- Las experiencias negativas, que las instituciones educativas han tenido al organizar sus salidas con la ayuda de maestros o padres de familia hacen que por estos antecedentes, no se contraten los servicios de una Operadora o empresa turística.
- Brindar un servicio nuevo e intangible, como es el turismo pedagógico, el que no es un objeto concreto sino una experiencia educativa, cultural, emocional, que dependen de muchos factores, como el clima, sucesos imprevistos, accidentes y el trabajo puntual y efectivo de terceras personas para dar un buen servicio.





## AMENAZAS

- El paradigma, de las personas que piensan que el costo de un paquete turístico en una agencia de viajes u operadora, es más caro que hacerlo por sus propios medios.
- La falta de conciencia, profesionalismo de los chóferes y su negligencia en el mantenimiento de los vehículos genera inseguridad, por que hay que confiar a terceros la seguridad de tantas vidas, en una actividad expuesta a la aventura..
- La inseguridad, que crea el incremento de la delincuencia y la violencia en las ciudades.
- Restricciones a las salidas estudiantiles, por temor a accidentes.
- Las Instituciones educativas, instituyen las salidas, como parte del cronograma de trabajo y fuente de ingresos, sin contratar servicios profesionales.
- Ser nuevos en el Mercado, genera incertidumbre e inseguridad al momento de concretar los servicios.



### **1.3 MISIÓN**

#### **MISIÓN**

**Planificar, investigar, implementar y brindar actividades turísticas, a niños, jóvenes y turistas en general, para satisfacer las necesidades, de conocer y descubrir un entorno, en un marco ético y moral e impulsar al bienestar social de la nación.**

### **1.4 VISIÓN**

#### **VISIÓN**

**Lograr prestigio en el ámbito local, nacional, a través de servicios turísticos profesionales, efectivos, atractivos y productivos, operando exitosamente paquetes para instituciones educativas nacionales e internacionales.**

## 1.5 OBJETIVOS

Realizar actividades turísticas con excelencia, en operación, puntualidad, responsabilidad, modernidad, animación y seguridad.

Promover el Conocimiento, cultural, histórico, geográfico, ecológico y los valores ético y moral, en niños, jóvenes y más grupos de turistas que requieran de los servicios de la Operadora.

Generar Ingresos Económicos, que nos permitan satisfacer a nuestros empleados, clientes, socios y cubrir las necesidades de la empresa.

Contribuir, al Desarrollo Económico, turístico y al bienestar social de la nación.

## 1.6 ASPECTOS LEGALES

Los trámites de constitución de las empresas se los realiza en la Superintendencia de Compañías, aquí se puede optar por una empresa Anónima o Limitada. Siendo la mejor opción la Anónima por las facilidades para la constitución la sociedad, la disolución, cambio o incremento de socios. Los pasos a seguir son los siguientes:

- Abrir una cuenta de Integración de Capital en una Institución Bancaria en un monto de \$800 en efectivo o en activos.
- Hacer la reserva del nombre de empresa en la Superintendencia de compañía.
- Se tramita con un abogado la minuta con los estatutos que regirán a la empresa.
- Se hace la publicación del nombre en el Boletín de Registro Mercantil en la Superintendencia de Compañías, luego de 1 mes si es aprobado. El costo de la publicación es de 20 dólares.
- En la Subsecretaría de Turismo se debe cumplir los siguientes requisitos:

1. Fotocopia certificada de las escrituras de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos si los hubiere.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la oficina de Registro Mercantil.
3. Fotocopia de la cédula de identidad o ciudadanía del Representante Legal.
4. Fotocopia del registro único del contribuyente (RUC).
5. Certificado de afiliación a la Cámara Provincial de Turismo del Guayas.
6. Fotocopia del contrato de compra-venta del negocio.
7. Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento (REGISTRADO) del local donde funciona.
8. Certificado de propiedad Industrial (IEPI), de no encontrarse registrado el de la Razón Social.
9. Detalle del activo fijo de la empresa.



10. Lista de los empleados con su respectivos Currículum.

11. Las dimensiones del local deben ser mínimo de 30m<sup>2</sup>.

12. El Representante legal o Gerente debe presentar certificados de trabajo dos que garanticen su experiencia de 6 años mínimo, y / o título Universitario de Hotelería y Turismo notarizados.

- Luego hay que notarizar la escritura de la compañía.

El costo aproximado de todos los trámites es varia entre \$300 y \$400; el tiempo para la constitución legal de una empresa entre 4 y 6 meses según la agilidad con que se cumplan los requisitos necesarios.

## **CAPITULO II**

### **ANÁLISIS DEL MERCADO TURISMO PEDAGÓGICO**

#### **2.1 TIPO DE CLIENTE**

-Una Operadora de Turismo Pedagógico, debe estar orientada a estudiantes de instituciones educativas de carácter privado, deportivas y afines.

- También debe ofrecer servicios a grupos de turistas en general.

- Se proyecta ofrecer servicios a empresas, asociaciones y más instituciones que necesitan realizar excursiones

#### **2.2 COMPETENCIA**

No existe una empresa especializada en brindar servicios de Turismo Pedagógico, la mayor parte de agencias de viaje, exponen guiones de los sitios más atractivos de la ciudad, con fines comerciales, evitando profundizar en la importancia histórica y culturales de la ciudad.

Sin embargo existen agencias que brindan paquetes turísticos a Instituciones educativas particulares, cuyos destinos son Colombia, Perú, Venezuela entre otros. Entre las más importantes tenemos:

En Guayaquil:

*Delgado Travel*, C.C. Plaza Mayor Lc. 40 Telf. : 2243700 / 2523053.

*Kleintours*, Kennedy Norte Mz. 410 S. 11 Telf. : 2299700.

*Metropolitan Touring*, José de Antepara 915 y 9 de Octubre Telf. : 2320300

*Seitur*, Ubicado en la Av. De las Americas y Plaza Dañin Telf.2294600.

*Situr Club de Viaje*, Víctor Emilio Estrada 722 y Guayacanes Telf. 2881030, entre otras agencias.

En Quito:

*Delgado Travel*, Amazonas 1227 y Froch Telf. : 2520229.

*Kleintours*, Los Shiris 1000 y Holanda Telf. : 2430345.

*Metropolitan Touring*, Av. República de El Salvador 36 - 84 Telf. : 2464780.

*Seitur*, Los Shiris 28 – 11 e Isla Floreana Telf.2434407.

*Situr Club de Viaje*, Colón 535 y 6 de Diciembre Telf. :2521463, entre otras agencias.

En Cuenca:

*Delgado Travel*, Av. Gran Colombia 521 y M. Cuevas Telf. : 839842.

*Kleintours*, Av. Gran Colombia 2150 y Unidad Nacional Telf. : 8343300.



Sin embargo existen agencias que brindan paquetes turísticos a Instituciones educativas particulares, cuyos destinos son Colombia, Perú, Venezuela entre otros. Entre las más importantes tenemos:

En Guayaquil:

*Delgado Travel*, C.C. Plaza Mayor Lc. 40 Telf. : 2243700 / 2523053.

*Kleintours*, Kennedy Norte Mz. 410 S. 11 Telf. : 2299700.

*Metropolitan Touring*, José de Antepara 915 y 9 de Octubre Telf. : 2320300

*Seitur*, Ubicado en la Av. De las Americas y Plaza Dañin Telf.2294600.

*Situr Club de Viaje*, Víctor Emilio Estrada 722 y Guayacanes Telf. 2881030, entre otras agencias.

En Quito:

*Delgado Travel*, Amazonas 1227 y Froch Telf. : 2520229.

*Kleintours*, Los Shiris 1000 y Holanda Telf. : 2430345.

*Metropolitan Touring*, Av. República de El Salvador 36 - 84 Telf. : 2464780.

*Seitur*, Los Shiris 28 – 11 e Isla Floreana Telf.2434407.

*Situr Club de Viaje*, Colón 535 y 6 de Diciembre Telf. :2521463, entre otras agencias.

En Cuenca:

*Delgado Travel*, Av. Gran Colombia 521 y M. Cuevas Telf. : 839842.

*Kleintours*, Av. Gran Colombia 2150 y Unidad Nacional Telf. : 8343300.

*Metropolitan Touring, Sucre, 662 Telf. : 831463.*



## 2.3 PROYECCIONES Y TENDENCIAS

- **Globalización**, presiona a las instituciones educativas de los países en desarrollo, a formar a sus estudiantes con una visión amplia, versátil, practica y humanística. Para lograrlo se apoyan en trabajos grupales, de campo, de interacción y técnicos. Tendiendo a incrementar el conocimiento presencial de los avances, el medio social, histórico, ecológico, geográfico y científico que los rodea dando gran posibilidad a las operadoras de turismo pedagógico.

- **Las empresas**, día a día tienden a mejorar el medio laboral y social de sus miembros, para lograrlo, dictan cursos de mejoramiento del personal, realizan excursiones y reuniones para mejorar el rendimiento en sus trabajos, deben hacerse acreedoras a Sellos Internacionales de calidad como los ISO, que aseguran la excelencia de los productos, les dan prestigio, ganan clientes e incrementan sus ingresos.

- **Avance en las comunicaciones**, presiona a las empresas Turísticas a lograr excelencia en sus servicios, por lo que en el mercado Turístico se puede ver la tendencia a especializarse en los productos que ofrecen, existen



**Gráfico de Comparación entre el Numero de Estudiantes y el Valor de la Pensión en dólares de Escuelas Particulares de Guayaquil**

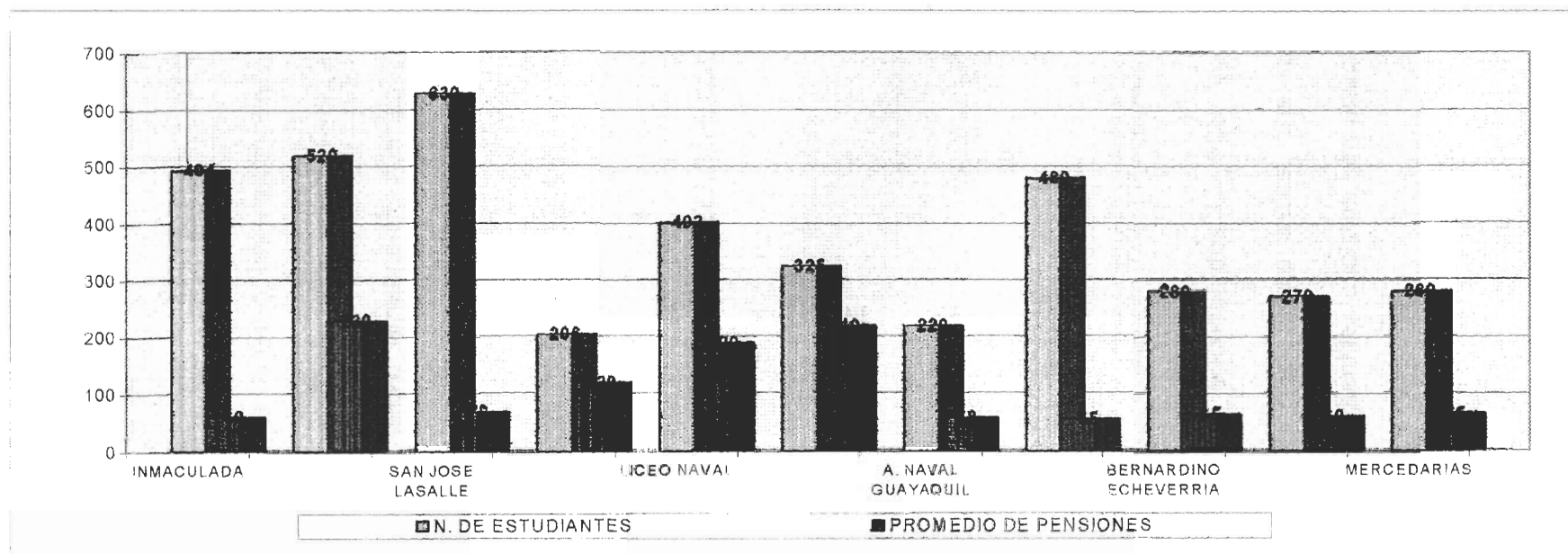


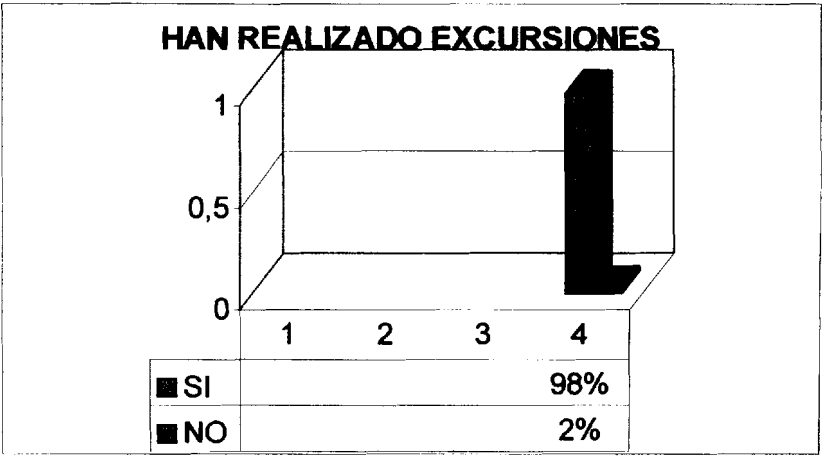
Gráfico N.1 Fuente: Entrevista realizada a 11 Escuelas Particulares  
Elaborado : ESPOL – UICUR Egresada, Noemí Medina

**RESULTADOS DE 100 ENCUESTAS REALIZADAS A LOS  
ESTUDIANTES DE ESCUELAS PARTICULARES DE  
GUAYAQUIL**

Entre 7 y 12 años de edad, de sexo masculino y femenino, que durante el período lectivo realicen 1 ó más excursiones de los Colegios Inmaculada, San José La Salle, Americano, Alemán Humboldt y Academia Naval Ilingworth.

**1.- ¿HA REALIZADO PASEOS CON SUS COMPAÑEROS?**

En porcentaje



*Gráfico N.2 Fuente: Encuesta a 100 Estudiantes de Escuelas Particulares de Guayaquil.  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina*

De los escolares encuestados un 98% ya ha realizado algún tipo de excursión y un bajo índice indica que no, 2%. Denotando que las excursiones estudiantiles esclares son practicadas por un alto porcentaje de instituciones.

2.- ¿QUÈ FUE LO QUE MÁS LE GUSTÓ DEL PASEO?

En porcentaje

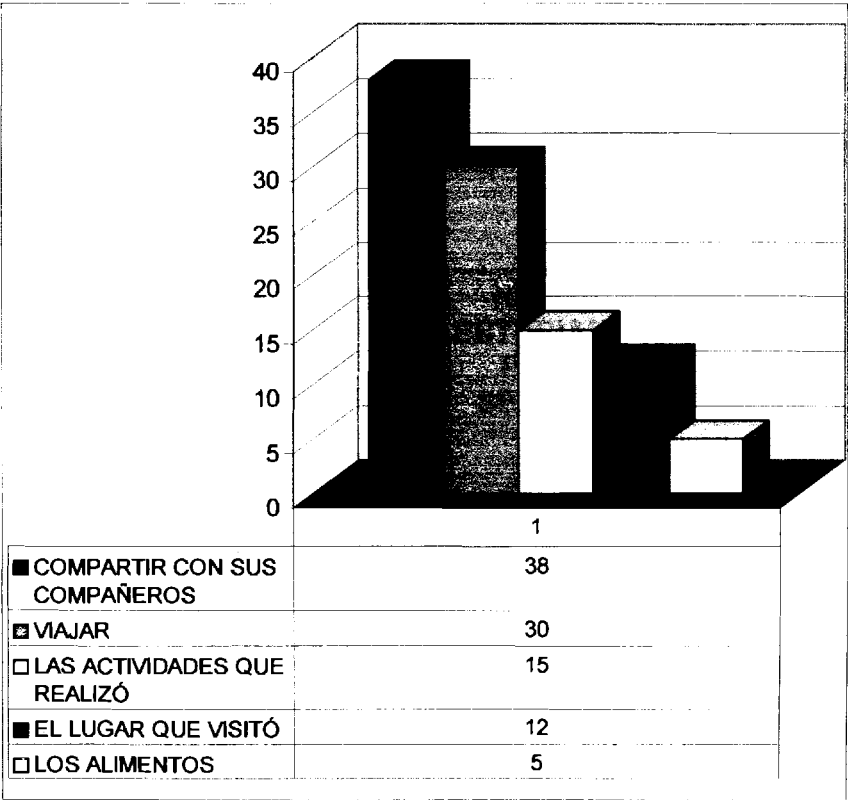


Gráfico N.3 Fuente: Encuesta a 100 Estudiantes de Escuelas Particulares de Guayaquil.  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

La preferencia de los niños en una excursión es compartir con sus compañeros con un 38%, seguido por el entusiasmo de viajar con un 30%, el 15% las actividades que realizó, un 12% opina que el lugar que se visita, restándole importancia la alimentación con un 5%.

**Estudio de Mercado Potencial Estudiantes de Colegios Particulares Locales**, de sexo masculino y femenino, entre 11 y 19 años de edad, que durante el periodo lectivo realicen 1 ó más excursiones.

**B) Segmento Estudiantes de Colegios Particulares de Guayaquil**

| COLEGIOS                | NUMERO DE ESTUDIANTES DE PRIMERO A SEXTO CURSO | PROMEDIO DE PENSIONES MENSUALES |
|-------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------|
| INMACULADA              | 560                                            | 70                              |
| ALEMAN HUMBOLDT         | 580                                            | 230                             |
| SAN JOSE LA SALLE       | 780                                            | 75                              |
| ESPIRITU SANTO          | 250                                            | 206                             |
| LICEO NAVAL             | 480                                            | 190                             |
| AMERICANO               | 360                                            | 219                             |
| COPOL                   | 585                                            | 175                             |
| A. NAVAL A. ILLINGWORTH | 560                                            | 60                              |
| BERNARDINO ECHEVERRIA   | 350                                            | 70                              |
| PROVIDENCIA             | 290                                            | 75                              |

También se debe incluir a otras Instituciones educativas particulares como el Sek, Logos, Balandra, Jefferson, Interamericano, entre otros.

En el siguiente gráfico, podemos ver que el colegio con mayor numero de niños es el Colegio San José La Salle y el colegio que tiene los costos más altos en pensiones es el colegio Alemán, estos datos son elementales para conocer el numero de clientes potenciales y el costo que se debe estipular los paquetes.

## COMPARACIÓN ENTRE EL NÚMERO DE ESTUDIANTES Y EL VALOR DE LAS PENSIONES EN DÓLARES

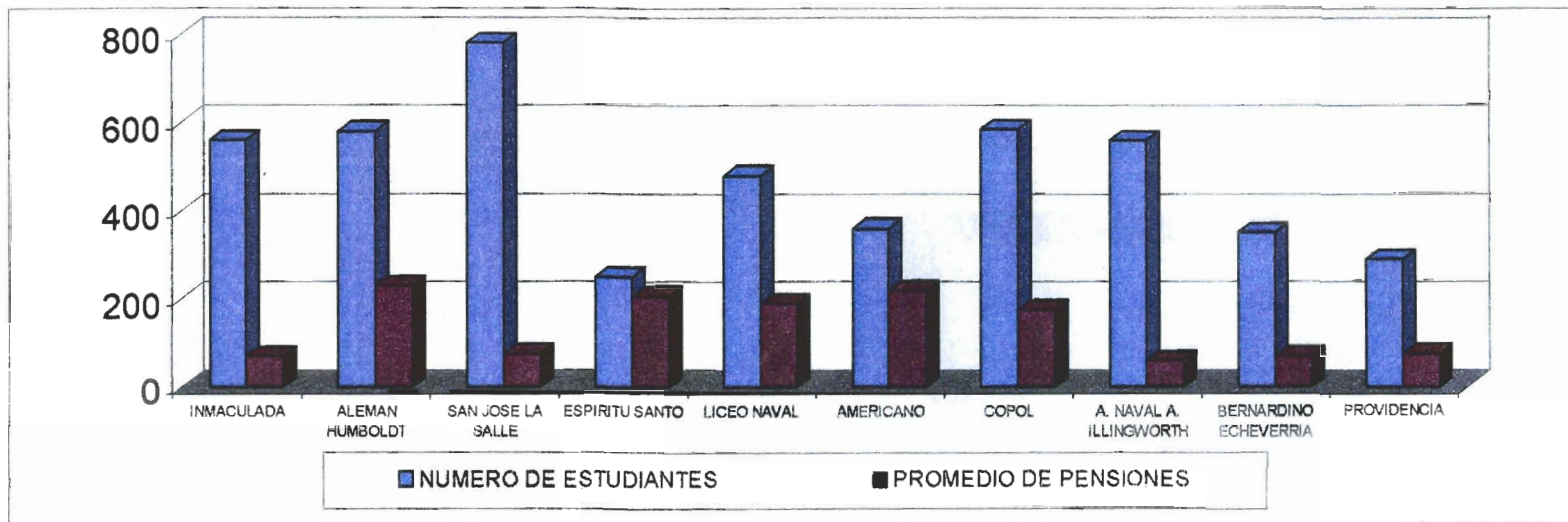
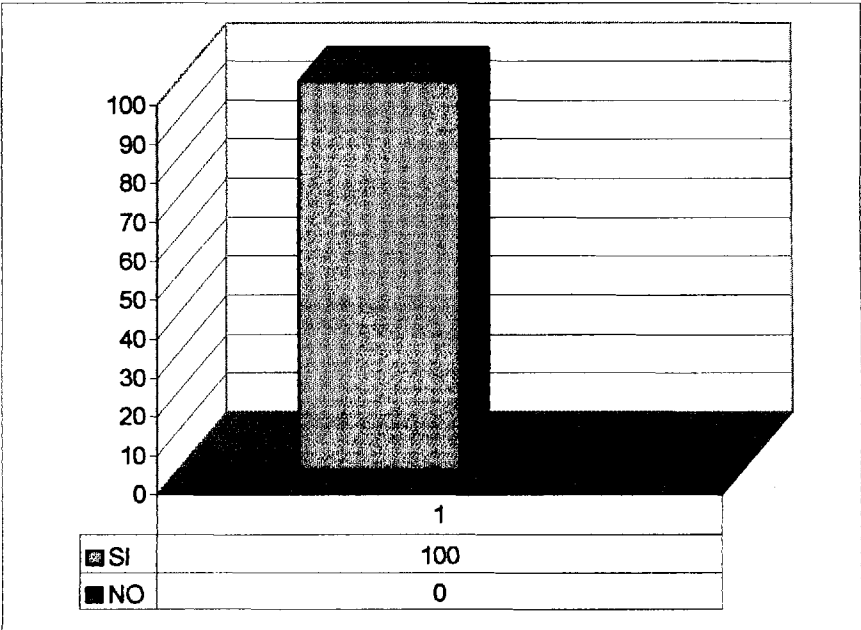


Gráfico N. 8 Fuente: Entrevista Realizada a 11 Colegios Particulares  
Elaborado : ESPOL -- LICTUR, Egresada, Noemí Medina

**RESULTADOS DE 100 ENCUESTAS REALIZADAS A LOS  
ESTUDIANTES DE COLEGIOS PARTICULARES DE  
GUAYAQUIL**

Edades entre 11 y 19 años, de sexo masculino y femenino, que durante el período lectivo realicen 1 ó más excursiones de los Colegios La Inmaculada, San José La Salle, Americano, Alemán Humboldt, Academia Naval Ilingworth y Espíritu Santo.

**1.- ¿HA REALIZADO EXCURSIONES CON SUS COMPAÑEROS?**



*Gráfico N. 9    Fuente:* Encuesta realizada a 100 estudiantes de colegios particulares  
*Elaborado :* ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

De los estudiantes de colegios encuestados el 100% han realizado excursiones locales en alguna de las instituciones educativas que ha incursionado.



2.- ¿QUÈ FUE LO QUE MÁS LE GUSTÓ DEL VIAJE?

En porcentajes

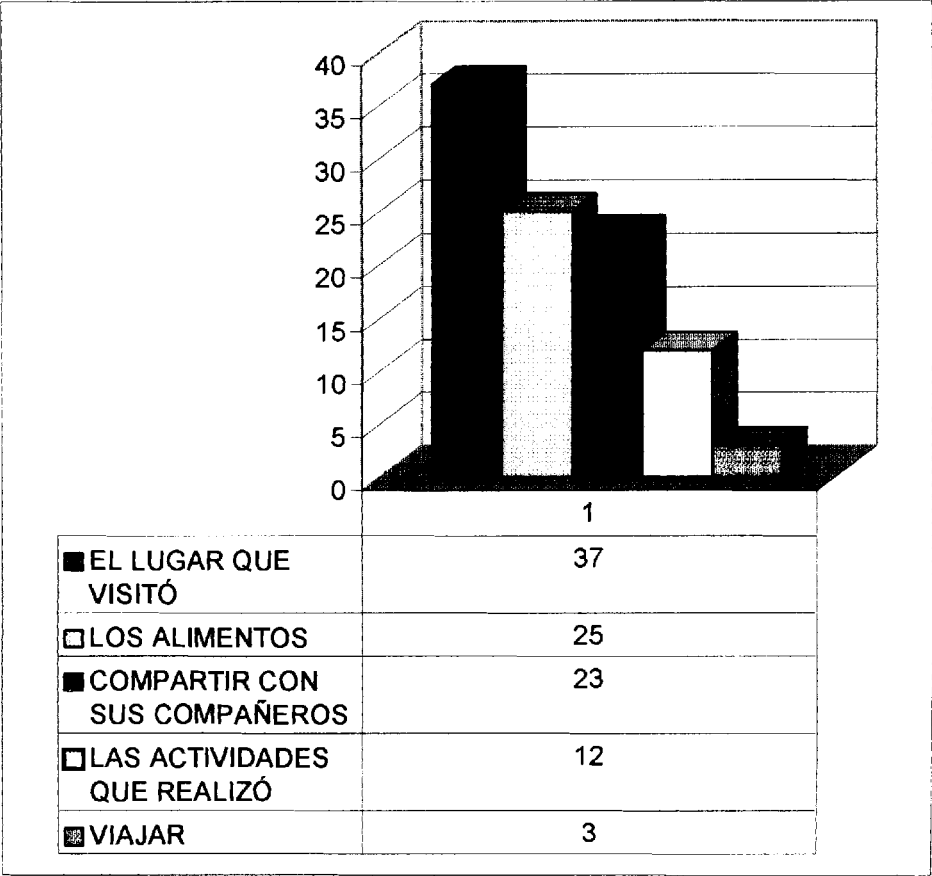


Gráfico N. 10 Fuente: Encuesta realizada a 100 estudiantes de colegios particulares  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

Los jóvenes entrevistados opinan un 37% que es muy importante el lugar que se visita, luego los alimentos con un 25%, compartir con los compañeros un 23%, 12% las actividades que se realiza y solamente el 3% el hecho de viajar.



RESERVADO

2.- ¿QUÈ FUE LO QUE MÁS LE GUSTÓ DEL VIAJE?

En porcentajes

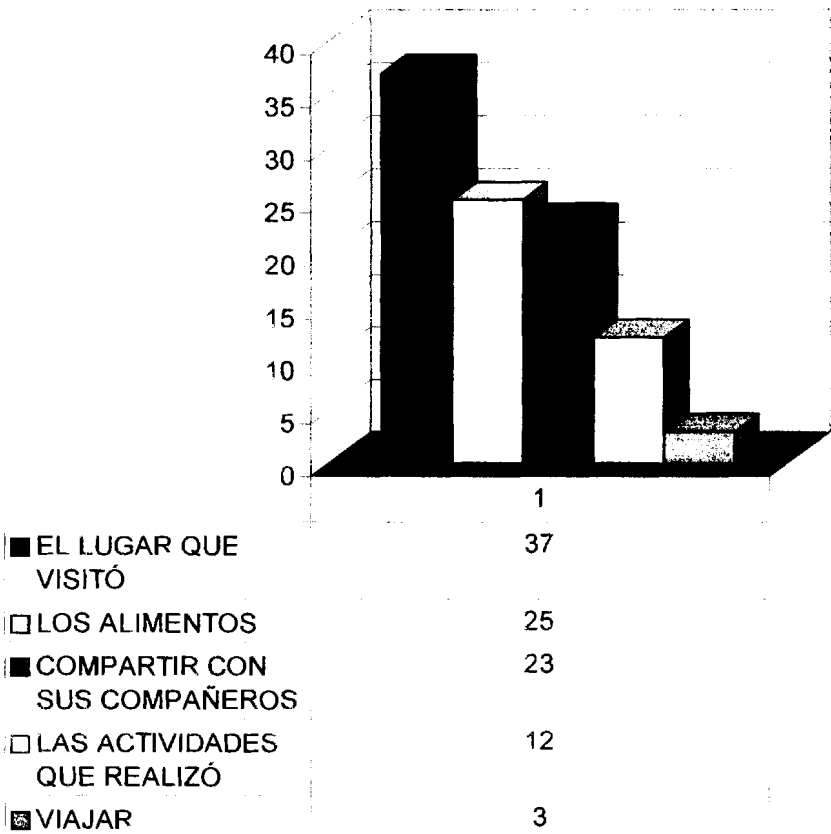


Gráfico N. 10 Fuente: Encuesta realizada a 100 estudiantes de colegios particulares  
Elaborado : ESPOL -- LICTUR, Egresada, Noemí Medina

Los jóvenes entrevistados opinan un 37% que es muy importante el lugar que se visita, luego los alimentos con un 25%, compartir con los compañeros un 23%, 12% las actividades que se realiza y solamente el 3% el hecho de viajar.

3.- ¿DÓNDE LE GUSTARÍA VIAJAR CON SUS COMPAÑEROS?

En Porcentaje

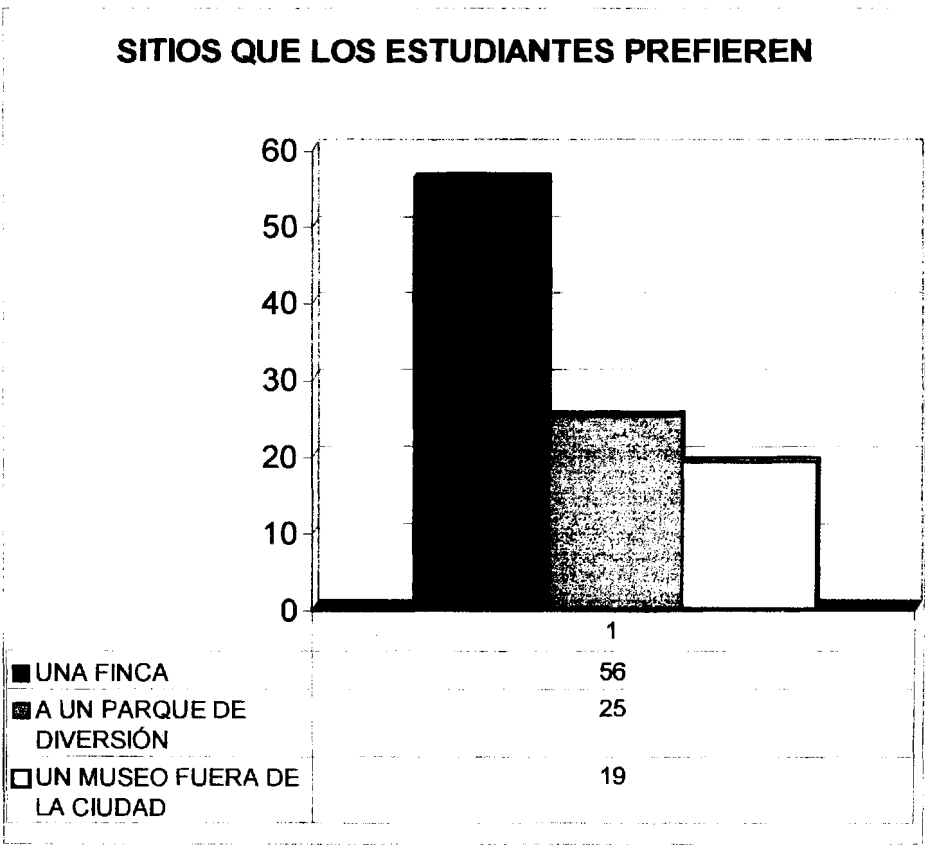


Gráfico N. 11 Fuente: Encuesta realizada a 100 estudiantes de colegios particulares  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

Una finca sería el lugar preferido para los jóvenes con un 56%, los parques de diversión con 25% y los museos fuera de la ciudad con 19%.

4.- ¿CREE USTED QUE ES MÁS FÁCIL APRENDER?

En porcentaje

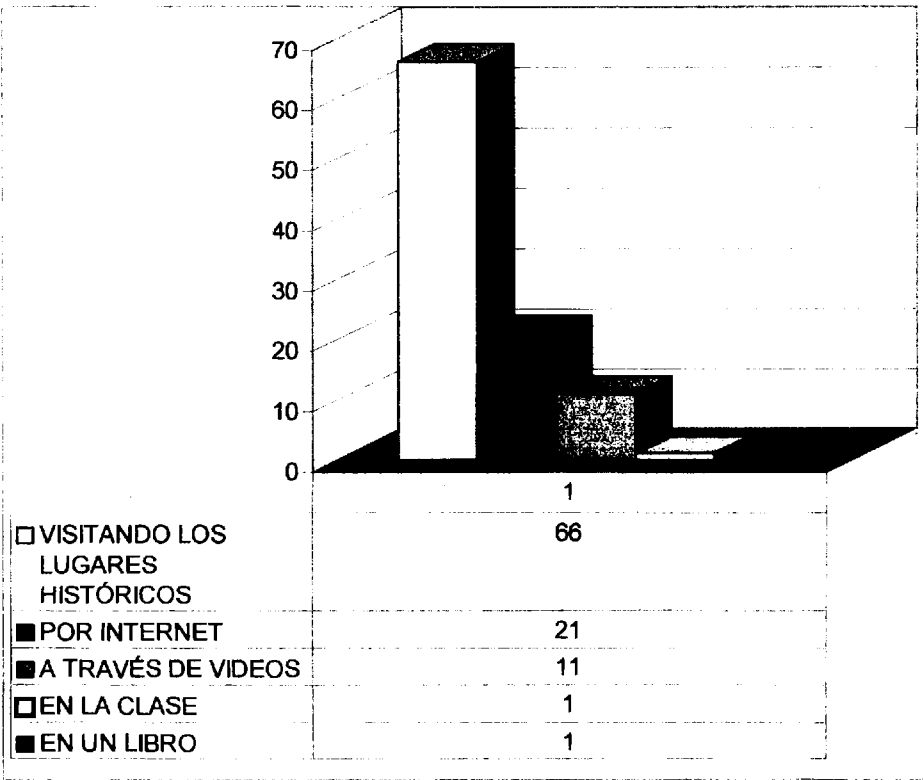
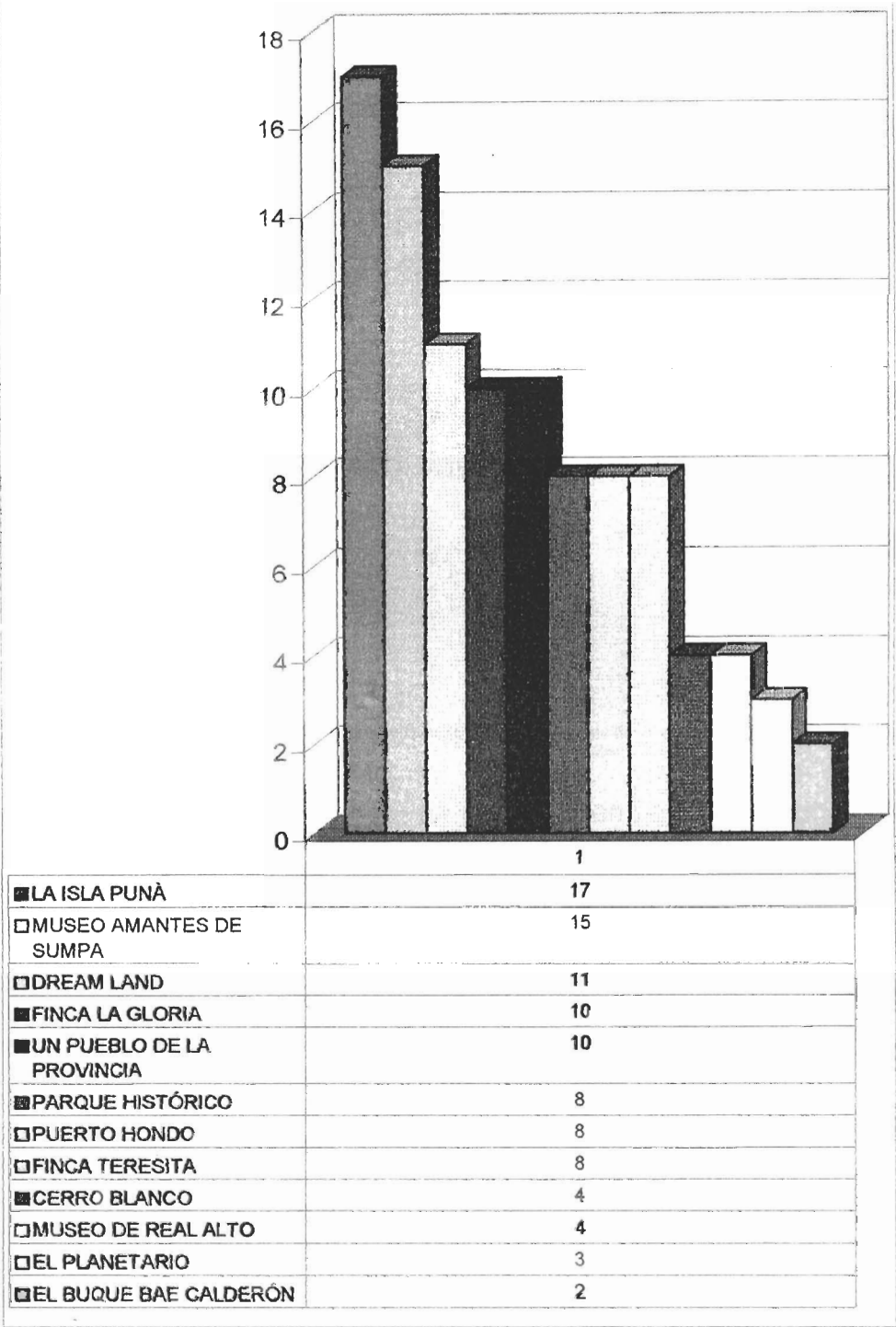


Gráfico N. 12 Fuente: Encuesta realizada a 100 estudiantes de colegios particulares  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

El método que los jóvenes opinan que sería el mejor es el presencial en los lugares u objetos de aprendizaje con 66%, el Internet con 21%, los videos con el 11% , las clases y los libros con el 1%.

En porcentaje

ATRATIVOS QUE PREFIEREN LOS COLEGIALES

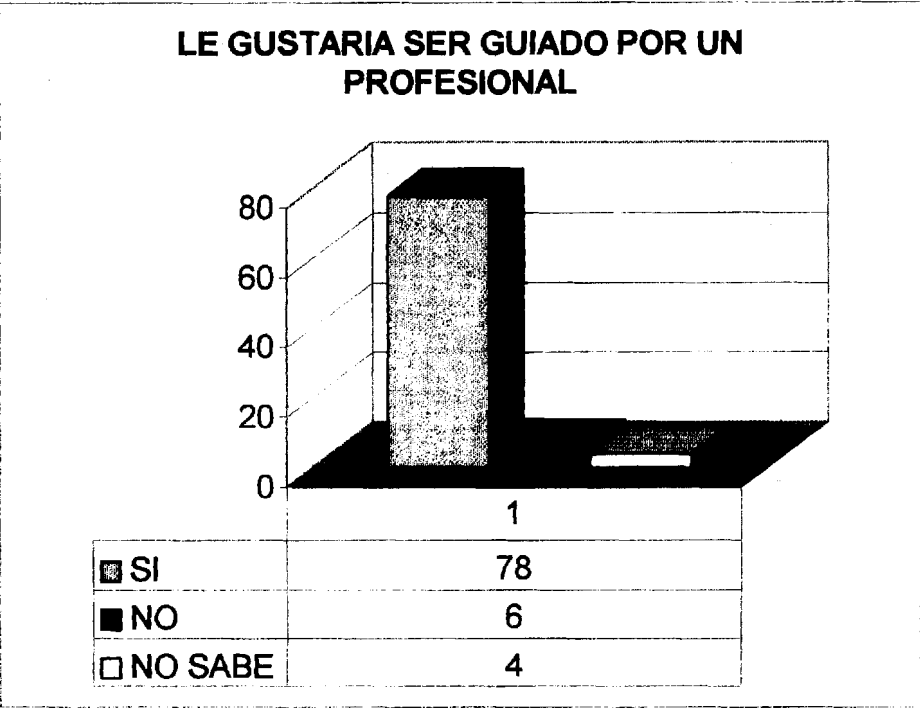


Gráfica N.º 4 Fuente: Encuesta realizada a 100 estudiantes de colegios particulares  
Elaborado : ESPOL – LICTUR. Egresada, Noemí Medina



7.- ¿DESEARÍAS EXPERIMENTAR UN TOUR CON GUÍAS TURÍSTICOS?

En porcentaje



*Gráfico N.15      Fuente:* Encuesta realizada a 100 estudiantes de colegios particulares  
*Elaborado :* ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

El 78% de los encuestados desearían participar en un tour guiado, el 6% no y 4% no sabe. Existiendo una gran aceptación por la guianza profesional.

**C) Estudio de Mercado Potencial Estudiantes de Universidades Locales,** de carreras autofinanciadas, sexo masculino y femenino, entre 17 y 30 años de edad, que durante el periodo lectivo realizan 1 ó más excursiones.

Segmento Estudiantes de Universidades de Guayaquil

| UNIVERSIDADES                                         | NUMERO DE ESTUDIANTES | PROMEDIO DE PENSIONES SEMESTRALES |
|-------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| ESPÍRITU SANTO                                        | 280                   | 590                               |
| U. CASA GRANDE                                        | 296                   | 1300                              |
| ESPOL<br>(carreras autofinanciadas del ICHE y LICTUR) | 350                   | 580                               |
| U. DE GUAYAQUIL                                       | 760                   | 190                               |
| CATÓLICA                                              | 585                   | 498                               |
| VICENTE ROCAFUERTE                                    | 585                   | 350                               |
| U. P. LOJA                                            | 380                   | 380                               |



COMPARACION ENTRE EL NUMERO DE ESTUDIANTES Y EL VALOR SEMESTRAL

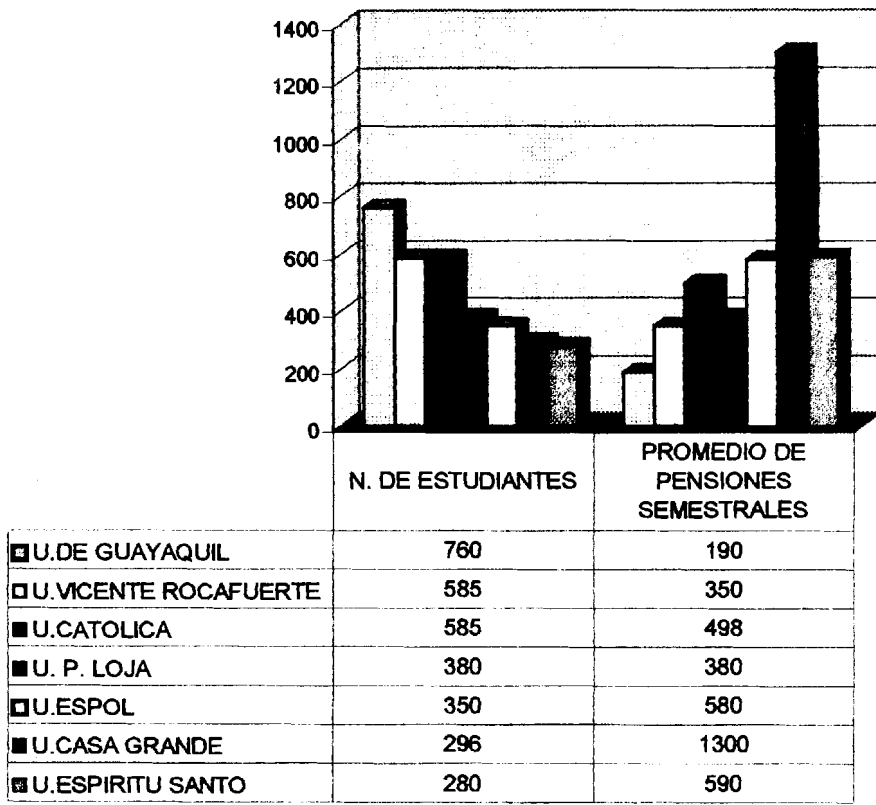


Gráfico N. 16 Fuente: Entrevista Realizada a 7 Universidades y de Facultades de Carreras Autofinanciadas de Guayaquil.  
Elaborado : ESPOL - LICTUR, Egresada, Noemí Medina

**RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A 100 ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES PARTICULARES DE GUAYAQUIL**

De carreras autofinanciadas, sexo masculino y femenino, entre 17 y 30 años de edad, que durante el periodo lectivo realizan 1 ó más excursiones.

**1.- ¿HA REALIZADO EXCURSIONES SUS COMPAÑEROS?**

En porcentaje

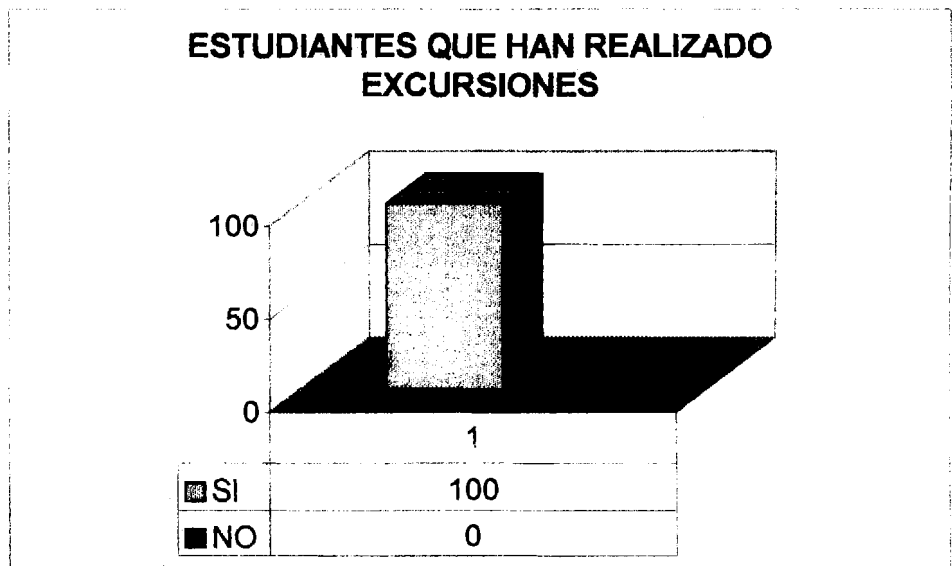


Gráfico N. 17 Fuente: Entrevista Realizada a 7 Universidades y de Facultades de Carreras Autofinanciadas de Guayaquil.  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

Todos los estudiantes de universitarios han realizado excursiones en las instituciones que han realizado sus estudios.

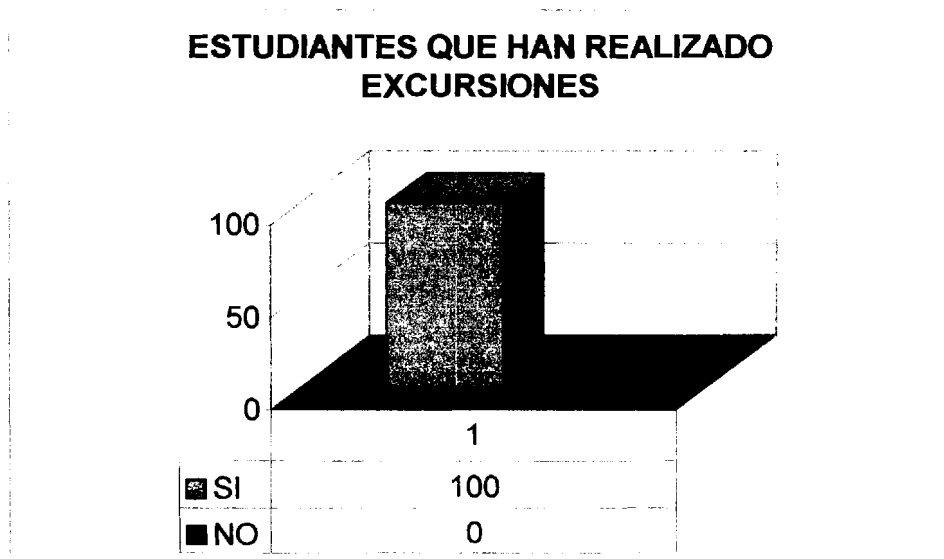


## RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A 100 ESTUDIANTES DE UNIVERSIDADES PARTICULARES DE GUAYAQUIL

De carreras autofinanciadas, sexo masculino y femenino, entre 17 y 30 años de edad, que durante el periodo lectivo realizan 1 ó más excursiones.

### 1.- ¿HA REALIZADO EXCURSIONES SUS COMPAÑEROS?

En porcentaje



**Gráfico N. 17** Fuente: Entrevista Realizada a 7 Universidades y de Facultades de Carreras Autofinanciadas de Guayaquil.  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

Todos los estudiantes de universitarios han realizado excursiones en las instituciones que han realizado sus estudios.

2.- ¿QUÉ FUE LO QUE MÁS LE GUSTÓ DEL VIAJE?  
En porcentaje

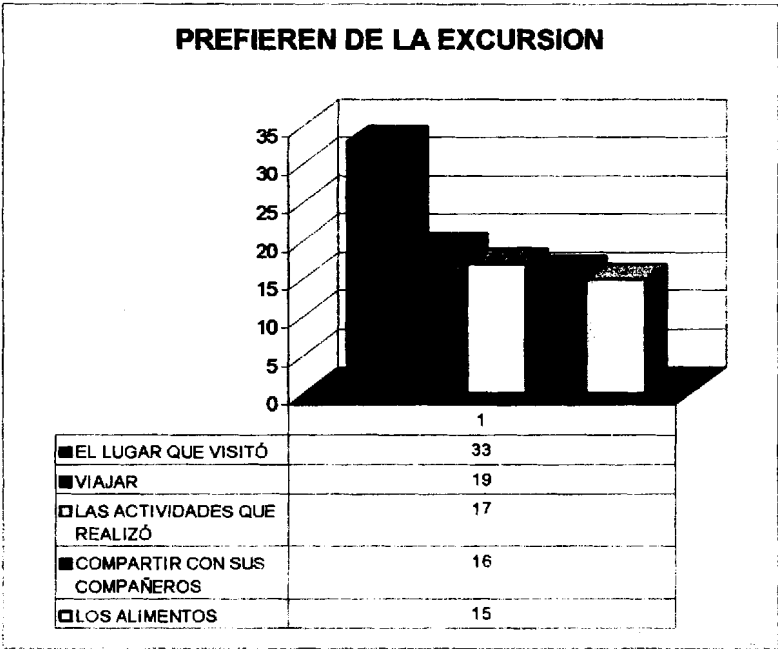


Gráfico N. 18 Fuente: Entrevista realizada a 7 Universidades y de Facultades Potenciales para Realizar Tours  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

El 33 % de los universitarios opinan que lo mejor de la experiencia de viajar es el lugar que se visita.

3.- ¿DÓNDE LE GUSTARÍA VIAJAR CON SUS COMPAÑEROS?  
En porcentaje

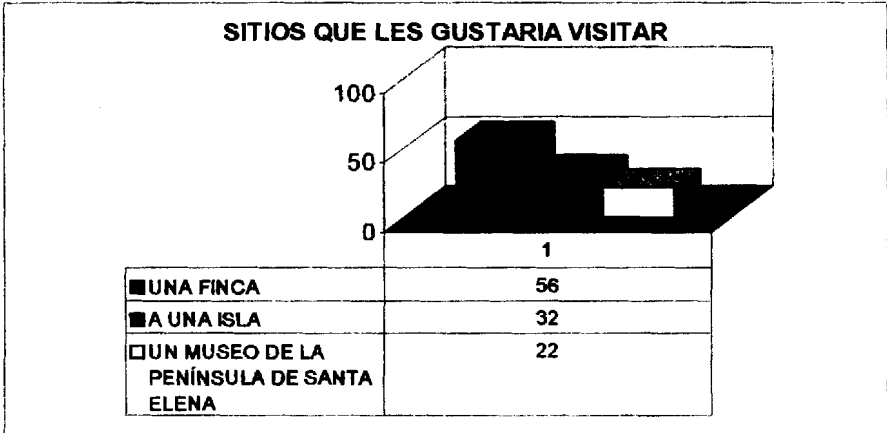


Gráfico N.19 Fuente: Encuesta Realizada a 100 Estudiantes de Universidades, de Carreras Autofinanciadas de Guayaquil.  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina



Un 56% opina que una finca sería un buen lugar para una excursión de jóvenes, un 32 % una Isla y un 22% visitar los museos de la Península.

4.- ¿CREE USTED QUE SE APRENDE CON MAYOR FACILIDAD?

En porcentaje

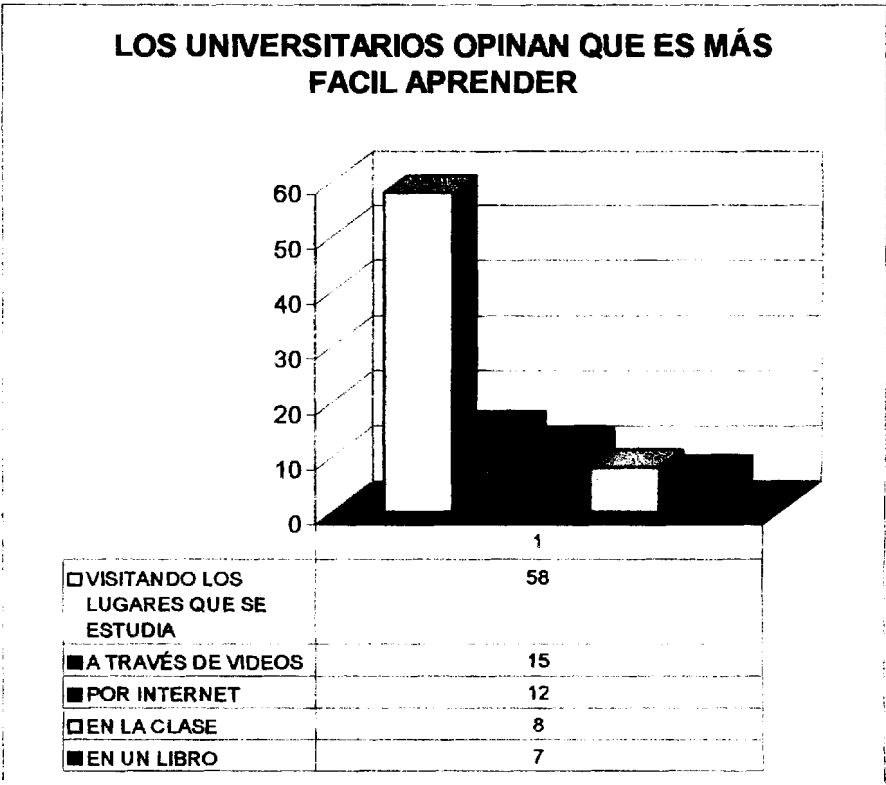


Gráfico N. 20 Fuente: Encuesta Realizada a 100 Estudiantes de Universidades, de Carreras Autofinanciadas de Guayaquil  
Elaborado : ESPOL – LICTUR, Egresada, Noemí Medina

El 58% de los jóvenes dicen que la mejor forma de aprender es visitando los lugares, el 15% a través de videos, el 12% por medio de Internet, un 8% en las clases y un 7 % por medio de los libros.

5.- ¿CREE USTED QUE SE APRENDE CON MAYOR FACILIDAD?

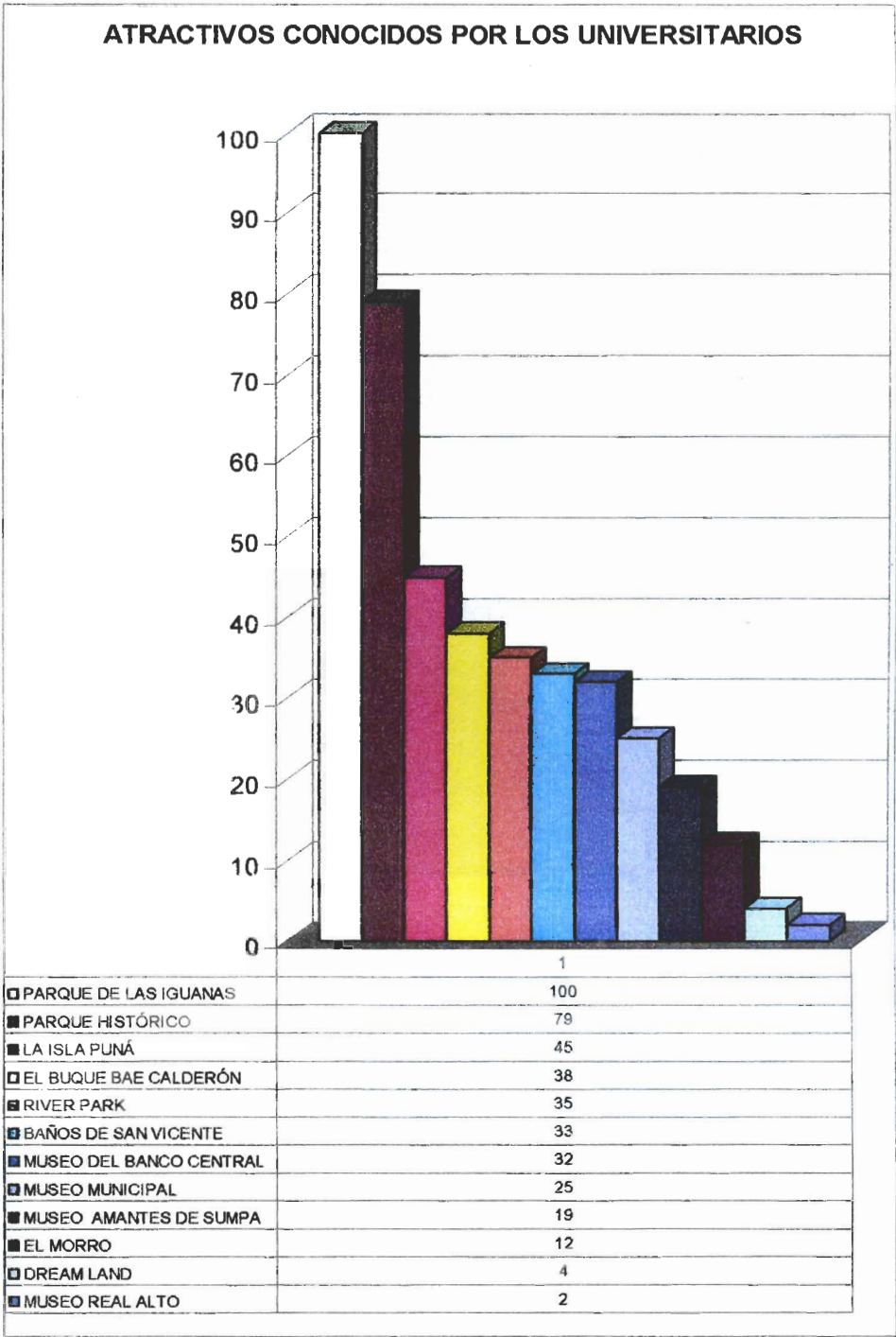


Gráfico N. 21      Fuente: Encuesta Realizada a 100 Estudiantes de Universidades, de Carreras Autofinanciadas de Guayaquil.  
Elaborado : ESPOL – LICTUR. Egresada, Noemí Medina

En porcentaje

### SITIOS QUE LES GUSTARIA VISITAR A LOS UNIVERSITARIOS

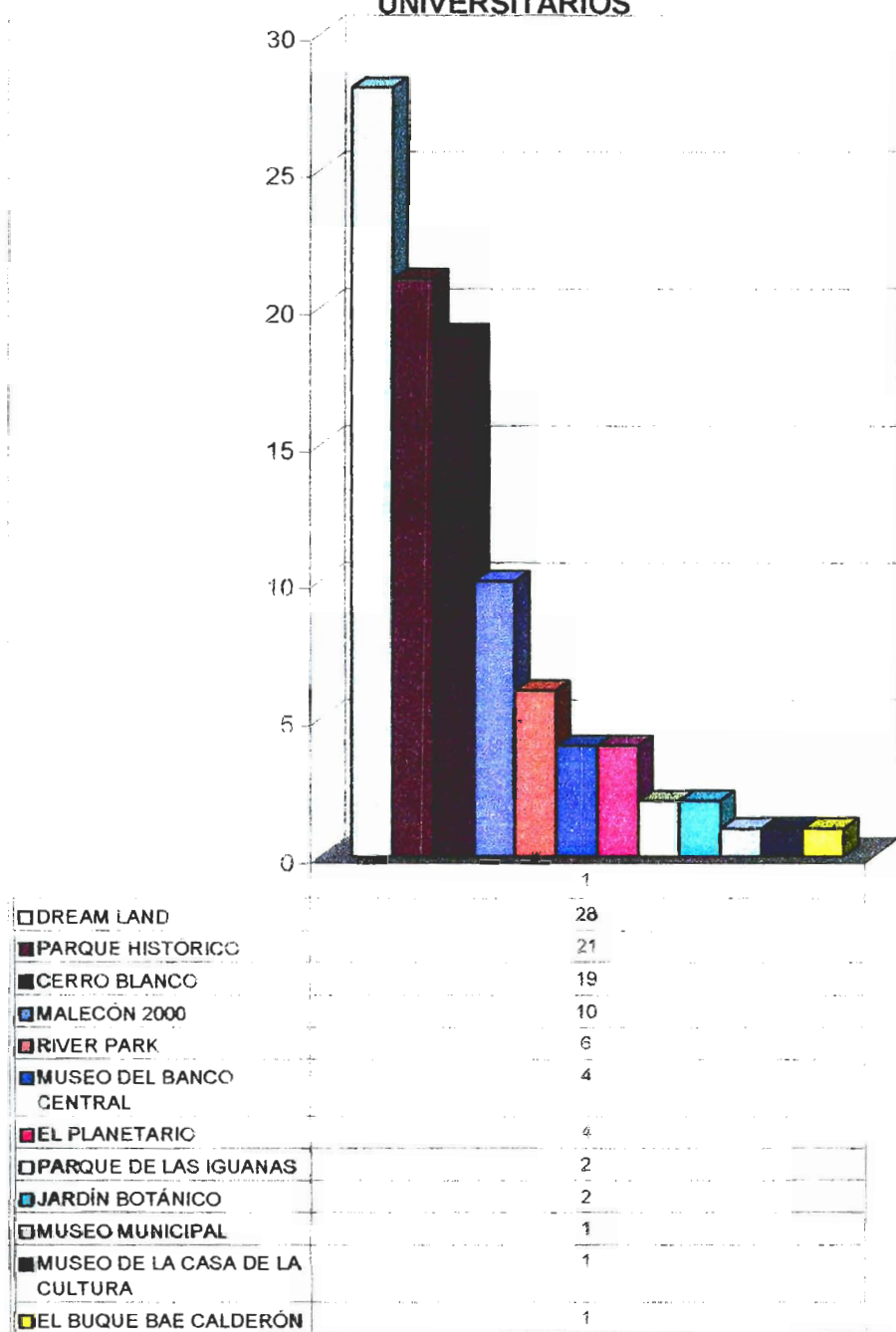
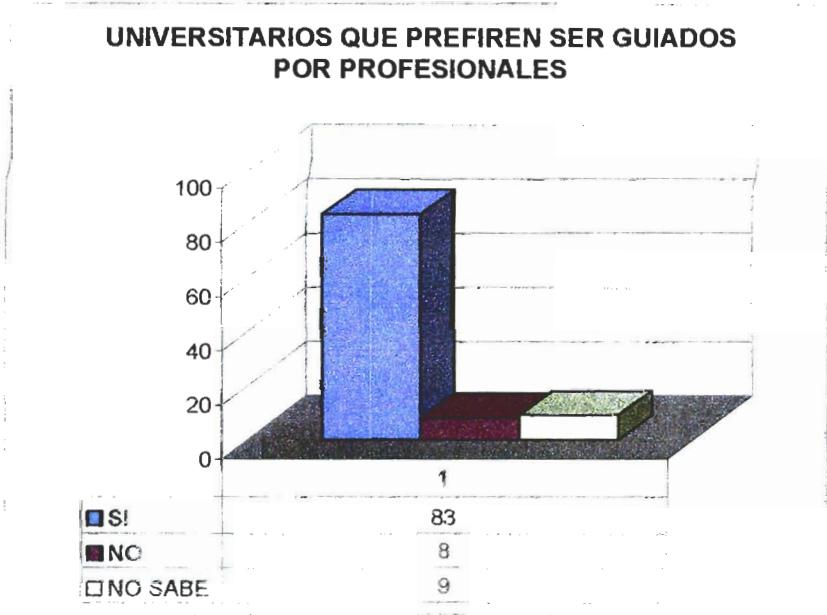


Gráfico N. 22 Fuente: Encuesta Realizada a 100 Estudiantes de Universidades, de Carreras Autofinanciadas de Guayaquil  
Elaborado: ESPOL - LICTUR, Egresada: Noemí Medina

## 7.- ¿DESEARÍA VIAJAR EN UN TOUR CON GUÍAS TURÍSTICOS?



CIB-ESPOI

**Gráfico N. 25** Fuente: Encuesta Realizada a 100 Estudiantes de Universidades, de Carreras Autofinanciadas de Guayaquil  
Elaborado: ESPOL - LICTUR. Egresada, Noemí Medina

El 83% de los Universitarios creen que un tour guiado por profesionales es mucho mejor, el 8% no y 9% no sabe. El 100% de los encuestados han realizado excursiones.



CIB-ESPOI

Los 100 universitarios entrevistados conocen el Parque Seminario o Parque de las Iguanas, 79 el Parque, La Isla Puná 45, Buque BAE Calderón 38, River Park 35, Baños de San Vicente 33, Museo del Banco Central 32, Museo Municipal 25, Museo Amantes de Sumpa 19, El Morro 12, Dream Land 4, Museo de Real Alto 2. Denotando que este segmento del mercado conoce la mayor parte de atractivos locales, por lo que serían clientes potenciales para Tours de más de un día de duración.

#### **6.- ¿CUÁL DE ESTOS SITIOS LE GUSTARÍA VISITAR?**

De los sitios turísticos locales los jóvenes prefieren un 28% Dream Land un 21 % Parque Histórico, 19% Cerro Blanco, 10 % Malecón 2000, 6% Rever Par, 2% el Parque de las Iguanas y Jardín Botánico, y 1% Museo del Banco Central, Museo Municipal, Museo de la Casa de la Cultura y Buque Bae Calderón. A los jóvenes de los atractivos locales les atrae los recién inaugurados, los que les ofrece contacto con la naturaleza y mayor campo de actividades, por tanto para ellos se debería organizar excursiones o tours fuera de la ciudad, en lo que tengan contacto con la naturales y puedan desarrollar actividades no comunes.

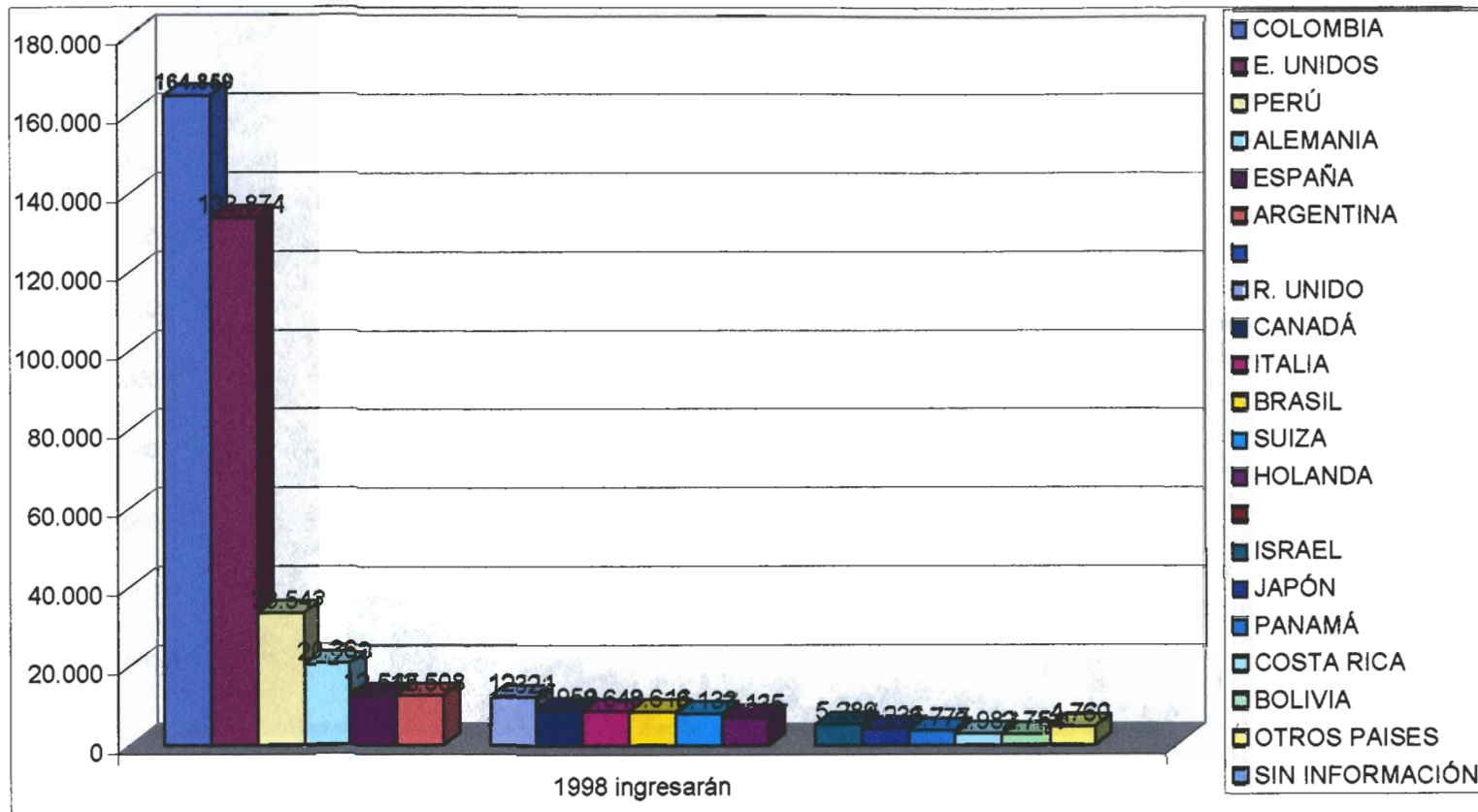
**INGRESO DE TURISTAS AL ECUADOR POR PAISES DE PROCEDENCIA  
ENTRE LOS AÑOS 1998 Y 2001**

| PAÍSES          | 1998 ingresarán | En %          | 1999 ingresarán | En %       | 2000<br>ingresarán | En %       | 2001<br>ingresarán | En %       |
|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|------------|--------------------|------------|--------------------|------------|
| COLOMBIA        | 164.859         | 36,21         | 198.340         | 34,35      | 272.850            | 43,29      | 386.432            | 50,08      |
| E. UNIDOS       | 133.874         | 29,40         | 145.870         | 25,27      | 147.220            | 23,36      | 156.980            | 20,35      |
| PERÚ            | 33.543          | 7,37          | 48.543          | 8,41       | 12.954             | 2,06       | 8.700              | 1,13       |
| ALEMANIA        | 20.363          | 4,47          | 35.363          | 6,13       | 45.876             | 7,28       | 48.760             | 6,32       |
| ESPAÑA          | 12.545          | 2,76          | 24.006          | 4,16       | 25.356             | 4,02       | 27.350             | 3,54       |
| ARGENTINA       | 12.508          | 2,75          | 15.689          | 2,72       | 17.039             | 2,70       | 12.222             | 1,58       |
|                 |                 |               |                 |            |                    |            |                    |            |
| R. UNIDO        | 12321           | 2,71          | 14.301          | 2,48       | 15.651             | 2,48       | 16.349             | 2,12       |
| CANADÁ          | 8.950           | 1,97          | 10.930          | 1,89       | 12.280             | 1,95       | 12.978             | 1,68       |
| ITALIA          | 8.640           | 1,90          | 9.208           | 1,59       | 10.558             | 1,68       | 11.256             | 1,46       |
| BRASIL          | 8.616           | 1,89          | 9.184           | 1,59       | 9.650              | 1,53       | 10.348             | 1,34       |
| SUIZA           | 8.133           | 1,79          | 8.701           | 1,51       | 12.666             | 2,01       | 15.980             | 2,07       |
| HOLANDA         | 7.135           | 1,57          | 7.980           | 1,38       | 9.870              | 1,57       | 12.362             | 1,60       |
|                 |                 |               |                 |            |                    |            |                    |            |
| ISRAEL          | 5.289           | 1,16          | 5.857           | 1,01       | 8.976              | 1,42       | 13.560             | 1,76       |
| JAPÓN           | 4.236           | 0,93          | 7.360           | 1,27       | 9.149              | 1,45       | 15.690             | 2,03       |
| PANAMÁ          | 3.777           | 0,83          | 4.345           | 0,75       | 6.134              | 0,97       | 7.364              | 0,95       |
| COSTA RICA      | 2.982           | 0,65          | 3.550           | 0,61       | 5.339              | 0,85       | 6.569              | 0,85       |
| BOLIVIA         | 2.754           | 0,60          | 3.322           | 0,58       | 5.111              | 0,81       | 6.341              | 0,82       |
| OTROS PAISES    | 4.760           | 1,05          | 23.549          | 4,08       | 2.200              | 0,35       | 1.100              | 0,14       |
| SIN INFORMACIÓN |                 |               | 1.240           | 0,21       | 1.345              | 0,21       | 1.230              | 0,16       |
| <b>TOTAL</b>    | <b>455.285</b>  | <b>100,00</b> | <b>577.338</b>  | <b>100</b> | <b>630.224</b>     | <b>100</b> | <b>771.571</b>     | <b>100</b> |

FUENTE: ANUARIO DE ESTADÍSTICAS DE MIGRACIÓN INTERNACIONAL INEC  
ELABORACIÓN: DIVISIÓN DE ESTADÍSTICAS E INFORMÁTICA MIT

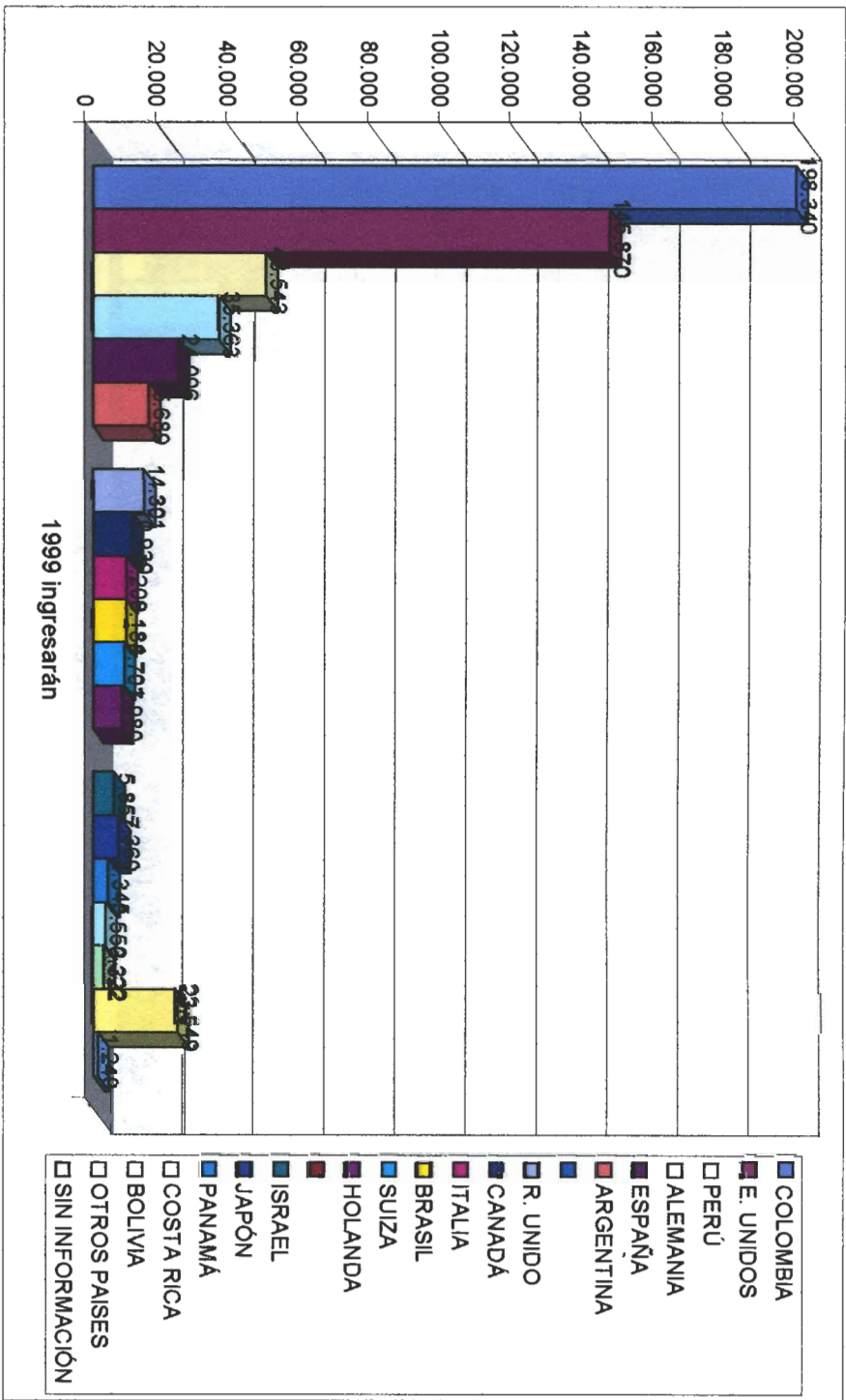


# **CUADROS ESTADÍSTICOS BASADOS DE INGRESOS DE TURISTAS AL ECUADOR POR SU PROCEDENCIA** **Ingreso de Turistas en 1998**



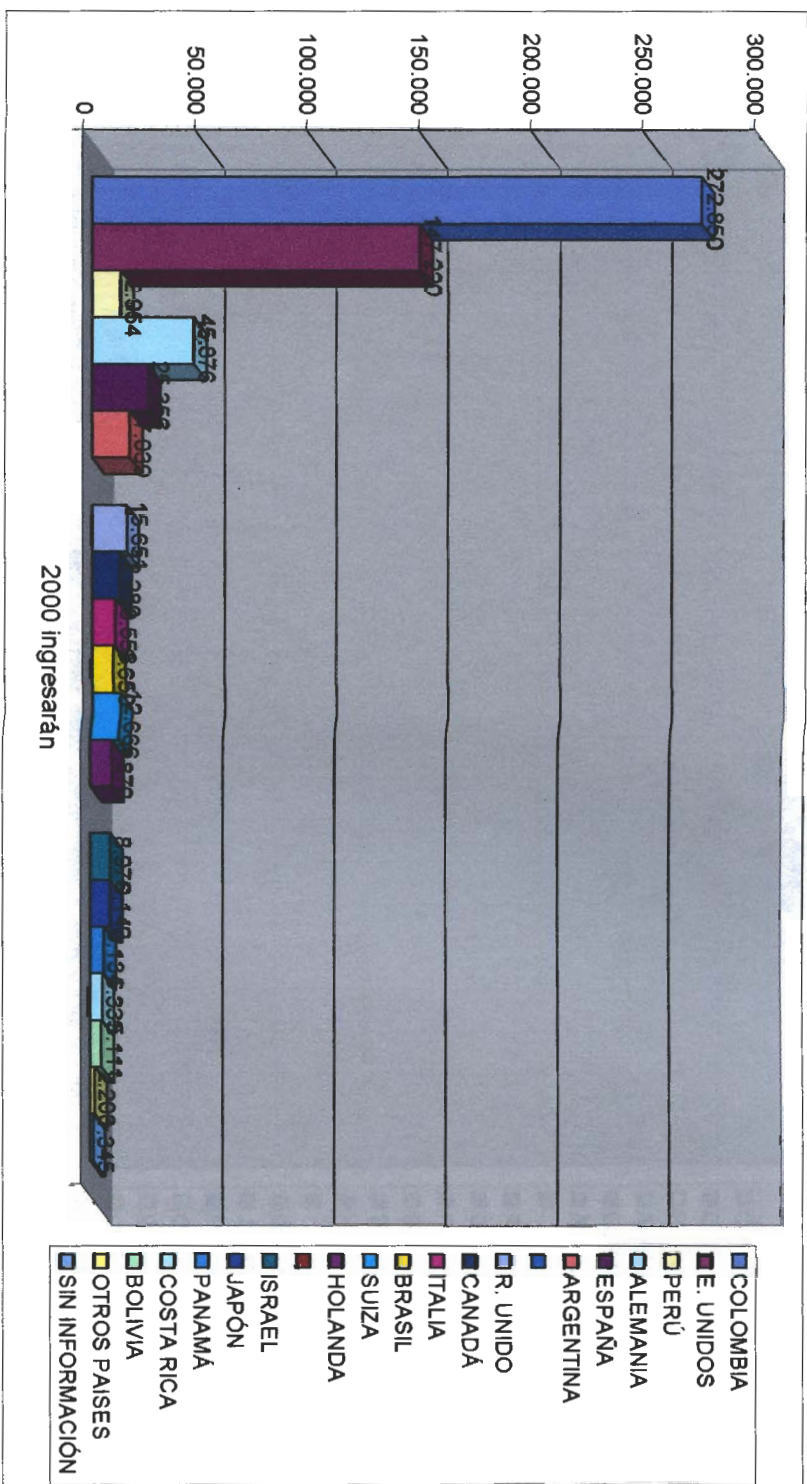


### INGRESO DE TURISTAS EN EL 1999

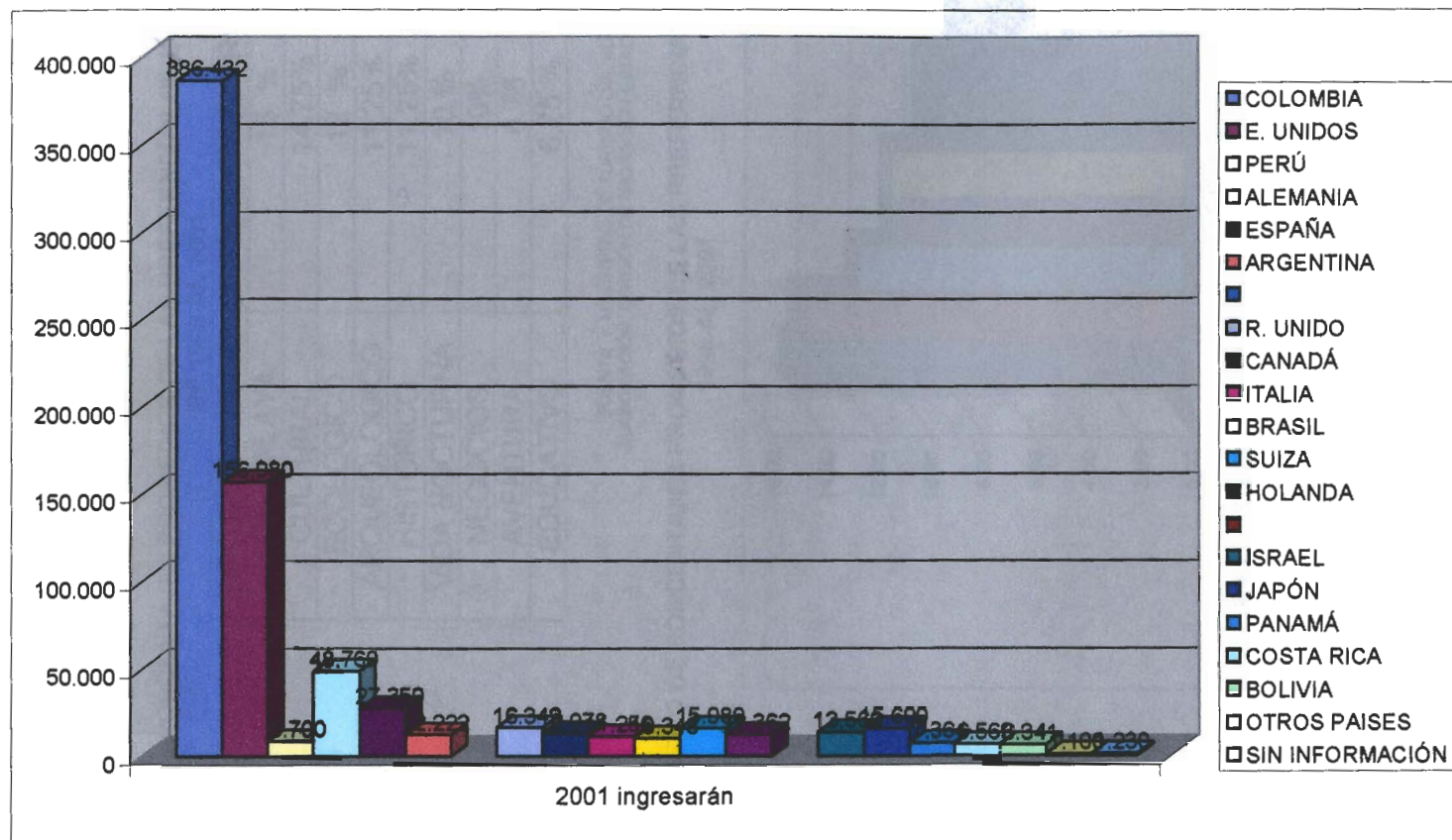




# INGRESO DE TURISTAS EN EL 2000



## INGRESO DE TURISTAS EN EL 2001



# PREFERENCIA DE LOS TURISTAS QUE VISITAN EL ECUADOR

PORCENTAJES PROMEDIOS DE LAS PREFERENCIAS DE LOS TURSTAS  
DE 1998 AL 2001

| TIPO DE TURISMO | PORCENTAJE PROMEDIO |
|-----------------|---------------------|
| SOL Y PLAYA     | 15 %                |
| CULTURAL        | 14.75%              |
| ECOLOGICO       | 12 %                |
| ARQUEOLOGICO    | 11.25%              |
| HISTORICO       | 11.25%              |
| VIDA NOCTURNA   | 10 %                |
| NEGOCIOS        | 10%                 |
| AVENTURA        | 8.75                |
| EDUCATIVO       | 6,25 %              |



**FUENTE :** MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR  
**ELABORACIÓN:** DIVISIÓN DE MIGRACIÓN ESTADÍSTICA

GRAFICO DE PORCENTAJES PROMEDIOS DE LAS PREFERENCIAS TURÍSTICAS DE  
1998 AL 2001

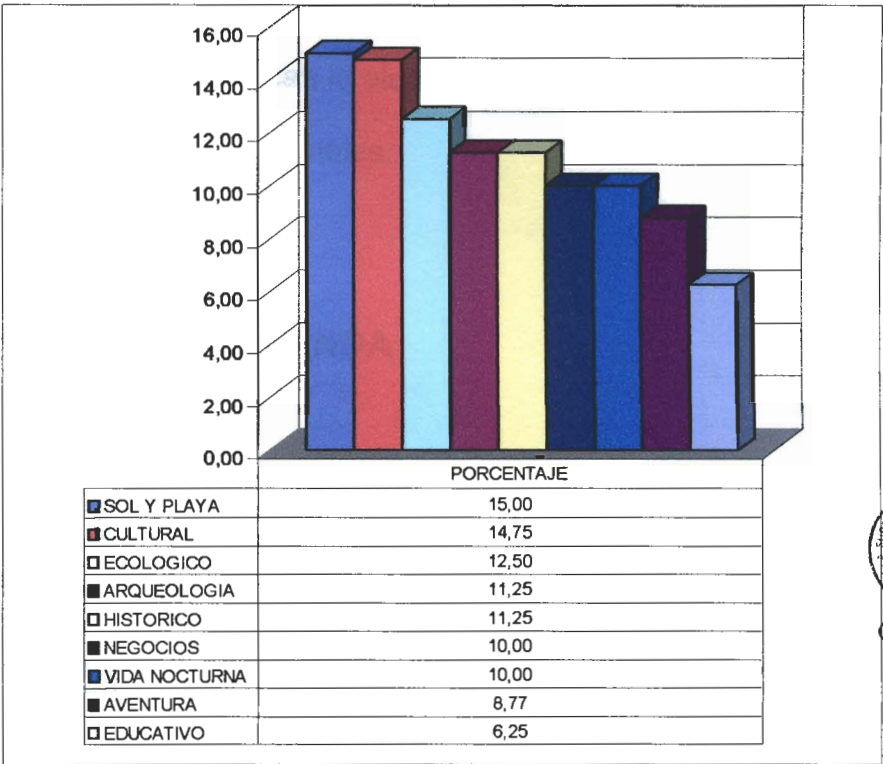


Gráfico N. 28 **FUENTE :** MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR  
**ELABORACIÓN:** DIVISIÓN DE MIGRACIÓN ESTADÍSTICA

Por medio del gráfico podemos ver que la mayor cantidad de turistas que viene al Ecuador prefieren el Sol y Playa, incluyendo dentro de éste segmento el atractivo Islas Galápagos, seguido por Cultura, Ecológico, Arqueológico, Histórico, Negocios, Vida Nocturna, Aventura y Educativo.

La preferencia de los turistas extranjeros da una opción clara de factibilidad para una Operadora de Turismo Pedagógico, pues si sumamos los porcentajes de las preferencias de atractivos turísticos arqueológico, histórico, ecológico, aventura, educación y cultura, cubriremos el 64, 77% de las razones por la que los turistas visitan Ecuador. Son estos atractivos los pilares fundamentales que justifican la elaboración de paquetes pedagógicos para los turistas extranjeros y nacionales.

## 2.5 VARIACION DE LA DEMANDA



En lo que respecta al tiempo:

- Por estar dirigido principalmente a estudiantes de colegios y escuelas locales, se ha clasificado como temporada alta de junio a noviembre.
- En la temporada de vacaciones se podría ofrecer excursiones para los vacacionales y cursos de nivelación que las instituciones educativas ofrecen.



- Los estudiantes universitarios tienen mayor predisposición entre los meses de febrero a noviembre.
- Los estudiantes de instituciones interprovinciales, realizan sus excursiones de octubre a abril.
- Los miembros de empresas, en los meses de Diciembre a Marzo, por ser época de Navidad y Semana Santa.
- Los miembros de asociaciones en fechas festivas, como Navidad, Carnaval, Semana Santa, entre otras fechas.
- Los turistas extranjeros de junio a septiembre, ya que es la época de vacaciones en estos países.

## **2.6 CARACTERISTICAS DE LA OFERTA**

Será una empresa pionera, especializada en brindar servicios turísticos combinados con el conocimiento y valoración cultural en histórico del Ecuador. Por lo que generará expectativa en el mercado

turístico nacional, la que puede ser aprovechada para concretar una imagen de excelencia.

- El contenido y manejo de la guianza, la animación, seguridad y puntualidad estará a cargo de profesionales técnicos, experimentados y previamente capacitados.
- Los precios serán competitivos, pues esta empresa planificará y tratará de conseguir las mayores ventajas para sus clientes sin disminuir su calidad.
- Un contrato escrito con los medios de transporte a utilizarse compromete a brindar un servicio eficiente, un conductor experimentado, un pago fijo, respalda a las partes y disminuyen los imprevistos.
- La empresa firmará un contrato con los clientes en el que asegura, el cumplimiento del itinerario y de los servicios pactados.
- La atención será personalizada, por parte de los guías quienes, además de guiarlos y brindar datos importantes de historia, ecología, geografía, cultura y más, velará por el bienestar de los turistas,.



## 2.7 ESTRATEGIAS DE MERCADO

- a) Visitar y brindar charlas gratuitas a las instituciones educativas, de anécdotas históricas de la ciudad, ecología, museos interesantes, atractivos locales, actividades divertidas que se pueden hacer con la ayuda de videos, slides o acetatos en los colegios para incentivar y generar los tours.
- b) Contactar y exponer a los medios publicitarios, que tienen espacios gratuitos para ofrecer los servicios y ventajas que brindará la empresa.

**Radio:** Este medio de información tiene la mayor cobertura de clientes jóvenes, es de fácil acceso, económico y de mayor difusión de promociones y eventos. Las emisoras de mayor sintonía son: Alfa, Canal 96.5, 98.5 e I 99, Antena Tres, 11Q, Joya, Cupido, Morena, Galaxia entre otras a las que se debe acceder para promoción y publicidad de los paquetes y la empresa.



**Televisión;** Cosas de Casa, Está Clarito, Piso 21, entre otros.

**Diarios,** El Universo, el Comercio, El Telégrafo, Vivir qué publica mensualmente la Iglesia Católica, Revista Diners, entre otras

| Costos de Publicidad en Radio |     | Costo de Publicidad en Revista |      | Costo de Publicidad en Diarios |      |
|-------------------------------|-----|--------------------------------|------|--------------------------------|------|
| I99                           | 40  | Vistazo                        | 1500 | Universo                       | 1600 |
| Elite                         | 60  | Hogar                          | 1400 | Telégrafo                      | 1400 |
| Punto Rojo                    | 48  | Generación XXI                 | 600  | Comercio                       | 1500 |
| Cupido                        | 45  | La Onda                        | 500  | Meridiano                      | 890  |
| Sucre                         | 100 | Cosas                          | 1800 | Extra                          | 600  |
| Rumba                         | 70  | Fucsia                         | 1500 |                                |      |
| 11Q                           | 40  | Buenhogar                      | 1700 |                                |      |
| Costanera                     | 38  | Vanidades                      | 1850 |                                |      |



-Los costos de publicidad en radio, es por cada cuña y puede variar de acuerdo al programa y la hora de transmisión.

-Los costos de publicidad en revista, por un reportaje de una página interior y puede variar. Los meses más económicos junio, agosto y septiembre.

-El costo de Publicidad en Periódicos, es en las páginas interiores y de un anuncio de 2 columnas, blanco y negro. Puede variar de acuerdo al día de publicación y al mes.



## CAPITULO III

### ANÁLISIS DEL PRODUCTO



#### 3.1 SERVICIOS

Se ofrecerá tours locales e interprovinciales los que contarán con servicios de transportación, guianza, animación, alimentación, hospedaje y seguro de vida o accidente.

Los componentes del tour dependerá del acuerdo económico que se llegue con el cliente y debe respaldarse con un contrato.

**Transportación local.-** Por medio de transportes turístico o buses locales contratados.

**Transporte Provincial e Interprovincial.-** Con transporte turísticos o cooperativas que recorren la ruta que requiera el paquete.

**Transporte Fluvial.-** Buques de la Armada contratados y lanchas privadas de los estuarios como Puerto Hondo o El Morro.

**Guiansa.-** Por medio de la contratación de Guías Profesionales, Así los turistas orientación en los sitios a visitar.

**Animación.-** Cada recorrido puede tener un video educativo acorde al guión y al objetivo del viaje, como implementarse concursos, peñas, sorteos y dramatizaciones.

**Alimentación.-** Previo al tour se debe informar el menú. Cada turista seleccionará su plato, esto ayudará a la rapidez del servicio de la empresa contratada. Se debe velar por la calidad e higiene de los alimentos que los turistas se servirán.

**Hospedaje.-** Se contactará con empresas reconocidas por la responsabilidad de sus empresarios, la calidad de sus productos y servicios.

**Seguro de vida o accidente.-** Debe ser incluido y dependerá del tiempo de recorrido de los turistas, existen empresas de seguros que brindan este servicio como Seguros Bolívar, Sud Seguros entre otras empresas.

**Guianza.-** Por medio de la contratación de Guías Profesionales, Así los turistas orientación en los sitios a visitar.

**Animación.-** Cada recorrido puede tener un video educativo acorde al guión y al objetivo del viaje, como implementarse concursos, peñas, sorteos y dramatizaciones.

**Alimentación.-** Previo al tour se debe informar el menú. Cada turista seleccionará su plato, esto ayudará a la rapidez del servicio de la empresa contratada. Se debe velar por la calidad e higiene de los alimentos que los turistas se servirán.

**Hospedaje.-** Se contactará con empresas reconocidas por la responsabilidad de sus empresarios, la calidad de sus productos y servicios.

**Seguro de vida o accidente.-** Debe ser incluido y dependerá del tiempo de recorrido de los turistas, existen empresas de seguros que brindan este servicio como Seguros Bolívar, Sud Seguros entre otras empresas.

## 3.2 ESQUEMA FUNCIONAL

- **Promociones Directas.-** Se debe visitar instituciones educativas, empresas y agencias. Para entrevistar a los directivos, maestros, clientes y ofrecerles en forma gratuita exposición de videos y charlas de temas de interés como: ecología, historia, geografía, cultura, turismo, las ventajas de los servicios que ofrece la Operadora, acordar una comisión en los contratos si se solicitara, promover la imagen corporativa de la empresa y dar a conocer los medios de contacto para posteriores contrataciones.

- **Contratación de Servicios.-** Al lograr una promesa de contratación, escrita y firma de las partes, se pactará el pago de 50% del costo total, por lo menos antes de 15 días antes del recorrido como confirmación del tour. Antes de la partida del recorrido se deberá haber recibido la cancelación del 50% restante.

- **Logística para la Ejecución de un Paquete.-** Una vez confirmado el tour, se debe confirmar a todos los proveedores, por medio de un convenio de servicios prestados firmado, si fuese necesario se contratarán Guías auxiliares .

- **Verificación del Paquete.-** Tres días antes de la salida se confirmará la hora, lugar de salida y número de turistas, a todo el personal, empresas que

prestaran sus servicios y se cancelará el 50% del monto total de sus servicios.

- **Logística Previa la Ejecución del Tour.**- El coordinador de guías y los guías deben ultimar detalles de operación 2 días antes, como Itinerario, guión, actividades, animación, folletería para los participantes, el manejo financiero para los imprevistos y cancelación de los saldos de servicios si existiera. Entregar orden de trabajo al guía del tour, leer detenidamente su orden de trabajo.



- **Ejecución del Tour.**- Se debe dar una bienvenida a nombre de la Operadora, ayudar a acomodarse en el transporte, cada guía debe presentarse, recordar el itinerario ( tendrá colocado su nombre en un lugar visible, para que los turistas puedan solicitarle ayuda o información si lo necesitaran). Se cumplirá paso a paso con el Itinerario, los guiones y actividades planificadas.

- **Despedida.**- Al finalizar el tour se debe agradecer a los asistentes, se los despide y se cancelará el saldo a los guías y el transporte en caso de no haberlo hecho.

- **Evaluación.-** Durante el recorrido se puede solicitar llenar un cuestionario pequeño, para evaluar el desempeño, corregir errores y mejorar el servicio.

- **Memorias.-** Una foto del grupo de clientes, podría ser enviado a la institución, adjuntado un mensaje de agradecimiento, por contar con los servicios de la Operadora.

3.3 RESUMEN DE ÁREAS

Las dimensiones del local para una operadora, deben ser de 30 m2 como mínimo, según la Sub.-secretaria de Turismo, los que pueden estar dispuestos de la siguiente forma.

| DESCRIPCION  | CANTIDAD | MEDIDAS | AREA m2 | Capacidad de Personas |
|--------------|----------|---------|---------|-----------------------|
| RECEPCION    | 1        | 3X3     | 9       | 5                     |
| G. OPERATIVA | 1        | 5X2.5   | 12,5    | 9                     |
| G. GENERAL   | 1        | 2X2,5   | 5       | 9                     |
| BAÑO         | 1        | 2X2     | 4       | 1                     |
|              |          | TOTAL   | 30,5    | 24                    |



### 3.4 CARACTERISTICAS DE LA OPERADORA

Se debe constituir como una Compañía de Sociedad Anónima, por ser esta denominación Comercial de mayor facilidad de creación, disolución y cambio de socios. En este caso contará con 2 socios, los que conformarán la Junta Directiva de la Empresa, entre los que se determinarán los cargos de Gerente General y Gerente Operativo, pudiendo posteriormente incrementarse o disminuirse el número de socios.

**Junta Directiva.-** Podría reunirse quincenalmente para evaluar el estado financiero, las políticas, promociones, estrategias, cambios operativos, renovaciones e inconvenientes que se suscitarán.

**Gerente General.-** Representará a la empresa; concretará contratos con los clientes, con las empresas de seguros de vida y accidente; contactará a los proveedores de servicios y bienes; aprobará y fijará tarifas de paquetes; cancelará a los acreedores, proveedores y la nómina del personal; solicitará y concederá créditos; Decidirá la de compra de material, equipos y útiles para la empresa.

**Gerente Operativo.-** Creará y renovará los paquetes, buscará nuevas alternativas de Tours, fijará rutas nuevas. Para lograr satisfacer los

requerimientos, necesidades y objetivos de los clientes en consenso con el Gerente General y el Tour Líder. Se contactará con las instituciones y empresas, para ofrecer y vender los servicios. Recalcará la Misión y Visión de la empresa.

**Tour Líder.-** Entrenará a los guías contratados, velará por la imagen de la empresa, conocerá todos los paquetes vigentes, tarifas y descuentos, tomará todas las estrategias, para la conducción y realización de actividades planificadas, sabrá improvisar. De él dependerá en gran parte la culminación exitosa de los tours. También se encargará de la promoción y venta de los paquetes.

**Recepcionista.-** Se contará con una secretaria la que brindara información de los servicios que presta la empresa, conocerá las tarifas, itinerarios, y contactos con las personas que proveen de servicios a la empresa, clientes, velará por la imagen de la empresa, promocionará y venderá los paquetes.

**Mensajero / a.-** Realizará las cancelaciones de cuenta en las empresas acreedoras, el pago de los servicios básicos, los tramites al IESS, al SRI, compra de suministros de oficina, limpieza, entre otras necesidades, conocerá misión, visión y los servicios que presta la empresa.

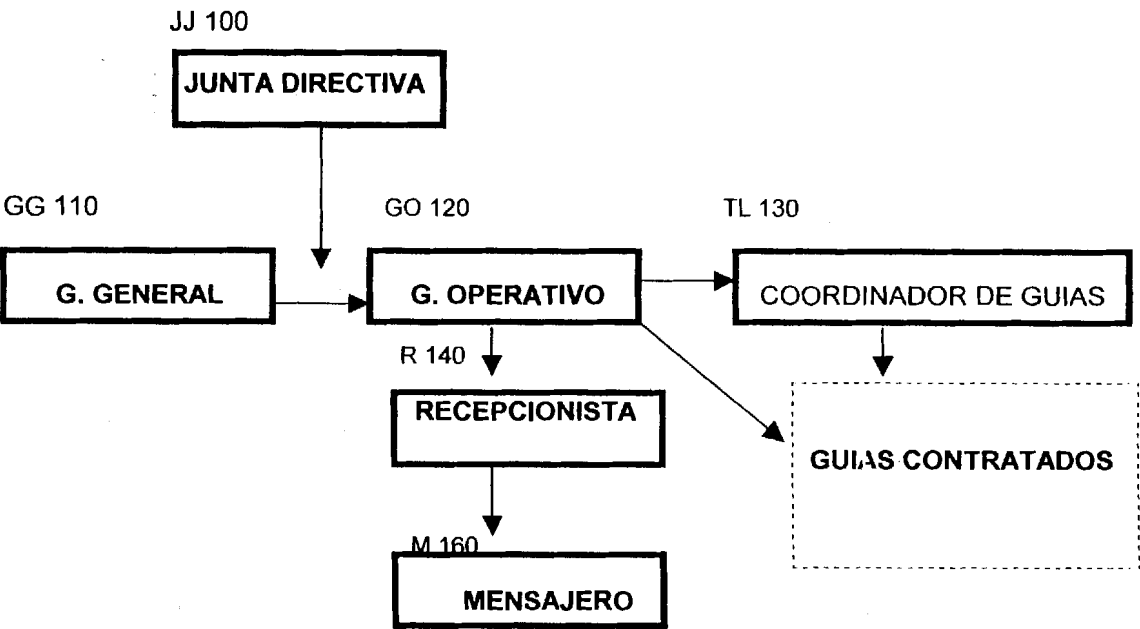
**Guías Contratados.-** Brindaran ayuda, información, animación y bienestar a los turistas. También conocerán la Misión, Visión, itinerario, tarifa, políticas de la empresa y directivos de la empresa con los que laboraran.

**Horario de Trabajo Administrativo.-** Será de: 9:H00 a.m. a 18:H00 p.m., siendo una política que la empresa cumplir con un horario continuo de atención a los clientes.



3.5 ORGANIGRAMA

ORGANIGRAMA GENERAL DE “MEGA” OPERADORA DE  
TURISMO PEDAGÓGICO



### 3.6 DESCRIPCION DE FUNCIONES

#### OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA

|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                      |                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SOCIOS</b>                                                                                                                                                                                         | <b>AREAS</b><br><b>ADMINISTRATIVA Y</b><br><b>OPERATIVA</b>                                                                          | <b>ADMINISTRATIVA</b>                                                                   |
| <b>CARGO</b>                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                      | <b>AREA</b>                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                       | <b>SUPERVISION</b>                                                                                                                   |                                                                                         |
| <b>GERENTE GENERAL,<br/>OPERATIVO Y TOUR LIDER</b>                                                                                                                                                    | <b>JD 100</b>                                                                                                                        | <b>RECEPCIONISTA, MENSAJERO / A<br/>Y GUIAS</b>                                         |
| <b>COLATERALES</b>                                                                                                                                                                                    | <b>POSICIÓN EN<br/>EL ORGANIGRAMA</b>                                                                                                | <b>SUBORDINADO</b>                                                                      |
| <b>ACTIVIDADES</b>                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>QUINCENALES</b><br>Conocer las tarifas de los paquetes e itinerarios.<br>Conocer el estado financiero de la empresa, renovar o continuar con las estrategias financieras de venta y publicitarias. | <b>MENSUALES</b><br>Evaluar el Estado Financiero de la empresa, corregir errores, tomar correctivos y crear soluciones y promociones |                                                                                         |
| <b>ANUALES</b><br>Evaluar la rentabilidad y el efecto de las promociones, ventas y metas alcanzadas.                                                                                                  | <b>ESPORADICAS</b><br>Reunirse para solucionar conflictos, mejorar, dar cambios o crear innovaciones.                                |                                                                                         |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>Superior</b>                                                                                                                                                                                       | <b>Ing. Comercial, Administrador de empresas, Licenciado en Turismo o Marketing y ventas</b>                                         | <b>1año</b>                                                                             |
| <b>INSTRUCCION</b>                                                                                                                                                                                    | <b>TITULO</b>                                                                                                                        | <b>EXPERIENCIA</b>                                                                      |
| Creativa, Excelente presencia y relaciones interpersonales.                                                                                                                                           | Empresarial, Comercial y venta.                                                                                                      | Líderes, Inteligentes e Intuitivos.                                                     |
| <b>APTITUDES</b>                                                                                                                                                                                      | <b>INICIATIVA</b>                                                                                                                    | <b>HABILIDADES</b>                                                                      |
| <b>REQUISITOS FISICOS</b>                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>Necesaria</b>                                                                                                                                                                                      | <b>Organizar y Dirigir</b>                                                                                                           | <b>Si</b>                                                                               |
| <b>CONCENTRACION</b>                                                                                                                                                                                  | <b>CAPACIDAD</b>                                                                                                                     | <b>RAPIDEZ</b>                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                      | <b>Mujer o Hombre</b>                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                      | <b>SEXO</b>                                                                             |
| <b>RESPONSABILIDADES INVOLUCRADAS</b>                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>Eficientes en sus funciones. Éticos y altamente profesionales.</b>                                                                                                                                 | <b>Responsable de la Rentabilidad, responsabilidad y prestigio de la empresa</b>                                                     | <b>Políticas de la empresa<br/>Misión,<br/>Visión y procedimientos</b>                  |
| <b>POR SUPERVISION</b>                                                                                                                                                                                | <b>POR MATERIALES Y EQUIPOS</b>                                                                                                      | <b>POR METODOS Y PROCESOS</b>                                                           |
| Estado de Pérdidas y Ganancias, Balances mensuales y pago de Impuestos.                                                                                                                               | Confidencialidad necesaria                                                                                                           | Cumplir los horarios.<br>Ofrecer servicios de la empresa mantener organizada las áreas. |
| <b>POR DOCUMENTOS</b>                                                                                                                                                                                 | <b>POR INFORMACIÓN</b>                                                                                                               | <b>POR SEGURIDAD</b>                                                                    |

**OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO  
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL**

|                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                         |                                                                        |                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <b>G. GENERAL</b>                                                                                                                                                             | <b>JUNTA DIRECTIVA</b>                                                                                                                                                                  | <b>GERENCIA</b>                                                        |                       |
| <b>CARGO</b>                                                                                                                                                                  | <b>SUPERVISION</b>                                                                                                                                                                      | <b>AREA</b>                                                            |                       |
| <b>G. OPERATIVO</b>                                                                                                                                                           | <b>GG 110</b>                                                                                                                                                                           | <b>TOUR LIDER</b>                                                      |                       |
| <b>COLATERALES</b>                                                                                                                                                            | <b>POSICIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>                                                                                                                                                       | <b>SUBORDINADO</b>                                                     |                       |
| <b>ACTIVIDADES</b>                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                         |                                                                        |                       |
| <b>SEMANALES</b><br>Confirmar las tarifas de los paquetes.<br>Concretar contratos de tours.<br>Confirmar itinerarios.<br>Informar a la junta cambios y novedades financieras. | <b>MENSUALES</b><br>Suministrar de materiales y equipos.<br>Renovar destinos e itinerarios.<br>Prorratear las tarifas de los proveedores.<br>Elaborar el estado de pérdidas y ganancias |                                                                        |                       |
| <b>ANUALES</b><br>Informar la totalidad de contratos.<br>Sugerir estrategias de venta.<br>Confirmar de la veracidad de los balances financieros.                              | <b>ESPORADICAS</b><br>Visitar a los proveedores en los destinos.<br>Confirmar cifras y autorizaciones de compras.                                                                       |                                                                        |                       |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                         |                                                                        |                       |
| <b>Superior</b>                                                                                                                                                               | Lcdo. en Hoteleria o Administración de Empresas, Ing. Comercial                                                                                                                         | <b>1año</b>                                                            |                       |
| <b>INSTRUCCION</b>                                                                                                                                                            | <b>TITULO</b>                                                                                                                                                                           | <b>EXPERIENCIA</b>                                                     |                       |
| Creativo, excelente para negociar y relacionarse                                                                                                                              | Conocer los destinos.<br>Renovar itinerarios.<br>Manejar tarifas.<br>Compensar a clientes y proveedores                                                                                 | Tener Liderazgo<br>Sólidos conocimientos en relaciones interpersonales |                       |
| <b>APTITUDES</b>                                                                                                                                                              | <b>INICIATIVA</b>                                                                                                                                                                       | <b>HABILIDADES</b>                                                     |                       |
| <b>REQUISITOS FISICOS</b>                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                         |                                                                        |                       |
| <b>Necesaria</b>                                                                                                                                                              | <b>Innovar y negociar</b>                                                                                                                                                               | <b>Si</b>                                                              | <b>Hombre o Mujer</b> |
| <b>CONCENTRACION</b>                                                                                                                                                          | <b>CAPACIDAD</b>                                                                                                                                                                        | <b>RAPIDEZ</b>                                                         | <b>SEXO</b>           |
| <b>RESPONSABILIDADES INVOLUCRADAS</b>                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                         |                                                                        |                       |
| Responsable en la eficiencia de los contratos el costo de los paquetes.                                                                                                       | Responsable por el costo del material y equipo                                                                                                                                          | Establecer tarifas, destinos y proveedores                             |                       |
| <b>POR SUPERVISION</b>                                                                                                                                                        | <b>POR MATERIALES Y EQUIPOS</b>                                                                                                                                                         | <b>POR METODOS Y PROCESOS</b>                                          |                       |
| Contratos de Tours<br>Contratado de compra de equipos y suministros.                                                                                                          | Confidencialidad necesaria                                                                                                                                                              | Cumplir contratos.<br>Obtener bienes y servicios                       |                       |
| <b>POR DOCUMENTOS</b>                                                                                                                                                         | <b>POR INFORMACIÓN</b>                                                                                                                                                                  | <b>POR SEGURIDAD</b>                                                   |                       |



CIB-ESI

OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO  
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL GERENTE OPERATIVO

|                                                                                                                                                                                        |                                                                                                        |                                                                                                                                                 |                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| G. OPERATIVO                                                                                                                                                                           | JUNTA DIRECTIVA                                                                                        | GERENCIA                                                                                                                                        |                |
| CARGO                                                                                                                                                                                  | SUPERVISION                                                                                            | AREA                                                                                                                                            |                |
| G. GENERAL Y TOUR<br>IDER                                                                                                                                                              | GG 120                                                                                                 | GUIAS Y RECEPCIONISTA                                                                                                                           |                |
| COLATERALES                                                                                                                                                                            | POSICIÓN EN<br>EL ORGANIGRAMA                                                                          | SUBORDINADO                                                                                                                                     |                |
| ACTIVIDADES                                                                                                                                                                            |                                                                                                        |                                                                                                                                                 |                |
| SEMANALES<br>Confirmar las tarifas de los paquetes.<br>Concretar contratos de tours.<br>Confirmar itinerarios.<br>Promocionará y venderá los paquetes.<br>Buscará clientes potenciales |                                                                                                        | MENSUALES<br>Renovará los tours y destinos.<br>Lanzará campañas promocionales<br>.Crearé estrategias de venta.<br>Buscará nuevos mercados       |                |
| ANUALES<br>Informar la totalidad de contratos.<br>Sugerir estrategias de venta.<br>Confirmar de la veracidad de los balances<br>financieros.                                           |                                                                                                        | ESPORADICAS<br>Visitar a los clientes potenciales.<br>Acompañar en los Tour..<br>Ayudar en la elaboración del material de<br>promoción y venta. |                |
| REQUISITOS INTELECTUALES                                                                                                                                                               |                                                                                                        |                                                                                                                                                 |                |
| Superior                                                                                                                                                                               | Lcdo. en Hoteleria o<br>Administración de Empresas,<br>o Marketing y ventas                            | 1año                                                                                                                                            |                |
| INSTRUCCION                                                                                                                                                                            | TITULO                                                                                                 | EXPERIENCIA                                                                                                                                     |                |
| Creativo, excelente<br>vendedor y negociado.<br>Excelente presencia.<br>Excelentes relaciones.                                                                                         | Buscar nuevos destinos.<br>Renovar itinerarios.<br>Conocer las necesidades de<br>los clientes.         | Tener Liderazgo<br>Sólidos conocimientos en<br>relaciones interpersonales.<br>Venta y Marketing                                                 |                |
| APTITUDES                                                                                                                                                                              | INICIATIVA                                                                                             | HABILIDADES                                                                                                                                     |                |
| REQUISITOS FISICOS                                                                                                                                                                     |                                                                                                        |                                                                                                                                                 |                |
| Necesaria                                                                                                                                                                              | crear y negociar                                                                                       | Si                                                                                                                                              | Hombre o Mujer |
| CONCENTRACION                                                                                                                                                                          | CAPACIDAD                                                                                              | RAPIDEZ                                                                                                                                         | SEXO           |
| RESPONSABILIDADES INVOLUCRADAS                                                                                                                                                         |                                                                                                        |                                                                                                                                                 |                |
| Responsable en la eficiencia<br>de las ventas y contratos de<br>los paquetes.                                                                                                          | Responsable en<br>generar compras,<br>promover los<br>servicios y dar<br>buena imagen de la<br>empresa | Establecer estrategias de venta.<br>Preparar exposiciones<br>convincientes y profesionales.                                                     |                |
| POR SUPERVISION                                                                                                                                                                        | POR MATERIALES Y<br>EQUIPOS                                                                            | POR METODOS Y PROCESOS                                                                                                                          |                |
| Trípticos promocionales.<br>Tarjetas de presentación.<br>Material de audio y video.                                                                                                    | Confidencialidad<br>necesaria                                                                          | Cumplir los contratos.<br>Ofrecer servicios de seguros de<br>accidente.                                                                         |                |
| POR DOCUMENTOS                                                                                                                                                                         | POR INFORMACIÓN                                                                                        | POR SEGURIDAD                                                                                                                                   |                |



**OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO  
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL TOUR LIDER**

|                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                        |                                                                                              |                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <b>TOUR LIDER</b>                                                                                                                                                                              | <b>G. OPERATIVO</b>                                                                                                                                    | <b>VENTAS</b>                                                                                |                       |
| <b>CARGO</b>                                                                                                                                                                                   | <b>SUPERVISION</b>                                                                                                                                     | <b>AREA</b>                                                                                  |                       |
| <b>G. GENERAL Y G. OPERATIVO</b>                                                                                                                                                               | <b>GG 130</b>                                                                                                                                          | <b>GUIAS Y RECEPCIONISTA</b>                                                                 |                       |
| <b>COLATERALES</b>                                                                                                                                                                             | <b>POSICIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>                                                                                                                      | <b>SUBORDINADO</b>                                                                           |                       |
| <b>ACTIVIDADES</b>                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                        |                                                                                              |                       |
| <b>SEMANALES</b><br>Confirmar las tarifas de los paquetes contratos e itinerarios.<br>Entrenar a los guías contratados<br>Promocionará y venderá los paquetes.<br>Buscará clientes potenciales | <b>MENSUALES</b><br>Sugerir nuevos tours y destinos.<br>Ayudaren las campañas promocionales<br>Buscar estrategias de venta.<br>Buscará nuevos mercados |                                                                                              |                       |
| <b>ANUALES</b><br>Informar a cerca de los contratos.<br>Sugerir estrategias de venta.<br>Confirmar de la veracidad de los balances financieros.                                                | <b>ESPORADICAS</b><br>Visitar a los clientes potenciales.<br>Acompañar en los Tour..<br>Ayudar en la elaboración del material de promoción y venta.    |                                                                                              |                       |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                        |                                                                                              |                       |
| <b>Superior</b>                                                                                                                                                                                | Lcdo. en Hoteleria o Marketing y ventas                                                                                                                | <b>1año</b>                                                                                  |                       |
| <b>INSTRUCCION</b>                                                                                                                                                                             | <b>TITULO</b>                                                                                                                                          | <b>EXPERIENCIA</b>                                                                           |                       |
| Creativo, excelente vendedor y negociador.<br>Excelente presencia.<br>Excelentes relaciones.                                                                                                   | Buscar nuevos destinos.<br>Renovar itinerarios.<br>Conocer las necesidades de los clientes.                                                            | Tener Liderazgo<br>Sólidos conocimientos en relaciones interpersonales.<br>Venta y Marketing |                       |
| <b>APTITUDES</b>                                                                                                                                                                               | <b>INICIATIVA</b>                                                                                                                                      | <b>HABILIDADES</b>                                                                           |                       |
| <b>REQUISITOS FISICOS</b>                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                        |                                                                                              |                       |
| <b>Necesaria</b>                                                                                                                                                                               | crear y negociar                                                                                                                                       | <b>Si</b>                                                                                    | <b>Hombre o Mujer</b> |
| <b>CONCENTRACION</b>                                                                                                                                                                           | <b>CAPACIDAD</b>                                                                                                                                       | <b>RAPIDEZ</b>                                                                               | <b>SEXO</b>           |
| <b>RESPONSABILIDADES INVOLUCRADAS</b>                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                        |                                                                                              |                       |
| Responsable en la eficiencia de las ventas y contratos de los paquetes.                                                                                                                        | Responsable en generar compras, promover los servicios y dar buena imagen de la empresa                                                                | Buscar estrategias de venta. Preparar exposiciones convincentes y profesionales.             |                       |
| <b>POR SUPERVISION</b>                                                                                                                                                                         | <b>POR MATERIALES</b>                                                                                                                                  | <b>POR METODOS Y PROCESOS</b>                                                                |                       |
| Trípticos promocionales.<br>Tarjetas de presentación.<br>Material de audio y video.                                                                                                            | Confidencialidad necesaria                                                                                                                             | Cumplir los contratos.<br>Ofrecer servicios de seguros de accidente.                         |                       |
| <b>POR DOCUMENTOS</b>                                                                                                                                                                          | <b>POR INFORMACIÓN</b>                                                                                                                                 | <b>POR SEGURIDAD</b>                                                                         |                       |

OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO  
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DE LA RECEPCIONISTA

|                                                                                                                                                                                                     |                                                                                         |                                                                                                                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| GUIAS                                                                                                                                                                                               |                                                                                         | G. OPERATIVO Y<br>TOUR LIDER                                                                                                                              | OPERATIVA |
| CARGO                                                                                                                                                                                               |                                                                                         | SUPERVISION                                                                                                                                               | AREA      |
| TOUR LIDER Y<br>ENSAJERO                                                                                                                                                                            | GG 140                                                                                  | MENSAJERO                                                                                                                                                 |           |
| COLATERALES                                                                                                                                                                                         | POSICIÓN EN<br>EL ORGANIGRAMA                                                           | SUBORDINADO                                                                                                                                               |           |
| ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |                                                                                                                                                           |           |
| SEMANALES<br>Confirmar las tarifas de los paquetes y contratos e itinerarios.<br>Atender a los clientes e informarlos.<br>Promocionará y venderá los paquetes.<br>Redactar y dar mensajes y cartas. |                                                                                         | MENSUALES<br>Archivar facturas, contratos, comprobantes de compra o venta y roles de pago.<br>Almacenar los datos de los clientes.<br>Ordenar la oficina. |           |
| ANUALES<br>Informar a cerca de la cantidad de contratos y facturas existentes.                                                                                                                      |                                                                                         | ESPORADICAS<br>Ayudar en la elaboración del material de promoción y venta.<br>Ayudar a atender a los clientes Guías contratados.                          |           |
| REQUISITOS INTELECTUALES                                                                                                                                                                            |                                                                                         |                                                                                                                                                           |           |
| Superior                                                                                                                                                                                            | Secretaria Ejecutiva o Contadora                                                        | 2año                                                                                                                                                      |           |
| INSTRUCCION                                                                                                                                                                                         | TITULO                                                                                  | EXPERIENCIA                                                                                                                                               |           |
| Creativa, excelente.<br>Excelente presencia.<br>Excelentes relaciones.                                                                                                                              | Buscar destinos, itinerarios, y clientes.                                               | En secretariado y gestión de empresas.                                                                                                                    |           |
| APTITUDES                                                                                                                                                                                           | INICIATIVA                                                                              | HABILIDADES                                                                                                                                               |           |
| REQUISITOS FISICOS                                                                                                                                                                                  |                                                                                         |                                                                                                                                                           |           |
| Necesaria                                                                                                                                                                                           | Organizar                                                                               | Si                                                                                                                                                        | Mujer     |
| CONCENTRACION                                                                                                                                                                                       | CAPACIDAD                                                                               | RAPIDEZ                                                                                                                                                   | SEXO      |
| RESPONSABILIDADES INVOLUCRADAS                                                                                                                                                                      |                                                                                         |                                                                                                                                                           |           |
| Responsable en la Eficiencia de la información, elaboración de cartas y archivo de documentos.                                                                                                      | Responsable en generar compras, promover los servicios y dar buena imagen de la empresa | Redacción.<br>Atención al cliente.<br>Eficacia en la información.                                                                                         |           |
| POR SUPERVISION                                                                                                                                                                                     | POR MATERIALES Y EQUIPOS                                                                | POR METODOS Y PROCESOS                                                                                                                                    |           |
| Facturas, roles de pagos, Almacenar material promocional, archivo de contratos y más.                                                                                                               | Confidencialidad necesaria                                                              | Cumplir los horarios.<br>Ofrecer servicios de la empresa mantener organizada las áreas.                                                                   |           |
| POR DOCUMENTOS                                                                                                                                                                                      | POR INFORMACIÓN                                                                         | POR SEGURIDAD                                                                                                                                             |           |



**OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO  
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL GUIA**

|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                            |                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>RECEPCIONISTA</b>                                                                                                                                                                                                               | <b>GERENTE OPERATIVO Y COORDINADOR DE GUÍAS</b>                                                            | <b>OPERATIVA</b>                                                                                      |
| <b>CARGO</b>                                                                                                                                                                                                                       | <b>SUPERVISION</b>                                                                                         | <b>AREA</b>                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                            |                                                                                                       |
| <b>TOUR LIDER Y RECEPCIONISTA</b>                                                                                                                                                                                                  | <b>GG 150</b>                                                                                              | <b>MENSAJERO</b>                                                                                      |
| <b>COLATERALES</b>                                                                                                                                                                                                                 | <b>POSICIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>                                                                          | <b>SUBORDINADO</b>                                                                                    |
| <b>ACTIVIDADES</b>                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                            |                                                                                                       |
| <b>SEMANALES O DIARIAS</b><br>Confirmar las tarifas de los paquetes y contratos e itinerarios.<br>Atender a los clientes e informarlos.<br>Promocionará y venderá los paquetes,<br>Preparar guiones y exponerlos profesionalmente. | <b>MENSUALES</b><br>Asistir a charlas, conferencias y seminarios de adiestramiento.                        |                                                                                                       |
| <b>ANUALES</b><br>Aportar con ideas de promoción, itinerarios, tours entre otros.                                                                                                                                                  | <b>ESPORADICAS</b><br>Ayudar en la elaboración del material de promoción, venta, a atender a los clientes. |                                                                                                       |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                            |                                                                                                       |
| <b>Superior</b>                                                                                                                                                                                                                    | Guías, Licenciados en Hotelería y Turismo                                                                  | <b>1año</b>                                                                                           |
| <b>INSTRUCCION</b>                                                                                                                                                                                                                 | <b>TITULO</b>                                                                                              | <b>EXPERIENCIA</b>                                                                                    |
| Creativa, excelente.<br>Excelente presencia.<br>Excelentes relaciones.                                                                                                                                                             | Conocer los destinos e itinerarios, y clientes.                                                            | En Secretariado y gestión de empresas.                                                                |
| <b>APTITUDES</b>                                                                                                                                                                                                                   | <b>INICIATIVA</b>                                                                                          | <b>HABILIDADES</b>                                                                                    |
| <b>REQUISITOS FISICOS</b>                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                            |                                                                                                       |
| <b>Necesaria</b>                                                                                                                                                                                                                   | Organizar Improvisar, trato cortés y educado                                                               | <b>Si</b>                                                                                             |
| <b>CONCENTRACION</b>                                                                                                                                                                                                               | <b>CAPACIDAD</b>                                                                                           | <b>Mujer</b>                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                    | <b>RAPIDEZ</b>                                                                                             | <b>SEXO</b>                                                                                           |
| <b>RESPONSABILIDADES INVOLUCRADAS</b>                                                                                                                                                                                              |                                                                                                            |                                                                                                       |
| Responsable de la ejecución del tour, animación, actividades planificadas y servicios prestados.                                                                                                                                   | Promocionar los servicios que brinda la empresa.                                                           | Redacción de guiones.<br>Atención al cliente.<br>Eficacia.<br>Animación.<br>Conducción del grupo.     |
| <b>POR SUPERVISION</b>                                                                                                                                                                                                             | <b>POR MATERIALES</b>                                                                                      | <b>PROCESOS</b>                                                                                       |
| Facturas de servicios, Tiques de clientes y más.                                                                                                                                                                                   | Confidencialidad necesaria                                                                                 | Cumplir los horarios.<br>Ofrecer servicios de la empresa precautelando la integridad de los turistas. |
| <b>POR DOCUMENTOS</b>                                                                                                                                                                                                              | <b>POR INFORMACIÓN</b>                                                                                     | <b>POR SEGURIDAD</b>                                                                                  |

**OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO  
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL MENSAJERO / A**

|                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                |                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>MENSAJERO</b><br><hr/> CARGO                                                                                                                                                                                                                            | <b>AREAS<br/>ADMINISTRATIVA Y<br/>OPERATIVA</b><br><hr/> SUPERVISION                                                           | <b>ADMINISTRATIVA</b><br><hr/> AREA                                                     |
| <b>TOUR LIDER Y RECEPCIONISTA</b><br><hr/> COLATERALES                                                                                                                                                                                                     | <b>GG 140</b><br><hr/> POSICIÓN EN EL ORGANIGRAMA                                                                              |                                                                                         |
| <b>ACTIVIDADES</b>                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                |                                                                                         |
| <b>DIARIAS</b><br>Conocer las tarifas de los paquetes y e itinerarios.<br>Atender a los clientes e informarlos.<br>Promocionará y venderá los paquetes.<br>Realizar actividades de compras, pagos, entrega de documentos, limpieza de las áreas y equipos. | <b>SEMANALES</b><br>Mantenimiento de todas las áreas y equipos.                                                                |                                                                                         |
| <b>MENSUALES</b><br>Pago de consumos básicos, impuestos y mas acreencias de la empresa.                                                                                                                                                                    | <b>ESPORADICAS</b><br>Ayudar en la elaboración del material de promoción y venta.<br>Ayudar a atender a los Guías contratados. |                                                                                         |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                |                                                                                         |
| <b>Secundaria</b><br><hr/> INSTRUCCION                                                                                                                                                                                                                     | <b>Bachiller o ciclo<br/>diversificado</b><br><hr/> TITULO                                                                     | <b>1año</b><br><hr/> EXPERIENCIA                                                        |
| Creativa, buena presencia y relaciones interpersonales.                                                                                                                                                                                                    | Compra de suministros y gestiones de la empresa.                                                                               | Rapidez en trámites y eficacia en los pagos y entrega de documentos                     |
| <b>APTITUDES</b>                                                                                                                                                                                                                                           | <b>INICIATIVA</b>                                                                                                              | <b>HABILIDADES</b>                                                                      |
| <b>REQUISITOS FIFICOS</b>                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                |                                                                                         |
| <b>Necesaria</b><br><hr/> CONCENTRACION                                                                                                                                                                                                                    | <b>Organizar</b><br><hr/> CAPACIDAD                                                                                            | <b>Si</b><br><hr/> RAPIDEZ                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                | <b>Mujer</b><br><hr/> SEXO                                                              |
| <b>RESPONSABILIDADES INVOLUCRADAS</b>                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                |                                                                                         |
| <b>Responsable en la</b><br>Eficiencia de los trámites y pagos.<br>Limpieza y orden de las áreas.                                                                                                                                                          | <b>Responsable en generar</b><br>compras, promover los servicios y dar buena imagen de la empresa                              | <b>pagos</b><br>Atención al cliente.<br>Eficacia entrega de documentos.                 |
| <b>POR SUPERVISION</b>                                                                                                                                                                                                                                     | <b>POR MATERIALES Y EQUIPOS</b>                                                                                                | <b>POR METODOS Y PROCESOS</b>                                                           |
| Facturas, Almacenar material promocional, y comprobantes de pago o depósitos.                                                                                                                                                                              | Confidencialidad necesaria                                                                                                     | Cumplir los horarios.<br>Ofrecer servicios de la empresa mantener organizada las áreas. |
| <b>POR DOCUMENTOS</b>                                                                                                                                                                                                                                      | <b>POR INFORMACIÓN</b>                                                                                                         | <b>POR SEGURIDAD</b>                                                                    |



IB-ESPOL



### 3.7 MANUALES DE PROCEDIMIENTOS

#### PROCEDIMIENTO PARA RESERVACIÓN DE TOURS

- Reservar los servicios personalmente 15 días antes del tour y 1 mes antes en temporada alta.
- 
- Confirmar el número de personas que realizarán el recorrido.
- Confirmar las actividades que desean realizar.
- Preguntar cuáles son los objetivos del tour.
- Preguntar el rango de edades para el cual se va a dirigir el tour.
- Firmar contrato y cancelar el 50% de monto total del Tour 15 días antes.
- Confirmar la hora de salida, el día y tiempo de recorrido.
- Dar sugerencias de alimentación y equipo necesario para los participantes.



- Firmar contrato con el transporte, el que se compromete a brindar el servicio o sustituir con otra unidad y cancelar el 50% de monto total del Tour, 8 días antes.

### PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE TRANSPORTACIÓN LOCAL

- Firmar contrato y cancelar el 50% de monto total del Tour 15 días antes y 1 mes antes en temporada alta.
- Confirmar el número de personas que realizarán el recorrido hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va dirigida el tour.
- Firmar con el transportista contrato, con el que se comprometerá a brindar este servicio o a sustituirlos con otra unidad y se le cancelará el 50% del total del monto, 8 días antes a la fecha del Tour.
- Confirmar quien será el Guía del Tour (con nombre y apellido) y las edades de los turistas.

## PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE TRANSPORTACIÓN

### PROVINCIAL

- Firmar contrato en el que se compromete a brindar el servicio o a sustituir con otra unidad y cancelar el 50% del monto total del Tour ,15 días antes y 1 mes antes en temporada alta.
- Confirmar el número de personas, hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va dirigida el tour.
- Confirmar quien será el chofer con nombre y apellido, el número de la unidad y el estado del transporte.
- Confirmar quien será el Guía del Tour (con nombre y apellido), Las edades de los turistas, dar sugerencias de alimentación y el equipo necesario para los participantes.

## PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE TRANSPORTACIÓN

### FLUVIAL

- Reservar los buques con el Capitán de la Armada con 15 días de anticipación y 1 mes antes en temporada alta. Cancelar el 50% de monto total del Tour 15 días antes.
- Firmar contrato Firmar con la Armada un contrato en el que se le cancelará el 50% , 15 días antes a la fecha del Tour.
- Confirmar número de personas, hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va dirigida el tour.
- Confirmar quien será el Guía del Tour (con nombre y apellido) y las edades de los turistas, dar sugerencias de alimentación y equipo necesario para los participantes.

## PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE GUIANZA PROFESIONAL

Confirmado el contrato con el cliente se procederá a: Entregar la orden de trabajo al Guía del Tour con los descuentos, tarifas, servicios a brindarse, el número de personas, hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va a dirigida el tour.



- Confirmar quien será el Guía (con nombre y apellido) si el grupo superara los 25 integrantes se deberá contratar un guía más, dependerá de las edades de los turistas.
- Coordinar servicios con la Operadora.
- Recibir material de promoción de la operadora, como: afiches, folletos, tarjetas de presentación, recuerdos y más.

### PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE HOSPEDAJE

Confirmado el contrato con el cliente se procederá a:

- Confirmar el número de personas, el rango de edades, la hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va a dirigida el tour.
- Confirmar las reservaciones de los Hoteles o Hostales y cancelar el 50% previo al chequearse en el hotel y el saldo en el momento del chequeo de los Turistas, el Guía y el chofer si se hubiera pactado esto con el dueño del transporte en el contrato.
- Confirmar que los turistas estén cómodos en las habitaciones.
- En el chequeo de salida confirmar con los botones y turistas que todo su equipaje esta en el transporte.



- PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

Confirmado el contrato con el cliente se procederá a:

- Confirmar el número de personas, el rango de edades, la hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va a dirigida el tour.
- Confirmar las reservaciones de alimentos, según el menú solicitado por los turistas y la hora exacta de llegada a las instalaciones. Se cancelará el 50% previo a la llegada y el saldo en el momento del servicio.
- Confirmar la alimentación para el Guía y transportista si estuviera establecido en el contrato u orden de trabajo.
- Confirmar quien será el Guía (con nombre y apellido).

## PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE ANIMACIÓN

Confirmado el contrato con el cliente se procederá a:

- Confirmar el número de personas, el rango de edades, la hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va a dirigida el tour.
- Confirmar quien será el Guía (con nombre y apellido).
- Llamar al Guía Transfer, a la persona que contrató el tour para ponerse a las órdenes y dar sugerencias de animación y llegar a un acuerdo telefónico o personal si fuera necesario.
- Al redactar el Itinerario deberá incluirse las horas específicas de animación y las actividades, para que antes del día de salida todos los integrantes del grupo sepan.
- Las actividades deberán ser largamente planificadas y repasadas para que el servicio sea excelente.
- Antes de iniciar las actividades se debe saludar a nombre de la empresa y presentarse, luego explicar las actividades que se van a realizar.

- Antes de iniciar las actividades se debe saludar a nombre de la empresa y presentarse, luego explicar las actividades que se van a realizar.



## PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE SEGURO DE VIDA Y

### ACCIDENTE

Confirmado el contrato con el cliente se procederá a:

- Confirmar el número de personas, el rango de edades, la hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va a dirigida el tour.
- Confirmar las reservaciones de seguro de vida y accidente que el contratante desee, pues existen seguros para Turistas que realizan pequeños recorridos, los mismos que mientras más cobertura tienen, mayor será el monto que se tiene que pagar a la aseguradora y a la vez se incrementa a cada paquete.
- Solicitar la nómina de las personas que comprenden el grupo, con su respectivo número de cédula o pasaporte.

## CAPITULO IV

### EVALUACIÓN FINANCIERA PARA LA CREACIÓN Y OPERACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA

#### 4.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

| INVERSIÓN                         |         |                 |
|-----------------------------------|---------|-----------------|
| <b>EQUIPOS</b>                    |         | <b>3190,00</b>  |
| COMPUTADOR E IMPRESORA            | 1450,00 |                 |
| TELÉFONO CELULAR                  | 95,00   |                 |
| TELÉFONO DIGITAL                  | 40,00   |                 |
| FAX                               | 145,00  |                 |
| ACONDICIONADOR DE AIRE            | 1460,00 |                 |
|                                   |         |                 |
| <b>MUEBLES DE OFICINA</b>         |         | <b>685,00</b>   |
| 3 ESCRITORIOS                     | 375,00  |                 |
| 6 SILLAS                          | 150,00  |                 |
| SOFÁ                              | 160,00  |                 |
|                                   |         |                 |
| <b>MENAJE</b>                     |         | <b>84,30</b>    |
| 12 VASOS                          | 8,50    |                 |
| 12 PLATOS Y TAZAS PEQUEÑAS        | 10,80   |                 |
| CAFETERA SAMURAY                  | 65,00   |                 |
|                                   |         |                 |
| <b>TOTAL DE LA INVERSIÓN FIJA</b> |         | <b>3959,30</b>  |
|                                   |         |                 |
| <b>DIFERIDOS</b>                  |         | <b>6650,00</b>  |
| GASTOS DE ARRIENDO                | 600,00  |                 |
| GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA | 6000,00 |                 |
| UTILES DE OFICINA                 | 50,00   |                 |
|                                   |         |                 |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>         |         | <b>3000,00</b>  |
| <b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>         |         | <b>13609,30</b> |
| <b>ESTRUCTURA DEL CAPITAL</b>     |         | <b>100%</b>     |

- Confirmar quien será el Guía Transfer (con nombre y apellido), si el grupo supera los 15 integrantes se deberá contratar los guías que fueren necesarios.
- Recibir el entrenamiento del Gerente operativo o Tour líder, repasar los guiones, actividades, itinerario, la ruta, material promocional y audiovisual.
- Llamar el Guía Transfer, a la persona que contrató el tour para ponerse a los itinerarios y las cláusulas que cubre el seguro y dar sugerencias de alimentación y el equipo necesario para los participantes.



## 4.2 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

| INVERSIÓN                         |                |                 | RECURSO<br>DE LOS<br>SOCIOS | CRÉDITO        |
|-----------------------------------|----------------|-----------------|-----------------------------|----------------|
| <b>EQUIPOS</b>                    | <b>3190,00</b> |                 |                             | <b>3190,00</b> |
| COMPUTADOR E IMPRESORA            | 1450,00        |                 |                             |                |
| TELÉFONO CELULAR                  | 95,00          |                 |                             |                |
| TELÉFONO DIGITAL                  | 40,00          |                 |                             |                |
| FAX                               | 145,00         |                 |                             |                |
| ACONDICIONADOR DE AIRE            | 1460,00        |                 |                             |                |
|                                   |                |                 |                             |                |
| <b>MUEBLES DE OFICINA</b>         | <b>685,00</b>  |                 | <b>375,00</b>               | <b>310,00</b>  |
| 3 ESCRITORIOS                     | 375,00         |                 |                             |                |
| 6 SILLAS                          | 150,00         |                 |                             |                |
| SOFÁ                              | 160,00         |                 |                             |                |
|                                   |                |                 |                             |                |
| <b>MENAJE</b>                     | <b>84,30</b>   |                 | <b>84,30</b>                |                |
| 12 VASOS                          | 8,50           |                 |                             |                |
| 12 PLATOS Y TAZAS                 | 10,80          |                 |                             |                |
| CAFETERA SAMURAY                  | 65,00          |                 |                             |                |
|                                   |                |                 |                             |                |
| <b>TOTAL DE INVERSIÓN FIJA</b>    |                | <b>3959,30</b>  |                             |                |
| <b>DIFERIDOS</b>                  |                | <b>6650,00</b>  | <b>6650,00</b>              |                |
| GASTOS DE ARRIENDO                | 600,00         |                 |                             |                |
| GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA | 6000,00        |                 |                             |                |
| UTILES DE OFICINA                 | 50,00          |                 |                             |                |
|                                   |                |                 |                             |                |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>         |                | 3000,00         | 3000,00                     |                |
| <b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>         |                | <b>13609,30</b> | <b>10109,30</b>             | <b>3500,00</b> |
|                                   |                |                 |                             |                |
| <b>ESTRUCTURA DEL CAPITAL</b>     |                | <b>100%</b>     | <b>74%</b>                  | <b>26%</b>     |

4.5 AMORTIZACIÓN

| <b>Proyecto:</b> Operadora de Turismo Pedagógico          |        |                                      |              |          |
|-----------------------------------------------------------|--------|--------------------------------------|--------------|----------|
| <b>Crédito:</b> \$3.500                                   |        | <b>Plazo:</b> 4 años (16 trimestres) |              |          |
| <b>Periodos de Gracia:</b> 2 trimestres                   |        |                                      |              |          |
| <b>Interés:</b> 17.75% capitalizable trimestralmente 4,4% |        |                                      |              |          |
| Trimestre                                                 | Pago   | Interés                              | Amortización | Saldo    |
| 0                                                         | 0      | 0                                    | 0            | 3500     |
| 1                                                         | 175    | 175                                  | 0            | 3500     |
| 2                                                         | 175    | 175                                  | 0            | 3500     |
| 3                                                         | 353,58 | 175                                  | 178,584      | 3321,416 |
| 4                                                         | 353,58 | 166,0708                             | 187,5132     | 3133,903 |
| 5                                                         | 353,58 | 156,6951                             | 196,88886    | 2937,014 |
| 6                                                         | 353,58 | 146,8507                             | 206,7333     | 2730,281 |
| 7                                                         | 353,58 | 136,514                              | 217,06997    | 2513,211 |
| 8                                                         | 353,58 | 125,6605                             | 227,92347    | 2285,287 |
| 9                                                         | 353,58 | 114,2644                             | 239,31964    | 2045,968 |
| 10                                                        | 353,58 | 102,2984                             | 251,28562    | 1794,682 |
| 11                                                        | 353,58 | 89,7341                              | 263,8499     | 1530,832 |
| 12                                                        | 353,58 | 76,5416                              | 277,0424     | 1253,79  |
| 13                                                        | 353,58 | 62,68948                             | 290,89452    | 962,8951 |
| 14                                                        | 353,58 | 48,14476                             | 305,43924    | 657,4559 |
| 15                                                        | 353,58 | 32,87279                             | 320,71121    | 336,7447 |
| 16                                                        | 353,58 | 16,83723                             | 336,74677    | 0        |

4.6 DETERMINACION DE COSTOS Y PUNTO QUILIBRIO

-Determinación de Costos Fijos

|                               |              | <b>Mensual</b> | <b>Anual</b>    |
|-------------------------------|--------------|----------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b> | Salarios     | 1876,30        | 22515,60        |
|                               |              |                |                 |
|                               | Teléfono     | 40,00          | 480,00          |
|                               | Luz          | 40,00          | 480,00          |
| <b>Gastos de Venta</b>        | Celular      | 10,00          | 120,00          |
|                               | Internet     | 8,00           | 96,00           |
|                               | Arriendo     | 200,00         | 2400,00         |
|                               | Publicidad   | 500,00         | 6000,00         |
|                               | <b>Total</b> |                | <b>32091,60</b> |



RESERVADO



## PROCEDIMIENTO PARA SERVICIOS DE TRANSPORTACIÓN

### FLUVIAL

- Reservar los buques con el Capitán de la Armada con 15 días de anticipación y 1 mes antes en temporada alta. Cancelar el 50% de monto total del Tour 15 días antes.
- Firmar contrato Firmar con la Armada un contrato en el que se le cancelará el 50% , 15 días antes a la fecha del Tour.
- Confirmar número de personas, hora exacta de salida, llegada, el tiempo de recorrido, la institución para la que va dirigida el tour.
- Confirmar quien será el Guía del Tour (con nombre y apellido) y las edades de los turistas, dar sugerencias de alimentación y equipo necesario para los participantes.





### 4.3 NOMINA DEL PERSONAL

#### Rol de Pagos de Enero a Diciembre

| Rol de Pagos               |        |               |               |            |       |                            |                       |
|----------------------------|--------|---------------|---------------|------------|-------|----------------------------|-----------------------|
| CARGO                      | S.M.V. | 13°<br>SUELDO | 14°<br>SUELDO | VACACIONES | TOTAL | APORTE<br>AL IESS<br>9.35% | TOTAL<br>A<br>RECIBIR |
| GERENTE GENERAL            | 800    | 66,7          | 10,2          | 33,3       | 910,2 | 85,1                       | 870,5                 |
| GERENTE OPERATIVO          | 300    | 25,0          | 10,2          | 12,5       | 347,7 | 32,5                       | 315,2                 |
| COORDINADOR DE GUÍAS       | 300    | 25,0          | 10,2          | 12,5       | 347,7 | 32,5                       | 315,2                 |
| RECEPCIONISTA              | 200    | 16,7          | 10,2          | 8,3        | 235,2 | 22,0                       | 213,2                 |
| MENSAJERO                  | 150    | 12,5          | 10,2          | 6,3        | 178,9 | 16,7                       | 162,2                 |
|                            |        |               |               |            |       |                            |                       |
| TOTAL DE SUELDOS MENSUALES |        |               |               |            |       |                            | <b>1.876,2</b>        |

#### - Salarios Anuales

| CARGO                | MENSUAL            | ANUAL               |
|----------------------|--------------------|---------------------|
| GERENTE GENERAL      | 870,5              | 10446               |
| GERENTE OPERATIVO    | 315,2              | 3782,4              |
| COORDINADOR DE GUÍAS | 315,2              | 3782,4              |
| RECEPCIONISTA        | 213,2              | 2558,4              |
| MENSAJERO            | 162,2              | 1946,4              |
| <b>TOTALE</b>        | <b>S/. 1.876,3</b> | <b>S/. 22.515,6</b> |

| <b>DEPRECIACIÓN</b>      |                    |          |                       |                          |          |                     |
|--------------------------|--------------------|----------|-----------------------|--------------------------|----------|---------------------|
| <b>Descripción</b>       | <b>Activo Fijo</b> | <b>%</b> | <b>Valor Residual</b> | <b>Valor a Depreciar</b> | <b>%</b> | <b>Depreciación</b> |
| COMPUTADOR E IMPRESORA   | 1450               | 20%      | 290,00                | 1160,00                  | 20%      | 232,00              |
| ACONDICIONADOR DE AIRE   | 1459               | 20%      | 291,80                | 1167,20                  | 20%      | 233,44              |
| 3 ESCRITORIOS            | 375                | 20%      | 75,00                 | 300,00                   | 20%      | 60,00               |
| 6 SILLAS                 | 150                | 20%      | 30,00                 | 120,00                   | 20%      | 24,00               |
| SOFÁ                     | 160                | 20%      | 32,00                 | 128,00                   | 20%      | 25,60               |
| <b>Total a Depreciar</b> |                    |          |                       |                          |          | <b>\$575,04</b>     |

| <b>DEPRECIACIÓN</b>       | <b>Del Año 1 al 5</b> |
|---------------------------|-----------------------|
| COMPUTADOR E IMPRESORA    | 232,00                |
| ACONDICIONADOR DE AIRE    | 233,44                |
| 3 ESCRITORIOS             | 60,00                 |
| 6 SILLAS                  | 24,00                 |
| SOFÁ                      | 25,60                 |
| <b>Depreciación Anual</b> | <b>\$ 575,04</b>      |

-Determinación de costos variables

| <b>Rubros</b>                                    | <b>Tour Pirata</b> | <b>Tour Cascada</b> | <b>Tour Amantes</b> | <b>Tour Cosmos</b> | <b>Tour Diversion</b> | <b>Tour Valdivia</b> | <b>Tour Delfines</b> |                 |
|--------------------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|-----------------|
| Guía                                             | 25,00              | 25,00               | 25,00               | 25,00              | 25,00                 | 25,00                | 25,00                |                 |
| Transporte                                       | 90,00              | 150,00              | 200,00              | 90,00              | 90,00                 | 200,00               | 250,00               |                 |
| Seguro de Accidentes                             | 9,00               | 9,00                | 9,00                | 9,00               | 9,00                  | 9,00                 | 9,00                 |                 |
| Almuerzo                                         |                    | 50,00               | 50,00               |                    |                       | 50,00                | 50,00                |                 |
| Empaque                                          | 3,75               | 3,75                | 3,75                | 3,75               | 3,75                  | 3,75                 | 3,75                 |                 |
| Refrigerio                                       | 25,00              | 25,00               | 25,00               | 25,00              | 50,00                 | 25,00                | 25,00                |                 |
| Piqueo                                           |                    | 12,50               | 12,50               |                    |                       | 12,50                | 12,50                |                 |
| Lancha                                           |                    |                     |                     |                    |                       |                      | 37,50                |                 |
| Entradas                                         | 25,00              |                     | 25,00               | 25,00              | 150,00                |                      |                      |                 |
| Alquiler de Caballos                             |                    | 12,50               | 12,50               |                    |                       | 12,50                | 12,50                |                 |
| <b>Costos por Tour<br/>(25 personas)</b>         | <b>177,75</b>      | <b>287,75</b>       | <b>362,75</b>       | <b>177,75</b>      | <b>327,75</b>         | <b>337,75</b>        | <b>425,25</b>        |                 |
| Tours Proyectados                                | 5                  | 11                  | 6                   | 9                  | 7                     | 11                   | 11                   | <b>60</b>       |
| <b>Total de costos Variables<br/>Proyectados</b> | <b>888,75</b>      | <b>3165,25</b>      | <b>2176,5</b>       | <b>1599,75</b>     | <b>2294,25</b>        | <b>3715,25</b>       | <b>4677,75</b>       | <b>18517,50</b> |



### Punto de Equilibrio de los Tours

| Conceptos                                                                         | Tour Pirata | Tour Cascada | Tour Amantes | Tour Cosmos | Tour Diversion | Tour Valdivia | Tour Delfines |        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|----------------|---------------|---------------|--------|
| Precio de venta                                                                   | 700,00      | 750,00       | 1000,00      | 625,00      | 875,00         | 1000,00       | 1000,00       |        |
| (-)Costos Variables                                                               | 177,75      | 287,75       | 362,75       | 177,75      | 327,75         | 337,75        | 425,25        |        |
| (=) Margen de Contribución                                                        | 522,25      | 462,25       | 637,25       | 447,25      | 547,25         | 662,25        | 574,75        |        |
| (x)Participación de Mercado                                                       | 0,09        | 0,18         | 0,10         | 0,15        | 0,11           | 0,19          | 0,18          | 1,00   |
| (=)Margen de Contribución Ponderado                                               | 47,00       | 83,21        | 63,73        | 67,09       | 60,20          | 122,52        | 103,46        | 547,19 |
| Punto de Equilibrio en Unidades = Participación en el Mercado * Total de unidades | 5           | 10           | 6            | 9           | 6              | 11            | 10            | 57     |

|                                                                              |                             |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Costos Fijos /total del Margen de Contribución ponderada = Total de Unidades | $32091,60 / 547,19 = 56,78$ |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|

-Determinación del Punto de Equilibrio por Tour

Tour Pirata

Costos Fijos

|                                                                             |                 |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b><br>(salarios)                                 | 22515,60        |
| <b>Gastos de Venta</b><br>(luz, celular, Internet,<br>Arriendo, Publicidad) | 9576,00         |
|                                                                             |                 |
|                                                                             |                 |
|                                                                             |                 |
| <b>Total de C. F.</b>                                                       | <b>32091,60</b> |

|                                 |        |           |
|---------------------------------|--------|-----------|
| Punto de E.= C.F. / P.V. - C.V. |        |           |
| P.V. - C. V.=                   | 531,25 |           |
| Punto de E.=                    | 60,41  | <b>61</b> |

Costos Variables

|                       |               |
|-----------------------|---------------|
| Refrigerio            | 25,00         |
|                       |               |
| Empaque               | 3,75          |
| Entradas              | 25,00         |
| Transporte            | 90,00         |
| Guía                  | 25,00         |
| <b>Total de C. V.</b> | <b>168,75</b> |

|              |               |
|--------------|---------------|
| P.V.= 28*25= | <b>700,00</b> |
|--------------|---------------|

Tour Cascada

Costos Fijos

|                                                                             |                 |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b><br>(salarios)                                 | 22515,60        |
| <b>Gastos de Venta</b><br>(luz, celular, Internet,<br>Arriendo, Publicidad) | 9576,00         |
|                                                                             |                 |
|                                                                             |                 |
|                                                                             |                 |
|                                                                             |                 |
|                                                                             |                 |
| <b>Total de C.F.</b>                                                        | <b>32091,60</b> |

|                                |        |           |
|--------------------------------|--------|-----------|
| Punto de E.= CF / P. V. - C.V. |        |           |
| P. V. -C. V.=                  | 471,25 |           |
| Punto de E.=                   | 68,10  | <b>69</b> |

Costos Variables

|                         |               |
|-------------------------|---------------|
| Almuerzo                | 50,00         |
|                         |               |
| Empaque                 | 3,75          |
| Refrigerio              | 25,00         |
| Piqueo                  | 12,50         |
| Alquiler de<br>Caballos | 12,50         |
| Transporte              | 150,00        |
| Guía                    | 25,00         |
| <b>Total de C. V.</b>   | <b>278,75</b> |

|             |               |
|-------------|---------------|
| P.V.=30*25= | <b>750,00</b> |
|-------------|---------------|

Tour Amantes

Costos Fijos

|                                                                          |                 |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b><br>(salarios)                              | 22515,60        |
| <b>Gastos de Venta</b><br>(luz, celular, Internet, Arriendo, Publicidad) | 9576,00         |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
| <b>Total de C.F.</b>                                                     | <b>32091,60</b> |

Costos Variables

|                       |               |
|-----------------------|---------------|
| Almuerzo              | 50,00         |
|                       |               |
| Empaque               | 3,75          |
| Refrigerio            | 25,00         |
| Entrada               | 25,00         |
| Piqueo                | 12,50         |
| Alquiler de Caballos  | 12,50         |
| Transporte            | 200,00        |
| Guía                  | 25,00         |
| <b>Total de C. V.</b> | <b>353,75</b> |

|                                   |        |           |
|-----------------------------------|--------|-----------|
| Punto de E. = C.F. / P. V. - C.V. |        |           |
| P. V. - C. V.=                    | 646,25 |           |
| Punto de E.=                      | 49,66  | <b>50</b> |

|              |                |
|--------------|----------------|
| P.V.= 40*25= | <b>1000,00</b> |
|--------------|----------------|

Tour Cosmos

Costos Fijos

|                                                                          |                 |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b><br>(salarios)                              | 22515,60        |
| <b>Gastos de Venta</b><br>(luz, celular, Internet, Arriendo, Publicidad) | 9576,00         |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
| <b>Total de C.F.</b>                                                     | <b>32091,60</b> |

Costos Variables

|                       |               |
|-----------------------|---------------|
| Empaque               | 3,75          |
|                       |               |
| Refrigerio            | 25,00         |
| Entradas              | 25,00         |
| Transporte            | 90,00         |
| Guía                  | 25,00         |
|                       |               |
| <b>Total de C. V.</b> | <b>168,75</b> |

|                                  |        |           |
|----------------------------------|--------|-----------|
| Punto de E.= C.F. / P. V. - C.V. |        |           |
| P. V. - C. V.=                   | 456,25 |           |
| Punto de E.=                     | 70,34  | <b>71</b> |

|             |               |
|-------------|---------------|
| P.V.=25*25= | <b>625,00</b> |
|-------------|---------------|

Tour Diversión

Costos Fijos

|                                                                          |                 |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b><br>(salarios)                              | 22515,60        |
| <b>Gastos de Venta</b><br>(luz, celular, Internet, Arriendo, Publicidad) | 9576,00         |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
| <b>Total de C.F.</b>                                                     | <b>32091,60</b> |

Costos Variables

|                       |               |
|-----------------------|---------------|
| <b>Empaque</b>        | <b>3,75</b>   |
|                       |               |
| <b>Refrigerio</b>     | <b>50,00</b>  |
| <b>Entradas</b>       | <b>150,00</b> |
| <b>Transporte</b>     | <b>90,00</b>  |
| <b>Guía</b>           | <b>25,00</b>  |
|                       |               |
| <b>Total de C. V.</b> | <b>318,75</b> |

|                                 |                 |
|---------------------------------|-----------------|
| Punto de E.= C.F. / P.V. - C.V. |                 |
| P.V. - C. V.=                   | 556,25          |
| Punto de E.=                    | 57,69 <b>58</b> |

|              |            |
|--------------|------------|
| P.V.= 35*25= | <b>975</b> |
|--------------|------------|

Tour Valdivia

Costos Fijos

|                                                                          |                 |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b><br>(salarios)                              | 22515,60        |
| <b>Gastos de Venta</b><br>(luz, celular, Internet, Arriendo, Publicidad) | 9576,00         |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
| <b>Total de C.F.</b>                                                     | <b>32091,60</b> |

Costos Variables

|                             |               |
|-----------------------------|---------------|
| <b>Almuerzo</b>             | <b>50,00</b>  |
|                             |               |
| <b>Empaque</b>              | <b>3,75</b>   |
| <b>Refrigerio</b>           | <b>25,00</b>  |
| <b>Piqueo</b>               | <b>12,50</b>  |
| <b>Alquiler de Caballos</b> | <b>12,50</b>  |
| <b>Transporte</b>           | <b>200,00</b> |
| <b>Guía</b>                 | <b>25,00</b>  |
| <b>Total de C. V.</b>       | <b>328,75</b> |

|                                    |                 |
|------------------------------------|-----------------|
| Punto de E. = C. F. / P. V. - C.V. |                 |
| P. V. - C. V.=                     | 671,25          |
| Punto de E.=                       | 47,81 <b>49</b> |

|             |                |
|-------------|----------------|
| P.V.=40*25= | <b>1000,00</b> |
|-------------|----------------|

### Tour Delfines

#### Costos Fijos

|                                                                          |                 |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b><br>(salarios)                              | 22515,60        |
| <b>Gastos de Venta</b><br>(luz, celular, Internet, Arriendo, Publicidad) | 9576,00         |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
|                                                                          |                 |
| <b>Total de C.F.</b>                                                     | <b>32091,60</b> |

#### Costos Variables

|                       |               |
|-----------------------|---------------|
| Almuerzo              | 50,00         |
|                       |               |
| Empaque               | 3,75          |
| Refrigerio            | 25,00         |
| Piqueo                | 12,50         |
| Alquiler de Caballos  | 12,50         |
| Lancha                | 37,50         |
| Transporte            | 200,00        |
| Guía                  | 25,00         |
|                       |               |
| <b>Total de C. V.</b> | <b>366,25</b> |

$$\text{Punto de E.} = \text{C.F.} / \text{P. V.} - \text{C.V.}$$

|               |          |           |
|---------------|----------|-----------|
| P.V. - C. V.= | 633,75   |           |
| Punto de E.=  | 50,63763 | <b>51</b> |

$$\text{P.V.} = 40 \times 25 =$$

$$\mathbf{1000,00}$$



### - Tabla de Costo de los Tours

| Rubros                                                                                   | Tour Pirata    | Tour Cascada   | Tour Amantes   | Tour Cosmos    | Tour Diversion | Tour Valdivia  | Tour Delfines   |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| <b>Gastos Administrativos</b><br>(salarios)                                              | 375,26         | 375,26         | 375,26         | 375,26         | 375,26         | 375,26         | 375,26          |
| <b>Gastos de Venta</b><br>(Teléfono, Agua, Luz, Celular, Internet, Arriendo, Publicidad) | 159,60         | 159,60         | 159,60         | 159,60         | 159,60         | 159,60         | 159,60          |
| Guia                                                                                     | 25,00          | 25,00          | 25,00          | 25,00          | 25,00          | 25,00          | 25,00           |
| Transporte                                                                               | 90,00          | 150,00         | 200,00         | 90,00          | 90,00          | 200,00         | 250,00          |
| Seguro de Accidentes                                                                     | 9,00           | 9,00           | 9,00           | 9,00           | 9,00           | 9,00           | 9,00            |
| Almuerzo                                                                                 |                | 50,00          | 50,00          |                |                | 50,00          | 50,00           |
| Empaque                                                                                  | 3,75           | 3,75           | 3,75           | 3,75           | 3,75           | 3,75           | 3,75            |
| Refrigerio                                                                               | 25,00          | 25,00          | 25,00          | 25,00          | 50,00          | 25,00          | 25,00           |
| Piqueo                                                                                   |                | 12,50          | 12,50          |                |                | 12,50          | 12,50           |
| Lancha                                                                                   |                |                |                |                |                |                | 37,50           |
| Entradas                                                                                 | 25,00          |                | 25,00          | 25,00          | 150,00         |                |                 |
| Alquiler de Caballos                                                                     |                | 12,50          | 12,50          |                |                | 12,50          | 12,50           |
| <b>Costos por Tour</b>                                                                   | <b>712,61</b>  | <b>822,61</b>  | <b>897,61</b>  | <b>712,61</b>  | <b>862,61</b>  | <b>872,61</b>  | <b>960,11</b>   |
| Tours Proyectados                                                                        | 5              | 11             | 6              | 9              | 7              | 11             | 11              |
| <b>Total de costos Proyectados</b>                                                       | <b>3563,05</b> | <b>9048,71</b> | <b>5385,66</b> | <b>6413,49</b> | <b>6038,27</b> | <b>9598,71</b> | <b>10561,21</b> |

#### 4.7 DETERMINACIÓN DE INGRESOS POR SERVICIOS PROYECTADOS

| Tours                                        | Turistas por Tour | Demanda Anual de Tours | Nº de Turistas Anuales | Precio de Venta por Turista | Total de Ingresos por Tours |
|----------------------------------------------|-------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Piratas                                      | 25                | 5                      | 125                    | 28                          | 3500                        |
| Cascada                                      | 25                | 11                     | 275                    | 30                          | 8250                        |
| Amantes                                      | 25                | 6                      | 150                    | 40                          | 6000                        |
| Cosmos                                       | 25                | 9                      | 225                    | 25                          | 5625                        |
| Riverzoo                                     | 25                | 7                      | 175                    | 35                          | 6125                        |
| Valdivia                                     | 25                | 11                     | 275                    | 40                          | 11000                       |
| Delfines                                     | 25                | 11                     | 275                    | 40                          | 11000                       |
| <b>Total de Tours Anuales Proyectados</b>    |                   | <b>60</b>              |                        |                             |                             |
| <b>Total de Turistas Anuales Proyectados</b> |                   |                        | <b>1500</b>            |                             |                             |
| <b>Total de Ingresos Anuales Proyectados</b> |                   |                        |                        |                             | <b>51500</b>                |

Para determinar los costos, se estimó 25 turistas, por cada tour. El número de Tours proyectados para el primer año de la Operadora, se ha tomado el 5% de la media del total de Tours que las agencias: Metropolitan Touring Guayaquil, Seitur y Ecuadorian Tours realizan anualmente. Los Gastos Administrativos y Gastos de Venta, se dividieron para el total de turistas proyectados y determinar el costo del tour, por turista.

#### 4.8 PROYECCION DEL ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

| RUBROS                                         | Año 1               | Año 2               | Año 3               | Año 4             | Año 5             | Año 6             | Año 7             | Año 8             | Año 9               | Año 10              |
|------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Ventas Netas</b>                            | <b>51500</b>        | <b>55362,50</b>     | <b>60345,13</b>     | <b>65776,19</b>   | <b>71696,04</b>   | <b>78148,69</b>   | <b>85182,07</b>   | <b>92848,45</b>   | <b>101204,82</b>    | <b>109561,18</b>    |
| Costos de Venta                                | 18517,5             | 20369,25            | 22406,175           | 24646,7925        | 27111,47175       | 29822,62          | 32804,88          | 35429,27          | 37200,73            | 39060,77            |
| <b>Utilidad Bruta Vtas.</b>                    | <b>32982,50</b>     | <b>34993,25</b>     | <b>37938,95</b>     | <b>41129,39</b>   | <b>44584,57</b>   | <b>48326,07</b>   | <b>52377,19</b>   | <b>57419,18</b>   | <b>64004,08</b>     | <b>70500,41</b>     |
| Gtos. Administrativos                          | 22515,6             | 23641,38            | 25532,69            | 27575,31          | 29781,33          | 32163,84          | 34736,94          | 37515,90          | 39016,53            | 40577,20            |
| Gtos. de Venta                                 | 9576                | 10533,60            | 11586,96            | 12745,66          | 14020,22          | 15422,24          | 16964,47          | 18660,91          | 20527,01            | 22579,71            |
| Gtos. Financieros                              | 691,07              | 565,72              | 382,84              | 160,54            |                   |                   |                   |                   |                     |                     |
| <b>Utilidad Operacional</b>                    | <b>199,83</b>       | <b>252,55</b>       | <b>436,46</b>       | <b>647,89</b>     | <b>783,02</b>     | <b>739,99</b>     | <b>675,78</b>     | <b>1242,37</b>    | <b>4460,54</b>      | <b>7343,50</b>      |
| Depreciación                                   | 232,00              | 232,00              | 232,00              | 232,00            | 232,00            |                   |                   |                   |                     |                     |
| Amortización                                   | 1057,16             | 1414,32             | 1414,32             | 1414,32           |                   |                   |                   |                   |                     |                     |
| <b>Utilidad antes de Part. de Trabajadores</b> | <b>-1089,33</b>     | <b>-1393,77</b>     | <b>-1209,86</b>     | <b>-998,43</b>    | <b>551,02</b>     | <b>739,99</b>     | <b>675,78</b>     | <b>1242,37</b>    | <b>4460,54</b>      | <b>7343,50</b>      |
| Participación de Trabajadores (15%)            | 0,00                | 0,00                | 0,00                | 0,00              | 82,65             | 111,00            | 101,37            | 186,36            | 669,08              | 1101,53             |
| <b>Utilidad Antes de Impuesto</b>              | <b>-1089,33</b>     | <b>-1393,77</b>     | <b>-1209,86</b>     | <b>-998,43</b>    | <b>468,37</b>     | <b>628,99</b>     | <b>574,41</b>     | <b>1056,01</b>    | <b>3791,46</b>      | <b>6241,98</b>      |
| Impuesto a la Renta (25%)                      | 0,00                | 0,00                | 0,00                | 0,00              | 117,09            | 157,25            | 143,60            | 264,00            | 947,86              | 1560,49             |
| <b>Utilidad Neta</b>                           | <b>Sl. 1.089,33</b> | <b>Sl. 1.393,77</b> | <b>Sl. 1.209,86</b> | <b>Sl. 998,43</b> | <b>Sl. 351,27</b> | <b>Sl. 471,74</b> | <b>Sl. 430,81</b> | <b>Sl. 792,01</b> | <b>Sl. 2.843,59</b> | <b>Sl. 4.681,48</b> |



RESERVADO

#### 4.9 PROYECCIONES DE RENTABILIDAD

| RUBROS                                                 | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4           | Año 5           | Año 6         | Año 7         | Año 8           | Año 9           | Año 10          |
|--------------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Ventas Netas</b>                                    | 51500,00         | 55362,5          | 60345,13         | 65776,19        | 71696,04        | 78148,69      | 85182,07      | 92848,45        | 101204,82       | 109561,18       |
| Costos Variables                                       | 18517,5          | 20369,25         | 22406,175        | 24646,7925      | 27111,45175     | 29822,62      | 32804,88      | 35429,27        | 37200,73        | 39060,77        |
| Costos Fijos                                           | 32091,6          | 34174,98         | 37119,65         | 40320,97        | 43801,55        | 47586,08      | 51701,41      | 56176,81        | 59543,54        | 63156,91        |
| Depreciación                                           | 232,00           | 232,00           | 232,00           | 232,00          | 232,00          |               |               |                 |                 |                 |
| Amortización                                           | 1057,16          | 1414,32          | 1414,32          | 1414,32         |                 |               |               |                 |                 |                 |
| Gastos Financieros                                     | 691,07           | 565,72           | 382,84           | 160,54          |                 |               |               |                 |                 |                 |
| <b>Utilidad Antes de Participación de Trabajadores</b> | <b>-1.089,33</b> | <b>-1.393,77</b> | <b>-1.209,86</b> | <b>-998,43</b>  | <b>551,04</b>   | <b>739,99</b> | <b>675,78</b> | <b>1.242,37</b> | <b>4.460,55</b> | <b>7.343,50</b> |
| Participación de Trabajadores (15%)                    | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00            | 82,66           | 111,00        | 101,37        | 186,36          | 669,08          | 1.101,53        |
| <b>Utilidad Antes de Impuesto</b>                      | <b>-1.089,33</b> | <b>-1.393,77</b> | <b>-1.209,86</b> | <b>-998,43</b>  | <b>468,38</b>   | <b>628,99</b> | <b>574,41</b> | <b>1.056,01</b> | <b>3.791,47</b> | <b>6.241,98</b> |
| Impuesto a la Renta (25%)                              | 0,00             | 0,00             | 0,00             | 0,00            | 117,10          | 157,25        | 143,60        | 264,00          | 947,87          | 1.560,49        |
| <b>Utilidad Después de Impuesto</b>                    | <b>-1.089,33</b> | <b>-1.393,77</b> | <b>-1.209,86</b> | <b>-998,43</b>  | <b>351,29</b>   | <b>471,74</b> | <b>430,81</b> | <b>792,01</b>   | <b>2.843,60</b> | <b>4.681,48</b> |
| Depreciación                                           | 697,50           | 697,50           | 697,50           | 697,50          | 697,50          |               |               |                 |                 |                 |
| Amortización                                           | 707,16           | 1.414,32         | 1.414,32         | 1.414,32        |                 |               |               |                 |                 |                 |
| <b>Flujo de Caja</b>                                   | <b>315,33</b>    | <b>718,05</b>    | <b>901,97</b>    | <b>1.113,39</b> | <b>1.048,79</b> | <b>471,74</b> | <b>430,81</b> | <b>792,01</b>   | <b>2.843,60</b> | <b>4.681,48</b> |



**- Flujo de Caja con Financiamiento proyectado para diez años**

| <b>Inversión Fija</b> | <b>Año 1</b> | <b>Año 2</b> | <b>Año 3</b> | <b>Año 4</b> | <b>Año 5</b> | <b>Año 6</b> | <b>Año 7</b> | <b>Año 8</b> | <b>Año 9</b> | <b>Año 10</b> |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| S/. -3.500,00         | S/. 315,33   | S/. 718,05   | S/. 901,97   | S/. 1.113,39 | S/. 1.048,79 | S/. 471,74   | S/. 430,81   | S/. 792,01   | S/. 2.843,59 | S/. 4.681,48  |

**- Rentabilidad**

|            |                   |
|------------|-------------------|
| <b>VAN</b> | <b>\$9.817,16</b> |
| <b>TIR</b> | <b>23%</b>        |

## **CAPITULO V**

# **ESTUDIO Y ESTRATEGIAS PARA LA CAMPAÑA** **PROMOCIONAL**

### **5.1 ESTRATEGIAS**

Promociones Personales, visitar instituciones educativas, empresas, asociaciones, agencias de viajes y ejecutivos de hoteles; para dar a conocer las ventajas de los productos. Esto permite el contacto directo y el control de la información que se da.

Certificar la calidad del servicio, Para lograrlo, la operadora debe:

- Monitorear la satisfacción del cliente, por medio de hojas de comentarios, que se pedirá a los excursionistas al finalizar el tour.
- Manejar la capacidad de la oferta y la demanda turística.
- Establecer condiciones al recibir prestación de servicios de terceros, la satisfacción de los turistas es vital y depende de quien lo proporciona, se debe seleccionar, capacitar y concienciar al personal.

Realizar promociones e impulsar ofertas, para incrementar demanda por temporada baja o por la oportunidad de generar mayores ingresos en una

buena temporada o destino. Dando valores agregados a los paquetes turísticos y evitando fluctuaciones de precios por temporadas.

Incrementar eficiencia en la Comunicación, realizar esfuerzos focalizados al mercado objetivo, a la cobertura o posicionamiento del producto. Para lograrlo se debe analizar qué se quiere decir, con qué frecuencia, por qué canales se va a llegar con ese producto, tomar en cuenta las tendencias de comunicación y demanda de los atractivos turísticos del mercado pedagógico para lograr satisfacerlos.

La Operadora contará con un presupuesto de 500 dólares mensuales, invertirá en anuncios radiales, en emisoras como: Alfa, Costanera, 199, Punto Rojo o Cupido, por ser emisoras de mayor aceptación para jóvenes y adultos.

Para anunciar en una revista como Vanidades, Buenhogar, Fucsia, Vistazo o en Periódicos como El Universo o El Telégrafo, debería no hacer publicidad algunos meses; cuando tenga contratos seguros y acumular el presupuesto para poder acceder a estos medios. El presupuesto no alcanza para mantener una publicidad continua.



## 5.2 TACTICAS

### Charlas a Instituciones Educativas Particulares,

De temas como:

- Ecología.
- Beneficios de la Hipoterapia (físicamente la Hipoterapia, ayuda al equilibrio, movilidad, da estímulos de alegría, recupera la autoestima, produce una sensación placentera de paz, libertad, mejora el comportamiento, provee de una entrada sensorial a través del movimiento variable, rítmico y repetitivo del animal y puede ser practicado por personas de todas las edades).
- Importancia de la identidad cultural para el desarrollo personal.
- Importancia del medio ambiente para la vida.
- Influencia de la geografía en los seres.
- Importancia de la Educación en la Era de la Globalización.

Estas deberán ser expuestas, por El Gerente Operativo, El tour Líder o Guías contratados de la empresa, los que luego de investigadas y estudiadas se expondrán en forma animada, con ayuda audiovisual, dejando entrever los servicios, la imagen de la empresa, los puntos de contacto y los beneficios de participar de un tour bajo la responsabilidad de una empresa especializada.



Folletos, Afiches y Tarjetas de Presentación de la empresa con mensajes atractivos, el logo de la empresa, en colores llamativos, con imágenes sugestivas, puntos de contacto claro, con los servicios y ventajas a brindarse.

Tours Gratuitos para Directivos de instituciones, maestros y empresas.

Comisión de Venta para las Agencias, Representantes de Instituciones, Asociaciones, Empresa y similares.

Tour Inaugural Gratuito, invitando a Empresas Turísticas reconocidas, Medios de Comunicación, Directivos de Instituciones y Empresas afines.

Folleteria para incluir en las tarjetas de crédito, estados de cuenta y revistas.

Crear un Dirección de correo Electrónico para la Operadora, donde se ofrecerán paquetes, tarifas actualizadas, los puntos de contacto, se reciban sugerencias y contacto directo con potenciales clientes.

Pautas para tener éxito en el marketing por Internet.

1.- Los párrafos no serán excesivamente largos y serán a doble espacio, para no cansar la vista ni dificultar la lectura.

2.- El mensaje será breve, porque los lectores no poseen mucho tiempo y esto les representa un gasto.

3.- No se utilizará un lenguaje pomposo y demasiado intelectual. Se usará el idioma del mercado objetivo.

---

4.- Se enfocará las características, ventajas, facilidades y conveniencia de los tours.

5.- Se hará énfasis en el uso de los verbos, para dar sensación de acción y rapidez.

6.- Se utilizará letras mayúsculas o en negrita, para destacar algún elemento importante del mensaje, pero no con mucha frecuencia.

7.- No se utilizará texto subrayados, porque se puede confundir con un enlace de Internet.

Regalar Memorias, Diplomas o Certificados, una foto bien lograda, luego de cada tour se les deberá hacer llegar a los representantes de los clientes, con palabras de agradecimiento, por su participación, a los turistas destacados diplomas y certificados a aquellos que hayan participado en las actividades del tour.

#### Contactar a Medios Publicitarios Gratuitos

- De Televisión: Cosas de Casa, Está Clarito, y otros más programas que brinden este tipo de ayuda.
- La Prensa Escrita: El Universo, El Comercio, El Telégrafo, La Onda, Vistazo y revistas que la Iglesia católica publica, para jóvenes, niños y adultos, sin costo.

Presentaciones Radiales: en Alfa Super Estéreo, Canal 96.5, 98.5, Fuego, Favo Super Estéreo, I 99, Costanera, estereo otras.

### **5.3 AFICHES, FOLLETOS Y TARJETA DE PRESENTACIÓN**

#### **5.3.1 AFICHES**

Todo medio de promoción poseerá:

- Un mensaje claro, innovador, atractivo y que comunique la calidad del servicio a prestar.
- Los colores deben ser llamativos, pero no escandalosos, acorde al producto que se va a vender.
- Las imágenes o fotografías nítidas, expresivas y que capten la atención.

**!PLANIFICANDO SU VIAJE!**

# OPERADORA DE TURISMO PEDAGÓGICO



TE INVITA A **MEGA**  
CONOCIENDO LAS  
RAICES



***servicios turísticos***  
***profesionales y personalizados***

**DIRECCIÓN, FAX, TELÉFONO, CORREO ELECTRÓNICO**



**MEGA**  
ESPECIALISTA EN TURISMO PEDAGÓGICO

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**Operadora de Turismo Pedagógico**

**Servicios turísticos profesionales y personalizados**

**Dirección, Teléfono, Fax, Correo Electrónico**

5.3.2 Folletos





Iniciaremos el interesante recorrido en la famosa estatua **La Rotonda**, uno de los más impresionantes monumentos de Guayaquil.



Caminaremos a lo largo de la calle **Numa Pompilio**, que atraviesa el colonial barrio de "**Las Peñas**", nos

permite imaginar tiempos remotos de esta hermosa ciudad.



Contaremos leyendas de la época de la colonia guayaquileña, de famoso astillero Real, los **piratas** más famosos.

Ascenderemos las **escalinatas Diego Noboa**, en el cerro Santa Ana.

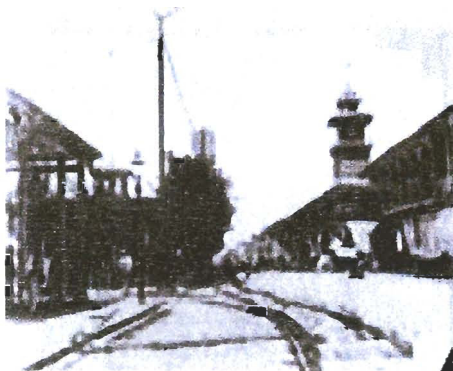


de la Historia de nuestra Ciudad. Visitaremos el **Museo de los Bomberos**, "**Félix Luque Plata**", que forman parte





**Bienvenidos al Tour  
Piratas, Tradición y Camino  
Bajo las Hojas**



**"MEGA" Operadora de Turismo Pedagógico les brindará 5 horas aproximadamente de espectaculares anécdotas históricas, vivencias tradicionales y experiencias ecológicas, seguras, planificadas largamente por profesionales, para su deleite.**



**GUAYAQUIL - ECUADOR**



**Operadora de Turismo Pedagógico**

**Servicios turísticos  
profesionales y  
personalizados**



**El Parque Histórico Guayaquil**, es un espejo en el que se reflejan las tradiciones, el origen como ciudad y la raíz de nuestra cultura ecuatoriana.

Invita a descubrir en sus didácticas áreas: de vida silvestre, tradiciones y urbano arquitectónica, en solo 4 hectáreas de terreno acoge más de 50 especies exóticas entre aves, mamíferos, reptiles, insectos, peces, crustáceos.

**Dirección, Teléfono, Fax, Correo Electrónico**

**Guayaquil**, se perfila como una moderna metrópoli, con capacidad

hotelera de primer nivel, museos, centros comerciales, parques y el moderno Malecón 2000.



Ubicada en el occidente ecuatoriano, en el margen del río Guayas, además es una ciudad comercial, el motor económico y el puerto principal del Ecuador.

Realizaremos una gran expedición en la "**Hacienda la Fronda**".



Ubicada a 55 Km. de Guayaquil, donde disfrutaremos de un agradable paseo a caballo.

Luego visitaremos Bucay, el paradero **Turístico Agua Clara**, las cascadas y el río Chimbo.



Es Este cantón de la provincia del Guayas, posee un clima templado, sus habitantes se dedican a la agricultura y la ganadería. Cultivan productos que luego de exportación como: orito o Baby Banana, morado o Red Banana y palmito, para el consumo local o regional naranja, mandarina, yuca, verde, limón real, papas chinas, maracuyá, caña de azúcar, guarapo, panela, melaza y puro.



**B**ienvenidos al Tour Caballos,  
Cascada, Horizontes, Límites  
y Diversión



**"MEGA" Operadora de Turismo**  
Pedagógico, les brindará 7 horas  
aproximadamente, de  
espectaculares vivencias,  
anécdotas, experiencias  
tradicionales y actividades  
ecológicas, seguras, planificadas  
largamente, por profesionales  
para su deleite.



**ESPECIALISTA EN TURISMO PEDAGÓGICO**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**



**Operadora de Turismo**  
**Pedagógico**

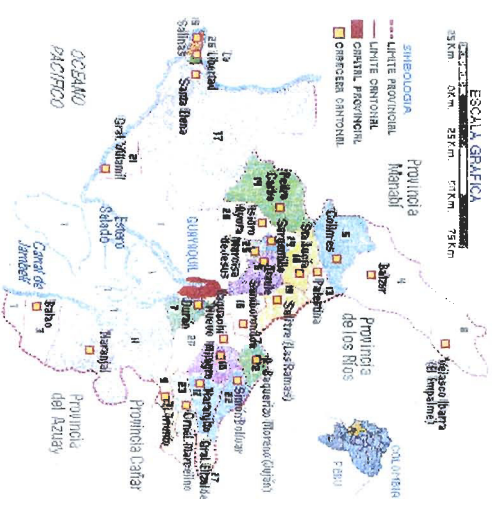
**Servicios turísticos**  
**profesionales y**  
**personalizados**

**Disfruta de Viajar feliz y**  
**tranquilo con los profesionales**  
**en Operación Turística.**



**Dirección, Teléfono, Fax, Correo Electrónico**

**Mapa de la provincia del Guayas**



museo “**Amantes de Sumpu**”, se encuentra a en la península de Santa Elena. Presenta evidencias de las vivencias y tradiciones prehistóricas, colonial, republicana.



Aquí se contará del entierro reconocido como “Los Amantes de Sumpu”, osamentas de un hombre y una mujer de entre 20 y 30 años de edad, abrazados como signos de protección.

Visitaremos el balneario de **Salinas** con su aspecto moderno, buenas condiciones hoteleras, restaurantes con exquisitos platos especialmente mariscos. Es ideal para la práctica de algunos deportes como el jet sky, tabla vela, buceo y pesca deportiva



Es un atractivo conocido internacionalmente, por la hermosa forma de su playa, su oleaje caliente y tranquilo; la textura y el color de la arena.

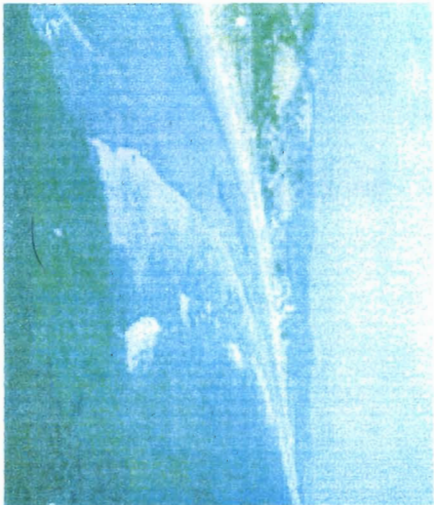
Haremos Hipoterápia o monta de caballo en la finca “**La Gloria**” .



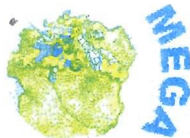
ubicada en kilómetro 33 de la vía Guayaquil – Progreso. Disfrutarán de un **refrigerio**, pasear por sus atractivas instalaciones adecuadas para descansar jugar, ver televisión o bailar.



**B**ienvenidos al Tour  
Amantes, Caballos y Mar

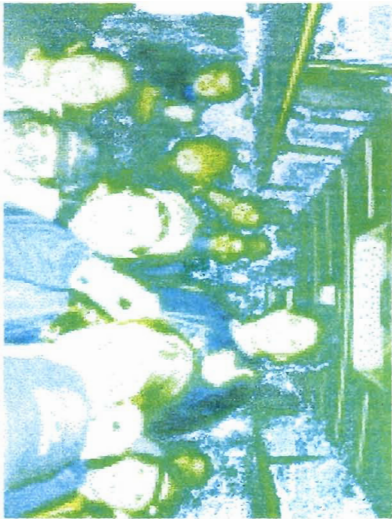


**"MEGA" Operadora de Turismo Pedagógico**, les brindará 9 horas aproximadamente de espectaculares anécdotas históricas, vivencias tradicionales y experiencias ecológicas, seguras, planificadas largamente, por profesionales para su deleite.



**ESPECIALISTA EN TURISMO PEDAGÓGICO**

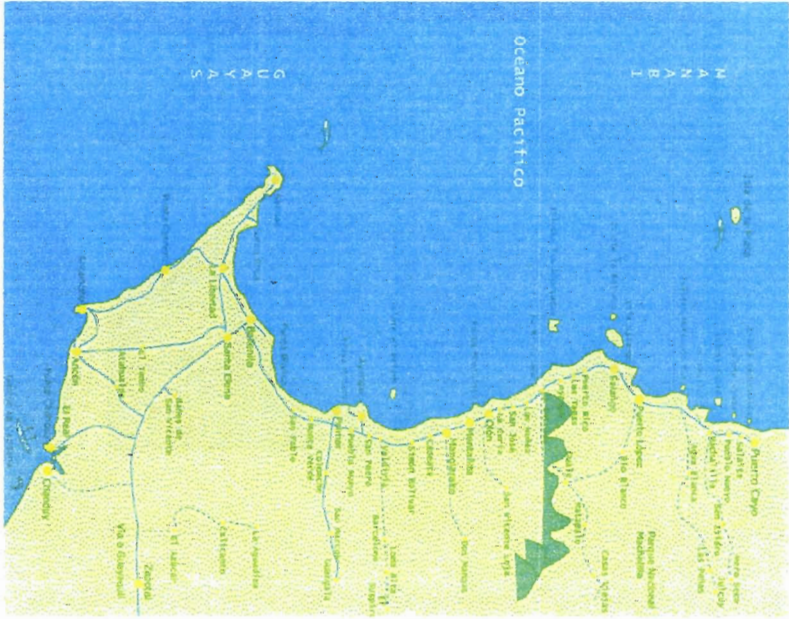
**GUAYAQUIL - ECUADOR**



**Operadora de Turismo Pedagógico**

**Servicios turísticos profesionales y personalizados**

**Mapa de las Hermosas Playa de la provincia del Guayas**

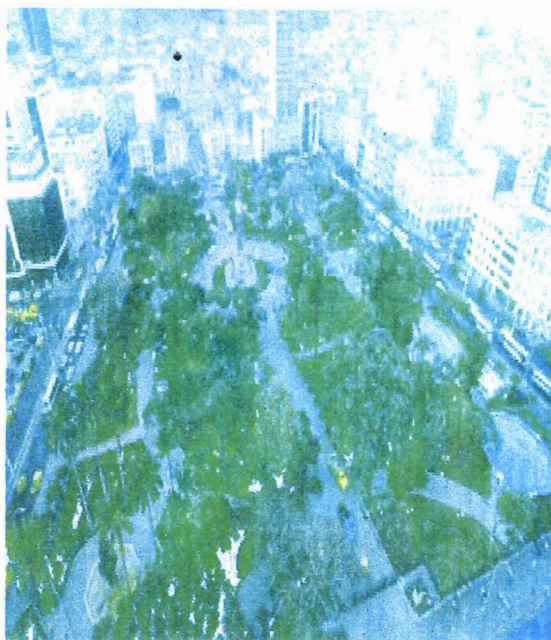


**Guayaquil** se encuentra en el occidente ecuatoriano, en la margen derecha del río Guayas.



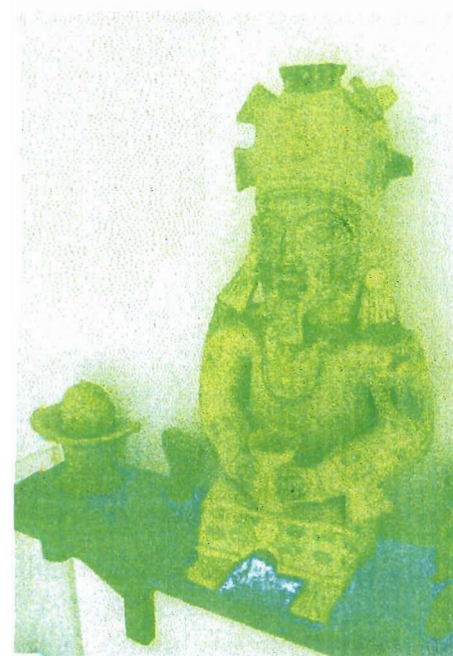
Entre sus atractivos se encuentran el tradicional barrio "Las Peñas", la Catedral Metropolitana; el Parque Seminario, el Parque Histórico, el Centro Cívico, el Cementerio General, la Torre del Reloj; Malecón 2.000, en el que se alberga almacenes, galerías, restaurantes, museos, cuenta además con modernos centros comerciales.

Visitaremos el **Museo de La Casa de la Cultura**, ubicado en la Ave. 9 de Octubre, continúa del Parque Centenario.



Se exhibe colecciones de arqueología y pictóricas de alta calidad y están descritas tanto en inglés como en español.

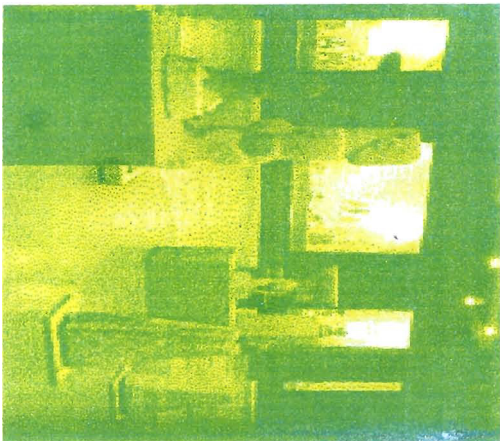
**Museo del Banco Central**, tiene piezas arqueológicas, es la más grande colección del Ecuador, Las mismas que son periódicamente cambiadas.



Pos medio de ellas se conoce la economía, religión, forma de vestir, vivienda, y la tecnología que les permitió desarrollarse y sobrevivir.

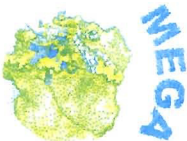


## Bienvenidos al Tour Sentir el Cosmos y Revivir el Pasado

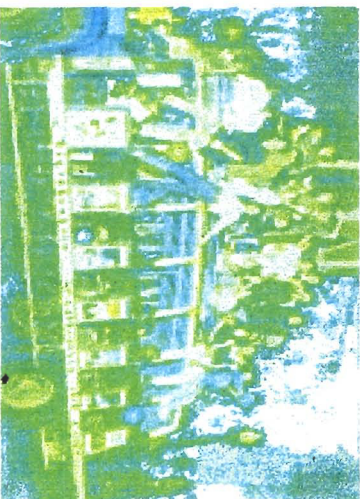


**"MEGA" Operadora de Turismo Pedagógico** les brindará espectaculares anécdotas históricas, vivencias tradicionales, experiencias ecológicas, y conocimientos de los astros, en actividades seguras, planificadas largamente, por profesionales para su deleite.

**ESPECIALISTA EN TURISMO PEDAGÓGICO**



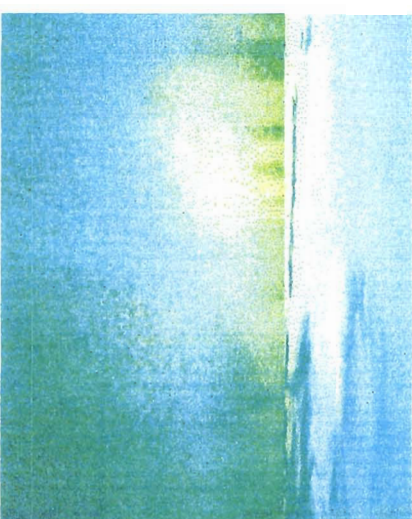
**GUAYAQUIL - ECUADOR**



**Operadora de Turismo Pedagógico**

**Servicios turísticos profesionales y personalizados**

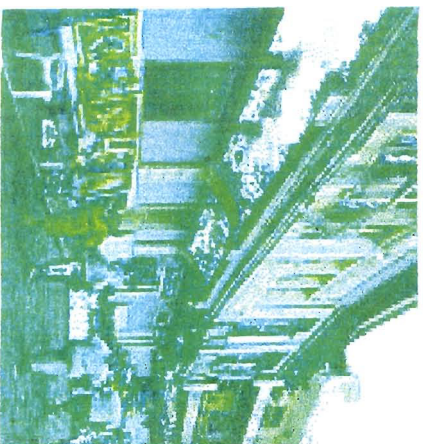
**Planetario de la Armada**, este instituto apoya a la cultura y formación académica de la juventud y la niñez ecuatoriana, es un Centro Educativo, destinado a la difusión de la astronomía y ciencias afines.



Formado por una gran cúpula, cuya superficie interior es la pantalla, donde se proyectan de forma espectacular la bóveda celeste y todos los cuerpos celestes espaciales.

Dirección, Teléfono, Fax, Correo Electrónico

**Guayaquil** se encuentra en el occidente ecuatoriano, en la margen derecho del río Guayas, Fue fundada en 1538.



En la época de la colonia fue un astillero de galeones famoso.

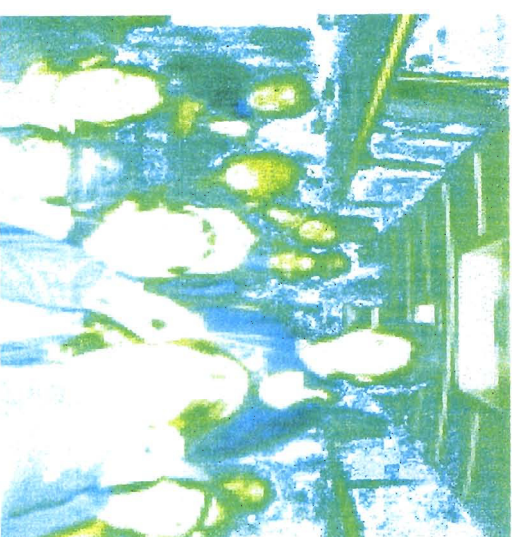
Hoy es una moderna metrópoli, con capacidad hotelera de primer nivel. Entre sus atractivos se encuentran el tradicional barrio Las Peñas, la Catedral Metropolitana; el Parque Seminario, el Parque Histórico, el Centro Cívico con moderno

auditorio; el Cementerio General con hermosas esculturas de mármol italiano; la Torre del Reloj; Malecón 2.000, en el que se alberga almacenes, galerías, restaurantes, museos, cuenta además con modernos centros comerciales.

**River Park**, está ubicado en la vía a Samborondón, es un centro de diversiones con juegos acuáticos, mecánicos y de habilidades para chicos y grandes.



Cuenta con la comodidades para los visitantes, tiene una estructura agradable y, existe un buen personal que resguarda la seguridad de los niños y jóvenes: facilidades de parqueo y seguridad externa, una hermosa vista al río Guayas



**Disfruta de Viajar feliz y tranquilo con profesionales en Operación Turística**





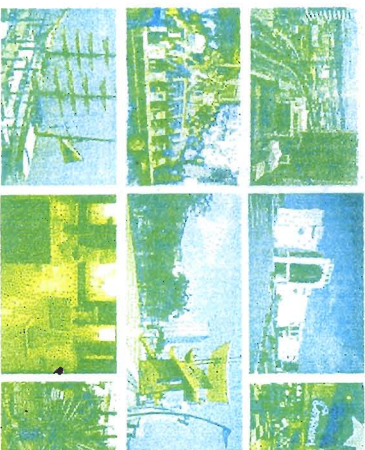
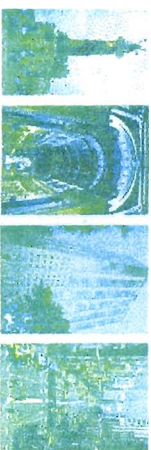
Bienvenidos al Tour  
Diversión, Moverse  
Experimental y Actuar



“MEGA” Operadora de Turismo  
Pedagógico, les brindará 5  
horas aproximadamente de  
espectaculares vivencias,  
emocionantes experiencias, en  
actividades de aventura  
seguras,  
planificadas largamente, para  
su deleite, por profesionales.



ESPECIALISTA EN TURISMO PEDAGÓGICO



GUAYAQUIL - ECUADOR  
Operadora de Turismo Pedagógico

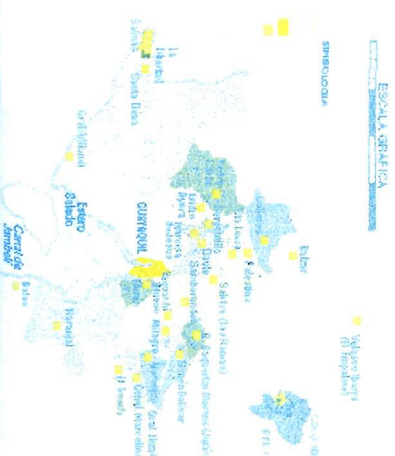
Servicios turísticos  
profesionales y  
personalizados

El compartir actividades al aire  
libre con compañeros, son  
recuerdo hermosos, inolvidables  
e irrepetibles.



¡  
No los desaproveches! Confíalos  
a profesionales

Mapa de la Provincia del Guayas

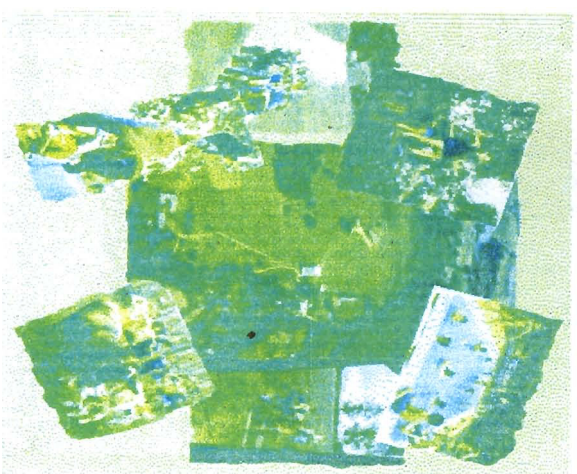


**Guayaquil, tiene un clima tropical y una temperatura que bordea los 25 grados.**



Sus atractivos principales son: el barrio Las Peñas, la Catedral Metropolitana; el Parque Seminario, el Parque Histórico, el Centro Cívico; el Cementerio General; la Torre del Reloj; Malecón 2.000, en el que se alberga almacenes, galerías, restaurantes y museos.

**La "Finca Teresita", ubicada al norte la provincia del Guayas, a 48 Km. de la vía Guayaquil - Progreso, donde encontramos una variedad de flora y fauna; disfrutaremos de un refrigerio y un paseo a caballo.**



**Luego Valdivia, se halla a 40 Km. al norte en la vía Santa Elena - Manglar Alto, posee parte de la cordillera Chongón-Colonche, tiene un bosque seco, ríos, atractivas playas y**



los pobladores son apacibles, hábiles artesanos, agricultores, pescadores y comerciantes.

**El Acuario, Zoológico y Museo Valdivia, se destaca por poseer posee las famosas Venus de Valdivias.**



## Bienvenidos al Tour Valdivia, Mar y caballos



“MEGA” Operadora de Turismo Pedagógico, les brindará 9 horas aproximadamente de espectaculares vivencias, emocionantes experiencias, en actividades de eco-aventura seguras, visitas a sitios históricos, los que han sido estratégicamente planificadas por profesionales para su hacer de este un recuerdo agradable.



ESPECIALISTA EN TURISMO PEDAGÓGICO

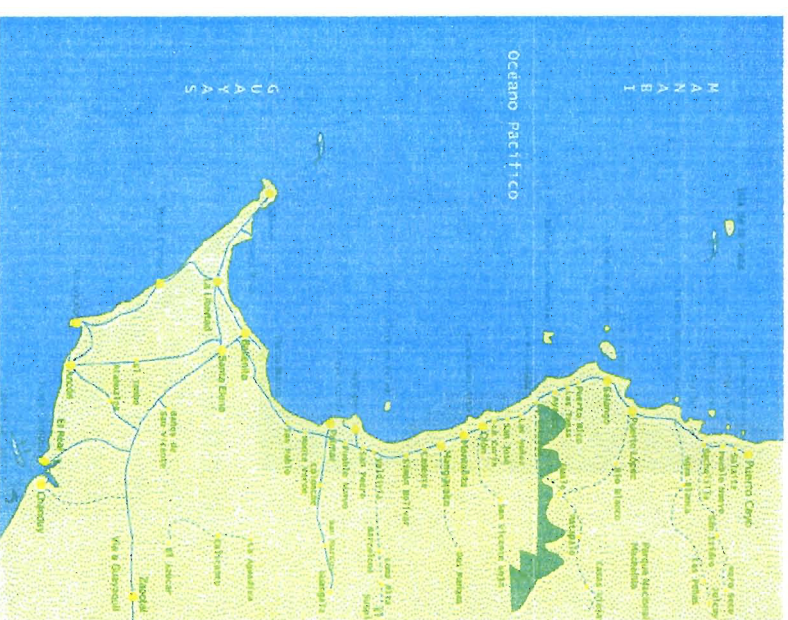
GUAYAQUIL - ECUADOR



**Operadora de Turismo  
Pedagógico**

**Servicios turísticos  
profesionales y  
personalizados**

**Mapa de las Hermosas Playa de  
la provincia del Guayas**



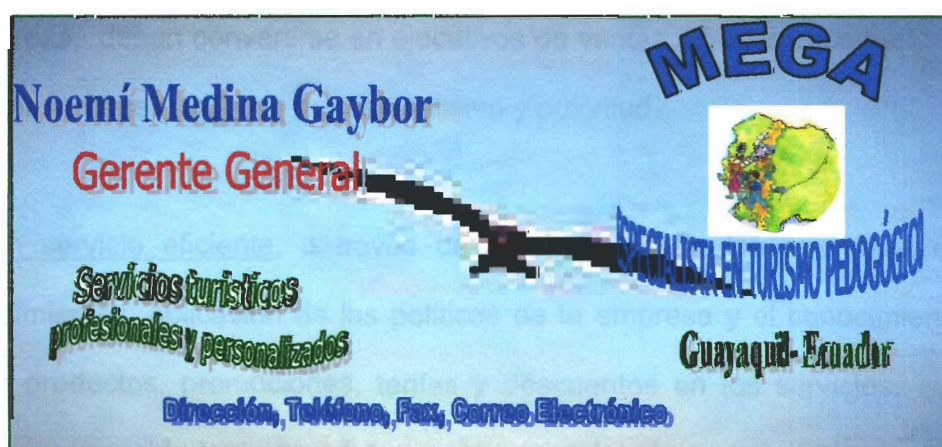




### 5.3.3 TARJETA DE PRESENTACIÓN

Una tarjeta de presentación debe constar de:

- 1.- Nombre de la empresa.
- 2.- Logo de la empresa.
- 3.- Nombre del representante o persona de contacto de la empresa.
- 4.- El cargo de la persona con quien se va ha contactar.
- 5.- La ciudad o ciudades, donde se halla ubicada la empresa.
- 6.- La dirección exacta del local.
- 7.- Medios de contacto: Teléfono, Fax, E- mail, Internet o página Web.



## 5.4 VENTAS PERSONALES DIRECTAS

Es una importante herramienta de comunicación influye, impacta, persuade y permite que los clientes potenciales discriminen, elijan, y compren un producto turístico.

### PAUTAS PARA LOGRAR ÉXITO EN LAS VENTAS PERSONALES

Mantener Excelentes Relaciones Publicas, con el mercado turístico, porque la imagen de la empresa depende en gran parte de las personas y aunque no se venda el producto, sí la imagen.

Se necesita contar con un personal experimentado en ventas, e invertir en la constante capacitación del personal. Pues es muy importantes para concretar una venta, interactuar con los clientes, contactar con las autoridades que requieren de los servicios, con los proveedores o la competencia de forma positiva y profesional. Todo el personal involucrado en la empresa, deben convertirse en ejecutivos de ventas, ofrecer, recomendar, dar buena imagen, mostrar profesionalismo y pulcritud.

Dar un servicio eficiente, a través de la ejecución de los manuales de procedimientos, aplicación de las políticas de la empresa y el conocimiento de los productos, promociones, tarifas y descuentos en los servicios, que deben ser conocido tanto por el personal gerencial, de counter o mostrador, el de exposición de las charlas y mensajero.

Debe existir una promoción adecuada en venta, porque esto estimula al cliente en su decisión, por adquirir un paquete, en una determinada operadora. La promoción patrocina los productos, esta inversión se debe hacer por medios de comunicación masivos, (radio, televisión, prensa escrita, Internet). Generalmente para esto se debe ofrecer y dar más que la competencia, a un precio competitivo.

Debe existir suficiente material,( folletos, afiches, tarjetas de presentación, memorias, souvenirs, regalos) y una propaganda adecuada, para promocionar y conseguir la compra o lucro.



## 5.5 PROMOCION EN VENTAS

Es dar un producto con un valor agregado, diferente, más producto por menos precio, sin exponer la calidad y la imagen de la operadora. Esto impulsa las ventas y da a conocer los productos, a los clientes potenciales.

Antes de promocionar se deben trazar objetivos a alcanzar, luego comparar lo que se ha logrado, para que exista un continuo mejoramiento y control.

En el caso de esta operadora, los formularios que se pedirán que se llenen luego de cada tour, deben ser analizados por una junta gerencial y luego



informar a todo el personal, para tomar los correctivos necesarios o continuar impulsando las actividades que mayor impacto positivo haya generado en los turistas.

**Promoción de venta de paquetes de la Operadora:**

- Para grupos menor o igual a 10 personas, los paseos a caballo o las entradas a ciertos sitios turísticos son gratis.
- Si el grupo es de 11 a 29 turistas, se le hará un descuento del 5% del costo del tour.
- Si el grupo es de 30 a 40 excursionistas, 2 personas adicionales participaran en el tour gratis.
- Si el Grupo es mayor que 40, el refrigerio o almuerzo es gratis.



## **5.6 CREACION DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

Los escenarios que dan identidad son: limpieza, fachada del lugar, oficinas, gerencias, recepción, buses, uniformes, techos, perchas entre otros.

Se debe invertir en publicidad, para generar mayor frecuencia de compra, a pesar que al iniciar se debe reducir el margen de ganancia. Para lograr

resultados positivos el mensaje debe ser preparado de forma especial, ser capaz de captar la atención, expresar las ventajas que se ofrecen.

Para la Operadora de Turismo Pedagógico, deben existir políticas internas como:

- 1.- El personal administrativo tendrá un uniforme acorde con los colores del logo de la empresa, los Guías dos uniformes uno de parada y otro para excursiones.
- 2.- Todo el personal mantendrá su área limpia y colaborará con reordenar las áreas comunes, en las que los clientes o visitantes generen desorden.
- 3.- La parte exterior, frontal, más accesible a la vista del mayor número de clientes, poseerá rótulo de una buena dimensión, con los colores, logo, lema, servicios y números o nombres de los contactos.
- 4.- Las oficinas, mobiliario y más materiales, deben tener una armonía con los colores que identifican a la empresa.
- 5.- Las oficina de recepción, gerencias y áreas comunes deben tener en un lugar visible, el logotipo, misión y lema de la empresa.
- 6.- Los transportes contratados deben exhibir una pancarta grande, con los colores distintivos, logo, lema, puntos de contacto y ubicación.

### 5.6.1 CREACIÓN DE IDENTIDAD VERBAL

- Saber que lenguaje influirá en mayor porcentaje a los clientes potenciales. Para lo que se debe segmentar el mercado o agrupar a los clientes potenciales, conocer sus características de comunicación para lograr que lo que deseo comunicar los impacte o llame su atención.
- Para crear una identidad verbal, los miembros de la empresa deben conocerla, estar concientes y comprometidos con la misión y visión de la empresa.
- Relacionar un nombre con una empresa o identidad verbal, son una o varias palabras fáciles de pronunciar y recordar. Estas identifica rápidamente la actividad económica, de producción y la razón de ser de la empresa o institución.

*Ejemplos de empresas que son identificadas verbalmente:*

**ESPOL**, Escuela Superior Politécnica del Litoral.

**Lan Chile**, Línea Aérea Nacional de Chile.

**AA**, American Air Line, Línea Aérea Americana.





Para la Operadora de Turismo Pedagógico he determinado:

**“MEGA”**, Especialista en Turismo Pedagógico-

### **5.6.2 CREACION DE IDENTIDAD CULTURAL**

-Es dar una percepción del servicio que se va a brindar, por la calidad, políticas de producción, procedimientos de los servicios o diferenciación de los mismos.

- Crear un medio de trabajo armónico, y dar excelencia en el trato a toda persona que tenga contacto con la operadora.

- Operar servicios turísticos especializados, eficaces en disfrute de los viajes y brindar información turística. A través de medios audiovisuales modernos, información verás e innovada.

- Logrando agilidad al dar información, a clientes, proveedores, personal y público en general.

- Funcionalidad de los métodos recibir servicios y contrato de terceros.

- Eficaces en lograr tarifas y descuentos.

- Eficiencia en la utilización de recursos.

- Ética en las operaciones económicas, ecológicas y humanas.
- Responsabilidad con los clientes, proveedores, personal y demás personas.

*Ejemplos de empresas que se identifican culturalmente:*

Si no estas en **Porta**, no estas en nada.

Si es **Bayer** es bueno.

**Bellsouth** supera los límites.

Para la Operadora de Turismo Pedagógico Podria ser:

**“MEGA”** servicios turísticos profesionales y personalizados.

### 5.6.3 CREACION DE IDENTIDAD CROMÁTICA Y LOGO

La identidad cromática de la Operadora, le permitirá una identificación fácil por medio del color, será un sello de distinción, para generar atracción y percepción de calidad.

*Ejemplo de empresas que han logrado una identidad cromática:*

**American Air Line**, rojo, azul y blanco.

**Metropolitan**, azul y blanco.

Para Mega Operadora de Turismo Pedagógico, azul, blanco y verde.

Simbología Gráfica, identificará gráficamente a la Operadora por medio de gráficos, combinación de letras y formas de las mismas.

LOGO, es la combinación de la identidad cromática y la simbología gráfica de la misma, formando un diseño único. Fue largamente creados, para ser dignos representantes de la Operadora, en los catálogos, cartas u oficios que se envíen a instituciones educativas, gubernamentales, bancos, clientes, proveedores, autoridades, socios entre otros.



## .CAPITULO VI

### INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PAQUETES

#### 6.1 FICHAS DE ATRACTIVOS CULTURALES

| NOMBRE                  | CATEGORIA                           | TIPO                                              |
|-------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Museo del Banco Central | Museos y Manifestaciones Culturales | Colección de Arte Precerámico, Cerámico y Moderna |



MUSEO CENTRAL DEL ECUADOR



|                              |                                                   |
|------------------------------|---------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Avenida 9 de Octubre y José de Antepara           |
| CONTACTOS                    | Teléfono: (5934) 2835356                          |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre                                         |
| NUMERO DE VISITANTES         | De 80 a 500                                       |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | balsa Manteño Huancavilca, una sala de Etnografía |
| RECOMENDACIONES              | Si va en grupo hacer cita previa.                 |

| NOMBRE                                                                              |  | CATEGORIA                                                                                 | TIPO                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Museo Municipal                                                                     |  | Museos y Manifestaciones Culturales                                                       | Colección de Arte Prehistórico, Colonial, Republicano y Moderno |
|  |  |                                                                                           |                                                                 |
| UBICACION                                                                           |  | Sucre entre Pedro Carbo y Chile                                                           |                                                                 |
| CONTACTOS                                                                           |  | Teléfonos: 327402 - 3291743 - 325249 Fax: 322792                                          |                                                                 |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    |  | Terrestre                                                                                 |                                                                 |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                |  | De 50 a 400                                                                               |                                                                 |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        |  | Poste totémico más importante de las Américas. Horario: Martes a Sábados de 09h00 a 17h00 |                                                                 |
| RECOMENDACIONES                                                                     |  | Si va en grupo, hacer cita previa                                                         |                                                                 |

| NOMBRE                                                                             | CATEGORIA                                                                                           | TIPO                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Museo Arqueológico del Banco del Pacífico                                          | Museos y Manifestaciones Culturales                                                                 | Colección Arqueológicas y Pictóricas |
|  |                                                                                                     |                                      |
| UBICACION                                                                          | P. Ycaza                                                                                            |                                      |
| CONTACTOS                                                                          | Teléfono: 566010                                                                                    |                                      |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                   | Terrestre                                                                                           |                                      |
| NUMERO DE VISITANTES                                                               | De 50 a 300                                                                                         |                                      |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                       | Horario: 10h00 a 18h00 de lunes a viernes, fines de semana de 11h00 a 13h00, está sujeto a cambios. |                                      |
| RECOMENDACIONES                                                                    | Hacer cita previa si es un grupo mayor de 5 personas.                                               |                                      |



| NOMBRE                                                                              | CATEGORIA                                                         | TIPO                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Museo Casa de la Cultura Ecuatoriana                                                | Museos y Manifestaciones Culturales                               | Colección de Arte cultura Precolombinas, de la costa y sierra ecuatoriana |
|  |                                                                   |                                                                           |
| UBICACION                                                                           | Avenida 9 y Pedro Moncayo                                         |                                                                           |
| CONTACTOS                                                                           | Teléfono: 3291743 - 325249                                        |                                                                           |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    | Terrestre                                                         |                                                                           |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                | De 30 a 300                                                       |                                                                           |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        | Horario: de Martes a Viernes de 10h00 a 13h00 y de 13h30 a 17h30, |                                                                           |
| RECOMENDACIONES                                                                     | Si va en grupo hacer cita previa.                                 |                                                                           |

| NOMBRE                                                                             | CATEGORIA                                    | TIPO                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Museo Nahim Isaías                                                                 | Museos y Manifestaciones Culturales          | Colección de Arte Colonial Quiteño y Arte precolombino. |
|  |                                              |                                                         |
| UBICACION                                                                          | entre Clemente Ballén y Pichincha            |                                                         |
| CONTACTOS                                                                          | Teléfonos: 327402, Fax: 322792               |                                                         |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                   | Terrestre                                    |                                                         |
| NUMERO DE VISITANTES                                                               | De 50 a 600                                  |                                                         |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                       | Horario: de Lunes a Sábados de 10h00 a 17h00 |                                                         |
| RECOMENDACIONES                                                                    | Si va en grupo hacer cita previa.            |                                                         |



| NOMBRE                                    | CATEGORIA                           | TIPO                                                                                           |
|-------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Museo de los Bomberos "Félix Luque Plata" | Museos y Manifestaciones Culturales | Colección de objetos utilizados por el Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, a lo largo del tiempo. |



|                              |                                                         |
|------------------------------|---------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Plaza Colón, frente al Barrio Las Peñas.                |
| CONTACTOS                    | <i>Teléfonos:</i> 2303572                               |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre                                               |
| NUMERO DE VISITANTES         | De 50 a 200                                             |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | <i>Horario:</i> de miércoles a domingo de 10h00 a 18h00 |
| RECOMENDACIONES              | Si va en grupo hacer cita previa.                       |

| NOMBRE                                                                              |  | CATEGORIA                                                                                      | TIPO                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Museo Valdivia y Acuario                                                            |  | Museos y Manifestaciones Culturales                                                            | Sitio Arqueológico<br>Colección Prehispánico |
|  |  |                                                                                                |                                              |
| UBICACION                                                                           |  | Avenida Principal y calle 28 de junio                                                          |                                              |
| CONTACTOS                                                                           |  | Teléfonos: 04 2 687046, 2 87070,<br>Correo electrónico:<br><i>valdiviaecolodge@hotmail.com</i> |                                              |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    |  | Terrestre                                                                                      |                                              |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                |  | De 50 a 600                                                                                    |                                              |
| CARACTERISTICAS PARTICULARES                                                        |  | Horario: de Martes a Domingo de 10h00 a 17h00                                                  |                                              |
| RECOMENDACIONES                                                                     |  | Si va en grupo hacer cita previa.                                                              |                                              |

| NOMBRE                                                                              |  | CATEGORIA                                                                             | TIPO                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Museo Amantes de Sumpa                                                              |  | Museos y Manifestaciones Culturales                                                   | Sitio Arqueológico<br>Colección Prehispánico |
|  |  |                                                                                       |                                              |
| UBICACION                                                                           |  | a 144 Km de Guayaquil                                                                 |                                              |
| CONTACTOS                                                                           |  | Teléfono: 2786642                                                                     |                                              |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    |  | Terrestre                                                                             |                                              |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                |  | De 50 a 600                                                                           |                                              |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        |  | Horario: de Martes a Domingo de 10h00 a 17h00. Se conservan "in situ" tres entierros. |                                              |
| RECOMENDACIONES                                                                     |  | Si va en grupo hacer cita previa, llevar protector solar y ropa cómoda.               |                                              |

| NOMBRE           | CATEGORIA                  | TIPO              |
|------------------|----------------------------|-------------------|
| Barrio Las Peñas | Manifestaciones Culturales | Sitios Históricos |



|                              |                                                                                                      |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Calle Numa Pompilio Llona (Barrio las peñas)                                                         |
| ACONTECIMIENTOS RELEVANTES   | Primer asentamiento Guayaquil y sitio de defensa de los ataques piratas (el fortín), en el siglo XVI |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre                                                                                            |
| NUMERO DE VISITANTES         | De 50 a 3000                                                                                         |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 18h00                                             |
| RECOMENDACIONES              | No llevar objetos de valor.                                                                          |

| NOMBRE            | CATEGORIA                  | TIPO              |
|-------------------|----------------------------|-------------------|
| PALACIO MUNICIPAL | Manifestaciones Culturales | Sitios Históricos |



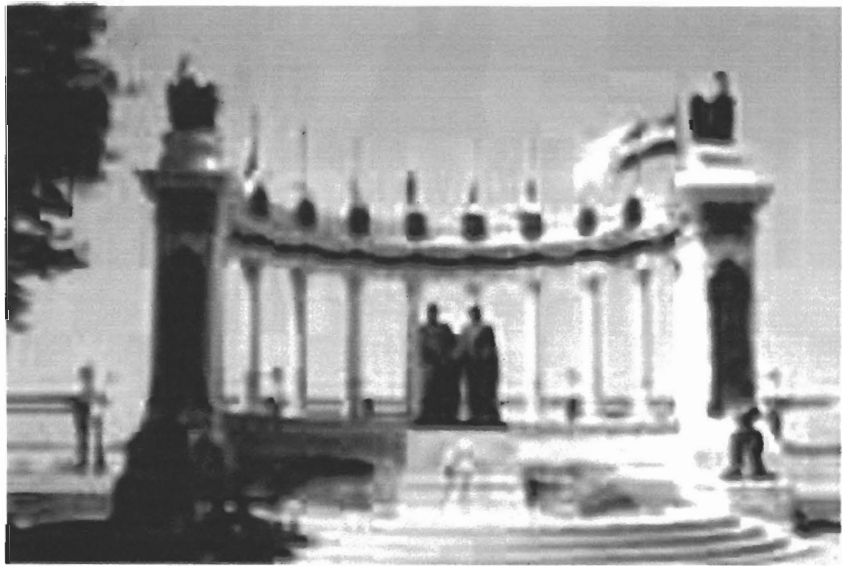
|                              |                                                                                                                                        |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Malecón Simón Bolívar y calle Pichincha                                                                                                |
| ACONTECIMIENTO RELEVANTE     | Construida en 1.785, como Plaza del Mercado, a principios del siglo XIX, fue sitio de abasto para la región y exportación del Ecuador. |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre                                                                                                                              |
| NUMERO DE VISITANTES         | De 1000 a 3000                                                                                                                         |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | Horario Recomendado: de Lunes a Viernes de 10h00 a 17h00                                                                               |
| RECOMENDACIONES              | Llevar Documentos de Identificación                                                                                                    |

| NOMBRE               | CATEGORIA                  | TIPO                           |
|----------------------|----------------------------|--------------------------------|
| Monumento Centenario | Manifestaciones Culturales | Monumentos y Sitios Históricos |



|                              |                                                                                                       |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Av. 9 de Octubre y Pedro Moncayo                                                                      |
| ACONTECIMIENTOS RELEVANTES   | En la columna se encuentra transcrita el acta de independencia de la ciudad del 9 de Octubre de 1820. |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre                                                                                             |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 10h00 a 22h00                                              |
| ESTILO                       | Columna Jónica y Ornamentos en hierro Fundido. (Echo en España por Queirolo                           |

| NOMBRE                  | CATEGORIA                  | TIPO                           |
|-------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| Hemiciclo de la Rotonda | Manifestaciones Culturales | Monumentos y Sitios Históricos |



|                              |                                                                                                                                           |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Avenida 9 de Octubre y Malecón                                                                                                            |
| ACONTECIMIENTOS RELEVANTES   | Representa el histórico encuentro de Bolívar y San Martín, en 1822. Libertadores de Venezuela, Ecuador, Perú, Chile y Colombia de España. |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre                                                                                                                                 |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 22h00                                                                                  |
| ESTILO                       | Pilares Jónicos, en mármol Italiano.                                                                                                      |





CIB-ESPOL



CIB-ESPOL

| NOMBRE                  | CATEGORIA                  | TIPO                           |
|-------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| Hemiciclo de la Rotonda | Manifestaciones Culturales | Monumentos y Sitios Históricos |



|                              |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | En las cales Chile y 10 de Agosto                                                                                                                                                                                                                    |
| ACONTECIMIENTOS RELEVANTES   | Nace como " Plaza de Armas" en 1695, en el siglo XIX se lo conocía como " el Parque de la Estrella", al colocarse el monumento ecuestre de Bolívar pasa a llamarse "Plaza Bolívar" y por la donación de don Manuel Seminario, Hoy lleva este nombre. |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre                                                                                                                                                                                                                                            |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 22h00                                                                                                                                                                                             |
| ESTILO                       | Barroco, en mármol Italiano                                                                                                                                                                                                                          |



| NOMBRE                                                                             | CATEGORIA                                                                                                                                                           | TIPO                           |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Torre Morisca                                                                      | Manifestaciones Culturales                                                                                                                                          | Monumentos y Sitios Históricos |
|  |                                                                                                                                                                     |                                |
| UBICACION                                                                          | En las calles 10 de Agosto y Malecón                                                                                                                                |                                |
| ACONTECIMIENTOS RELEVANTES                                                         | Del alto de la torre se divisa el Malecón, el río Guayas, el Cerro Santa Ana, el barrio Las Peñas. Tiene un área de 32 mt2 y una altura de 23 mt, planta octogonal. |                                |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                   | Terrestre                                                                                                                                                           |                                |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                       | Horario: de lunes a domingo de 09h00 a 17h00                                                                                                                        |                                |
| ESTILO                                                                             | Estilo árabe-bizantina, con ornamentaciones mozárabes.                                                                                                              |                                |



6.2 FICHAS DE ATRACTIVOS NATURALES

| NOMBRE                                                                                                                                                                          |  | CATEGORIA                                                                                                                    | TIPO                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Parque Histórico<br>Guayaquil                                                                                                                                                   |  | Sitios Naturales                                                                                                             | Lugares de Observación<br>de Flora y Fauna |
| <div></div> |  |                                                                                                                              |                                            |
| UBICACION                                                                                                                                                                       |  | Km 1.5 Vía a Samborondón                                                                                                     |                                            |
| CONTACTOS                                                                                                                                                                       |  | Teléfono: 2566333 ext. 2970,<br>Dra. Marlene Alonzo,<br><a href="http://www.parquehistorico.com">www.parquehistorico.com</a> |                                            |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                                                                                                                |  | Terrestre                                                                                                                    |                                            |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                                                                                                            |  | De 90 a 1500                                                                                                                 |                                            |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                                                                                                                    |  | Horario: de martes a domingo de<br>10 a 16:00                                                                                |                                            |
| RECOMENDACIONES                                                                                                                                                                 |  | Llevar cámara, protector solar o<br>gorra.                                                                                   |                                            |

| NOMBRE             | CATEGORIA        | TIPO           |
|--------------------|------------------|----------------|
| Cascada Agua Clara | Sitios Naturales | Caídas de Agua |



|                                     |                                                            |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>UBICACION</b>                    | Barrio la Puntilla (Bucay)                                 |
| <b>ATRATIVOS RELEVANTES</b>         | La cascada, una caverna, 2 pozas apropiadas para nadar.    |
| <b>MEDIOS DE ACCESO</b>             | Terrestre, pedestre                                        |
| <b>NUMERO DE VISITANTES</b>         | De 50 a 200                                                |
| <b>CARACTERÍSTICAS PARTICULARES</b> | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 18h00   |
| <b>RECOMENDACIONES</b>              | Llevar protector solar, ropa deportiva, zapatos de caucho. |

| NOMBRE       | CATEGORIA        | TIPO |
|--------------|------------------|------|
| Río Valdivia | Sitios Naturales | Río  |



|                              |                                                           |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Avenida principal vía Manglar Alto                        |
| ATRATIVOS RELEVANTES         | Paisaje, posibilidad de nadar, agua caliente.             |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre, pedestre                                       |
| NUMERO DE VISITANTES         | De 50 a 150                                               |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 17h00  |
| RECOMENDACIONES              | Llevar protector solar, ropa deportiva, zapatos de caucho |

| NOMBRE            | CATEGORIA        | TIPO   |
|-------------------|------------------|--------|
| Playa de Valdivia | Sitios Naturales | Costas |



|                              |                                                                        |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Avenida Principal y Calle 28 de junio.                                 |
| ATRATIVOS RELEVANTES         | Temperatura del agua, paisaje y posibilidad de nadar                   |
| MEDIOS DE ACCESO             | Terrestre                                                              |
| NUMERO DE VISITANTES         | De 50 a 300                                                            |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 18h00               |
| RECOMENDACIONES              | Llevar protector solar, ropa deportiva, zapatos de caucho y zapatillas |

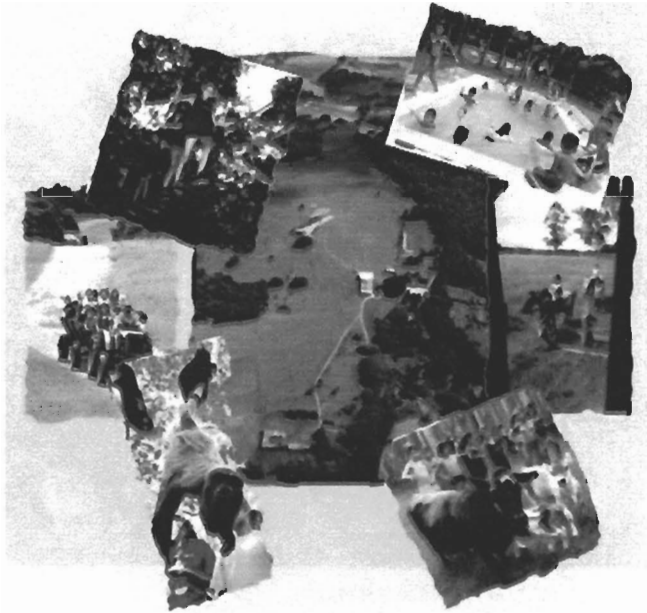
| NOMBRE                                                                              | CATEGORIA                                                              | TIPO   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------|
| Playas                                                                              | Sitios Naturales                                                       | Costas |
|  |                                                                        |        |
| UBICACION                                                                           | A 112 km. de Guayaquil junto al Malecón de Playas                      |        |
| ATRATIVOS RELEVANTES                                                                | La temperatura del agua, el paisaje y los mariscos                     |        |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    | Terrestre y pedestre                                                   |        |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                | De 200 a 3000                                                          |        |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 20h00               |        |
| RECOMENDACIONES                                                                     | Llevar protector solar, ropa deportiva, zapatos de caucho y zapatillas |        |

| NOMBRE                                                                              |  | CATEGORIA                                                                                | TIPO   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Salinas                                                                             |  | Sitios Naturales                                                                         | Costas |
|  |  |                                                                                          |        |
| UBICACION                                                                           |  | A 144 km. de Guayaquil aproximadamente, junto al Malecón de Playas                       |        |
| ATRATIVOS RELEVANTES                                                                |  | La temperatura del agua, el paisaje, la textura y color de la arena; los mariscos.       |        |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    |  | Terrestre y pedestre                                                                     |        |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                |  | De 200 a 6000                                                                            |        |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        |  | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 20h00                                 |        |
| RECOMENDACIONES                                                                     |  | Llevar protector solar, sombrero o gorra, ropa deportiva, zapatos de caucho y zapatillas |        |

| NOMBRE                                                                              | CATEGORIA                                                                            | TIPO    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Canal del Morro                                                                     | Sitios Naturales                                                                     | Canales |
|  |                                                                                      |         |
| UBICACION                                                                           | Puerto "El Morro"                                                                    |         |
| ATRATIVOS RELEVANTES                                                                | Pasear en canoa, paisaje de estuario, observación de delfines y posibilidad de nadar |         |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    | Terrestre                                                                            |         |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                | De 50 a 3000                                                                         |         |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 18h00                             |         |
| RECOMENDACIONES                                                                     | Llevar protector solar, ropa deportiva, zapatos de caucho y zapatillas.              |         |



| NOMBRE                                                                                                                     | CATEGORIA                                                                                    | TIPO                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Fina Teresita                                                                                                              | Sitios Naturales                                                                             | Sitios de Observación de Flora y fauna |
| <div data-bbox="289 589 978 1102" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1114 819 1249 982" data-label="Image"> </div> |                                                                                              |                                        |
| UBICACION                                                                                                                  | Norte de la provincia del Guayas, a 44 Km. de Guayaquil                                      |                                        |
| ATRATIVOS RELEVANTES                                                                                                       | Un León y un pequeño zoológico, hamacas, posibilidad de cabalgar, deliciosos platos típicos. |                                        |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                                                           | Terrestre                                                                                    |                                        |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                                                       | De 50 a 300                                                                                  |                                        |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                                                               | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 09h00 a 18h00                                     |                                        |
| RECOMENDACIONES                                                                                                            | Llevar protector solar, ropa deportiva, zapatos de caucho y zapatillas.                      |                                        |

| NOMBRE                                                                              | CATEGORIA                                                               | TIPO                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Finca la Gloria                                                                     | Sitios Naturales                                                        | Sitios de Observación de Flora y fauna |
|  |                                                                         |                                        |
| UBICACION                                                                           | A 33 Km. al norte de la provincia del Guayas( Vía Guayaquil – Progreso) |                                        |
| ATRATIVOS RELEVANTES                                                                | Cabañas, Billar, montar a caballo, hamacas, lago artificial, canchas    |                                        |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    | Terrestre                                                               |                                        |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                | De 80 a 500                                                             |                                        |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 10h00 a 20h00                |                                        |
| RECOMENDACIONES                                                                     | Llevar protector solar, ropa deportiva, zapatos de caucho y zapatillas. |                                        |

| NOMBRE                                                                              |  | CATEGORIA                                                                                                                           | TIPO                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Hacienda La Fronda                                                                  |  | Sitios Naturales                                                                                                                    | Sitios de Observación de Flora y fauna |
|  |  |                                                                                                                                     |                                        |
| UBICACION                                                                           |  | A 55 Km. en la vía Guayaquil - Bucay                                                                                                |                                        |
| ATRATIVOS RELEVANTES                                                                |  | Posibilidad de montar a caballo, paisaje pintoresco, observación agropecuaria y planta de exportación de flores exóticas tropicales |                                        |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                    |  | Terrestre                                                                                                                           |                                        |
| NUMERO DE VISITANTES                                                                |  | De 20 a 50                                                                                                                          |                                        |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        |  | Horario Recomendado: de Lunes a Domingo de 10h00 a 16h00                                                                            |                                        |
| RECOMENDACIONES                                                                     |  | Llevar protector solar, ropa deportiva, zapatos de caucho y zapatillas.                                                             |                                        |

| NOMBRE                                                                             | CATEGORIA                                                                                                                                                                                                                                                                  | TIPO                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Reserva Ecológica<br>Manglares de Churute                                          | Sitios Naturales                                                                                                                                                                                                                                                           | Parques nacionales y<br>Reservas de Flora y<br>Fauna |
|  |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                      |
| UBICACION                                                                          | en la parroquia Taura, en el km. 46<br>de la vía Guayaquil - Machala                                                                                                                                                                                                       |                                                      |
| CONTACTOS                                                                          | Fundación Natura, teléfono 04-<br>205152                                                                                                                                                                                                                                   |                                                      |
| MEDIOS DE ACCESO                                                                   | Terrestre, senderos pedestres                                                                                                                                                                                                                                              |                                                      |
| NUMERO DE VISITANTES                                                               | Entre 50 -200                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                      |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                       | Excelente para observar aves,<br>demostrado por científicos en<br>avifauna, cuenta aproximadamente,<br>con 225 especies. El 25% de la<br>avifauna es endémica de los<br>bosques secos tropicales del<br>occidente del Ecuador y cinco de<br>ellas en peligro de extinción. |                                                      |
| RECOMENDACIONES                                                                    | Llevar protector solar, repelente de<br>insectos. Ropa deportiva, zapatos<br>de caucho y zapatillas.                                                                                                                                                                       |                                                      |

### 6.3 ALTERNATIVAS DE ANIMACIÓN

- Videos acordes a la temática del tour como: Nosotros Ecuador, Discovery Vida Silvestre, Musicales entre otros.
- Discos compactos de música instrumental, o moderna en volumen moderado.
- Sorteos de recuerdos.
- Juegos de memoria como: recordar el nombre del último sitio visitado, el nombre del propietario, a cuantos kilómetros de Guayaquil se encuentra, cuantos carros rojos pasaron en 3 minutos, entre otros.
- El juego del ombligo. Se reparte un papel en blanco y un lápiz se pide que hagan un punto en el centro del papel, en la parte superior ponga su mayor virtud, y en la parte inferior el mayor defecto; el nombre y apellido de su compañero de asiento, luego el animador recogerá todos los papeles leerá todos de la siguiente manera:  
Ejemplo:  
Superior: Generosa  
Inferior: Impuntual

Se leería, María Torres del ombligo para arriba es generosa, del ombligo para abajo es impuntual.

- Juegos de rapidez como: la fila que da al guía primero, por ejemplo una media blanca, un cinturón, unas llaves, una mochila roja o un zapato blanco; la fila que tiene el mayor número de cosas recolectadas gana un premio.
- Los juegos deben variar de acuerdo a la edad, ánimos, condición física y al tipo de turistas.

## 6.4 GUIONES

Son un conjunto de datos que permite organizar la exposición de los guías, destacando datos históricos, culturales, artísticos, ecológicos, geográficos y técnicos relevantes, datos importantes, de interés y anécdotas de los atractivos a visitarse.

Está herramienta permite comunicar de forma oral a los turistas de acuerdo al desarrollo de la ruta, pero es imprescindible que los guías sepan hallar el momento idóneo, el lenguaje apropiado, improvisar, actualizar y ampliarlos para lograr tours exitosos en sus carreras.

guachapelí y la gran habilidad de los carpinteros. Los galeones más famosos contruidos en Guayaquil fueron el Santa Isabel y Jesús María.

Los guayaquileños se dedicaban al comercio y exportación de caco, tabaco, madera, oro, plata, sal y petróleo e importaban vinos, aceite comestible, herramientas, telas entre otros productos.

Estas actividades generaban gran cantidad de riqueza a los pobladores y hacían de este un poblado atractivo para los piratas, los que asaltaban a los pobladores, robaban su dinero, joyas y secuestrando a los pobladores para exigir cuantiosos rescates por ellos. Por lo que se construyó el Fortín ubicado al iniciar la calle en el que hasta hoy existen dos cañones.

Como **tercera** parte ascenderemos las escalinatas Diego Noboa, del cerro Santa Ana, donde encontramos un hermoso mirador, nuevo sitio de interés turístico, aquí acuden decenas de turistas nacionales y extranjeros todos los días atraídos por la brisa del río Guayas, la diversidad de luces y colores de las pintorescas y tradicionales casas.

Se contarán crónicas escritas por los piratas, que llegaron al Guayaquil antiguo, cuentan que estos se hallaban organizados por un capitán, él que generalmente era el dueño de la embarcación, un carpintero que ganaba alrededor de 200 pesos, un médico 250, el resto de la tripulación recibía

recompensas y premios en los combates. La pérdida del brazo derecho en combate les hacía merecedor a 600 pesos o 6 esclavos, por el brazo izquierdo 500 pesos o 5 esclavos, la pierna derecha 500 pesos o 5 esclavos, la pierna izquierda 400 pesos o 4 esclavos, por un ojo o un dedo 100 pesos.

El botín se repartía la mayor porción para el capitán, las recompensas a los heridos y el resto para la tripulación en porciones iguales. Era prohibido esconder o tomar ventaja del botín, si se comprobaba cualquier acto ilícito se les mutilaba la mano.

Los piratas más famosos que visitaron el golfo de Guayaquil, fueron el Ingles Francis Drein en 1579, Thomas Candish en 1608, el holandés Jacques Hermite Clerk el que poseía una de las flotas más numerosas del pacífico, que se componía de 11 buques tripulados por 1600 hombres.

Hermite Clerk y su tripulación llegaron a Guayaquil, quemaron las casas, mataron personas, robaron joyas, dinero y objetos de valor y cuenta la historia que en el cielo ardiente, pareció San Agustín, con una luz resplandeciente quien ayudó al pueblo a ahuyentar a los invasores.

En una ocasión el pirata Dampierre, conocido como “el pirata culto”, vino según su diario que reposa en un museo de España, en 1687 acompañado



por Woodes Roger y el Capitán Thomas Cook, se alimentaron de inmensas y deliciosa tortugas en Galápagos y luego invadieron Guayaquil.

En otra ocasión Dampierre fue acompañado por el pirata Swan, uno de los piratas más sanguinarios, pero no tuvieron éxito en su invasión, pues los ahuyentó las luces y estruendo del malecón, pensaron que ya habían sido divisados y se regresaron de la isla Santay. En realidad según la fecha del diario, fueron los juegos artificiales que en la ciudad se prendían por las festividades de agosto en honor a San Santiago en 1690.



Los ciudadanos se organizaron, entrenaron se defendieron de estos ataques y el fuego que arrasaba con las casas de madera, luego tuvieron que superar las pestes y enfermedades como: fiebre amarilla y bubónica. Dejando una herencia de superación y fuerza de voluntad para afrontar las adversidades a sus futuros hijos guayaquileños.

En la **cuarta** parte, del tour degustaremos de un refrigerio, en forma ordenada, durante 20 minutos, buen provecho, gracias por su atención.

Como **quinta** parte visitaremos el Museo de los Bomberos "Félix Luque Plata". Ubicado en la Plaza Colón frente al Barrio Las Peñas (Planta Proveedora de Agua). El museo alberga objetos que han sido utilizados por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, a lo largo del tiempo, y

que forman parte de la Historia de nuestra Ciudad. Entre ellos existen interesantes reservorios de agua que eran jalados por mulas o caballos.

Nuestra **sexta** visita es El Parque Histórico Guayaquil, que es un espejo en el que podemos reconocer nuestras tradiciones, que constituyeron el origen de nuestra ciudad y la raíz de nuestra cultura. Fue creado con el objetivo de rescatar la cultura de los ecuatorianos. Posee tres zonas: de vida silvestre, de tradiciones y urbano arquitectónico, este zoológico de inmersión, es un hábitat natural donde habitan con casi toda libertad animales en peligro de extinción, lo recorreremos mediante un sendero elevado que permite el contacto real con el ecosistema, sin que se incomoden ni visitantes, ni animales. Existe una torre mirador para observar aves y zonas de descanso a lo largo del camino; la zona de rescate de tradiciones no solo nos permitirá encontrarnos con el pasado, también nos abrirá las puertas a un mundo rural que a veces está demasiado lejos para ser conocido; los huertos de los principales productos de la costa; una casa de hacienda, que fue el motor económico del país, pues la riqueza del Ecuador se basaba en la exportación de los productos agrícolas; una reconstrucción de la vida urbana de Guayaquil de antaño a través del rescate de la casa Julián Coronel, Banco Territorial, la casa Lavayen Paredes y Hospicio Corazón de Jesús.

Finalmente como **séptima** parte, deseo agradecerles a nombre de la Operadora de Turismo Pedagógico “Mega” y el mío, por sus importantes

participaciones en este tour, espero haya sido de su agrado, para sus sugerencias y comentarios a continuación les paso a entregar un pequeño formulario, ha sido un placer, éxito para todos en sus vidas.

## 6.4.2 GUIÓN DEL TOUR CABALLOS, CASCADA, HORIZONTE Y DIVERSIÓN



Mi nombre es..... , represento a la Operadora de Turismo Pedagógico “Mega”, y es grato ser su Guía Líder, en el tour Caballos, Cascada, Horizontes y Diversión, será un placer satisfacerles con cualquier inquietud.

El Tour consta de 6 partes:

- 1) Bienvenida y una pequeña introducción a cerca de nuestra provincia.
- 2) Cabalgaremos en la Hacienda la Fronda.
- 3) Visitaremos y almorzaremos en el parador Turístico Agua Clara, en Bucay.
- 4) Recorrido por las orillas del Estero Agua Clara y si desea puede bañarse.
- 5) Retorno a guayaquil y disfrutaremos de un refrigerio.
- 6) Despedida.

Bienvenidos a iniciar una divertida experiencia la misma que tendrá como **primera** parte, una pequeña introducción de datos relevantes que necesitamos recordar de la Provincia del Guayas, tiene una variada

producción agrícola entre los que tenemos los más importantes: arroz, caña de azúcar, algodón, café, cacao y banano. Su principal medio de transportación es la carretera, barcos por el río Guayas y otra parte en pequeña parte en ferrocarril hasta milagro. En la cuenca del río Guayas existen yacimientos importantes de petróleo y gas natural. Su población se estima en 2.977.000 habitantes. Esta ciudad es el motor que impulsa el comercio nacional. A través del recorrido podrá observar plantaciones de arroz, cacao, banano entre otros productos.

En la **segunda** parte del tour realizaremos una expedición en la hacienda la Fronda, propiedad de la Señora María Elena Noboa, donde disfrutaremos de 20 minutos cada uno, de un placentero paseo a caballo.

El montar a caballo provee a las personas de una entrada sensorial a través del movimiento variable, rítmico y repetitivo del animal. La variabilidad de la marcha del caballo posibilita alegremente a una experiencia de aprendizaje divertida en un medio natural. Físicamente la Hipoterapia, puede mejorar el equilibrio y la movilidad, también puede afectar positivamente a las funciones de comunicación y el comportamiento de personas de todas las edades.

Estos estímulos ayudan a personas con: parálisis cerebral, esclerosis múltiple, <sup>1</sup>autismo, síndrome de Down, espina bífida, traumas cerebrales, distrofia muscular entre otros tratamientos alternativos y complementario para su rehabilitación habitualmente en Europa.

En 5 minutos iniciaremos la **tercera** parte, estaremos en Bucay y nos dirigiremos al paradero Turístico Agua Clara lo recorreremos y aquí degustaremos de un exquisito plato típico de la zona, en treinta minutos, por favor iniciaremos la siguiente fase.

A continuación en nuestra **cuarta** parte, recorreremos el margen del Estero Agua Clara y el Río Chimbo.

Bucay es un joven cantón de la provincia del Guayas, posee un clima templado, la mayor parte de sus habitantes se dedican a la agricultura y la ganadería, cultivan productos que luego son exportados como: orito o Baby Banana, morado o Red Banana y palmito. También productos para el consumo local o regional como: naranja, mandarina, yuca, verde, limón real, papas chinas, maracuyá, caña de azúcar de lo que producen guarapo, panela, melaza y puro.

---

<sup>1</sup> [www.hipoterapia.com](http://www.hipoterapia.com)

El Estero Agua Clara nace como un vertiente de los cerros San Pablo, con la unión de otros vertientes y la distancia va aumentando el caudal hasta convirtiéndose a esta altura en un estero, que lo vemos caer en forma de unos hermosos velos en varias cascadas, en la parte superior se halla una represa de agua, que toma parte del caudal, lo lleva por medio de grandes tuberías a una planta de tratamiento y luego es consumida por un sector de Guayaquil. El Río Chimbo, nace de los deshielos del Volcán Chimborazo por lo que es frío y generalmente sus aguas son turbias, aquí se puede hacer rafting y nadar. A continuación pueden disfrutar del paisaje y de las aguas.

Como **quinta** parte retornaremos a Guayaquil y en pocos minutos disfrutaremos de un refrigerio.

Para finalizar con mi **sexta** intervención les agradezco a nombre de la Operadora de Turismo Pedagógico “Mega” y el mío, por sus importantes participaciones en este tour, espero haya sido de su agrado, para sus sugerencias y comentarios a continuación les daré un pequeño formulario, ha sido un placer compartir con ustedes.

### 6.4.3 GUIÓN DEL TOUR AMANTES, MAR Y CABALLOS

Mi nombre es..... , represento a la Operadora de Turismo Pedagógico “Mega”, es grato ser su Guía Líder, en Tour Amantes, Mar y Caballos, será un placer satisfacer sus inquietudes y preguntas en cualquier momento.

El tour consta de seis partes:

- 1) Visitaremos el museo Amantes de Sumpa.
- 2) Llegaremos a Salinas.
- 3) Recorrerán la playa y si desean pueden bañarse.
- 4) Disfrutaremos de un almuerzo exquisito en el restaurante “Mar y Tierra”.
- 5) Haremos Hipoterapia o montar a caballo en la finca “La Gloria”.
- 6) Retornaremos a Guayaquil
- 7) Agradecimiento y despedida.

En la **primera** parte del tour visitaremos el museo Amantes de Sumpa localizado luego de pasar por los poblados de Olmedo, Sucre, Buenos Aires, Zapotal, 5 Km. antes de entrar al cantón Santa Elena, se debe desviar a la izquierda a 7 Km. donde se halla el museo de sitio Amantes de Sumpa, que tiene 10.000 años de tradición cultural en la Península de Santa Elena, se encuentra a 144 Km. de Guayaquil, en el museo se presenta la prehistoria, la colonia y la república de la Península. Además diferentes aspectos de la

cultura tradicional de esta región. Se conservan “in situ” tres entierros que evidencian las costumbres funerarias de los antiguos habitantes Vegas y sus ofrendas, incluyendo el entierro reconocido como “*Los Amantes de Sumpa*”, llamado así por ser las osamentas de un hombre y una mujer de entre 20 y 30 años de edad, abrazados como protegiéndola, poseen fracturas a la altura del cráneo, y junto a ellos grandes piedras, por lo que se asume que murieron apedreados y se cree que esa fue la causa de sus muertes. En este sitio se descubrieron alrededor de 200 osamentas que constituyen el cementerio más grande de América de esa época.

Existe una vivienda campesina según las costumbres de los años treinta, recrea diferentes áreas donde se desarrollaban actividades cotidianas. Aquí se han instalado talleres para que los artesanos de la región trabajen en sus oficios y elaboren artesanías que están a disposición de los visitantes.

Como **segunda** fase se visitará Salinas, con su aspecto moderno y buenas condiciones hoteleras, es ideal para la práctica de algunos deportes como el jet sky, tabla vela, buceo y pesca deportiva. A 15 Km. de Salinas se halla Punta Blanca, que ofrece también opciones para la realización de algunos deportes náuticos.

Como **tercera** fase del tour recorreremos la playa, luego haremos grupos y determinaremos un líder, quien se encargará de que su grupo llegue



completo, el mejor líder será premiado. Luego pueden disfrutar de la playa y a las 12: 40 les espero en el restaurante Mar y Tierra.

La **cuarta** fase almorzaremos en el restaurante Mar y Tierra, ubicado en la calle 25 y Malecón.

Ahora como **quinta** parte recorreremos la playa, para lo que formaremos grupos y escogeremos lideres, luego los que deseen pueden disfrutar de la playa. Los esperamos a las 3 de la tarde, por favor sean puntuales.

La **sexta** fase del tour hará Hipoterapia o monta de caballo, en la finca “La Gloria” está a kilómetro 33 de la vía Guayaquil – Progreso, el movimiento del caballo y la respuesta constituyen un estímulo positivo para la vida de las personas. Por su naturalidad, la equitación influye a la persona en su totalidad y el efecto en todo el cuerpo puede ser para las personas que sufren algún tipo de discapacidad un tratamiento que da notables resultados. Es una fuente inagotable de estímulos, que favorecen la coordinación motora, la atención, el equilibrio, los reflejos, actúa sobre las funciones cognoscitivas y especialmente, sobre las respuestas emocionales. Aquí también podrán disfrutar de un refrigerio, pasear por el lago, el descanso en las hamacas, juegos de villar, football, ver televisión o bailar.

Finalmente en nuestra **séptima** fase retornaremos a Guayaquil, agradezco por su alegre participación en este tour a mi nombre y de la Operadora,

deseo se hayan divertido, les pido por favor, llenar el siguiente formulario.

Gracias.

#### 6.4.4 GUIÓN DEL TOUR SENTIR EL COSMOS Y REVIVIR EL PASADO

Mi nombre es..... , represento a la Operadora de Turismo Pedagógico “Mega”, es grato ser su Guía Líder en Tour Cultura Sentir el Cosmos y Revivir el Pasado, será un placer satisfacer cualquier inquietud o preguntas en cualquier momento.

El tour consta de seis partes:

- 1) Introducción acerca de Guayaquil.
- 2) Visita al museo de La Casa de la Cultura.
- 3) Visita al interesante Museo Antropológico del Banco Central del Ecuador.
- 4) Refrigerio.
- 5) Recorrido del Planetario de la Armada,
- 6) Despedida del tour.

Como **primera** parte tendremos una introducción histórica de Guayaquil, Esta ciudad, se encuentra en el margen derecho del río Guayas, y al occidente del Ecuador, el río que tiene una extensión aproximada de 36.000

Km., sus principales afluentes son: el río Daule y Babahoyo, el que a su vez alimentado por el Vinces, Pueblo Viejo, Zapotal y Yaguachi. En la época de la Colonia, fue el Astillero Real más importante de América del Sur. Hoy es el principal puerto del país y capital económica del Ecuador.

Se perfila como una moderna metrópoli con amplia capacidad hotelera de primer nivel. Entre sus atractivos se encuentran el tradicional barrio Las Peñas, la Catedral Metropolitana; el Parque Seminario, el Parque Histórico Guayaquil, enfocado al rescate de los valores culturales y naturales de la región, que se encuentra en la vía a Samborombón, en apenas 4 hectáreas de terreno acoge más de 50 especies entre aves, mamíferos y reptiles, sin contar insectos, crustáceos y peces; el Centro Cívico con un moderno auditorio; el Cementerio General con esculturas de mármol italiano; la Torre del Reloj; y el nuevo Malecón 2.000, el que alberga almacenes, galerías, restaurantes, museos; y otros animales que sin ser parte de la muestra encuentran su habita, cuenta además con modernos centros comerciales y una gran actividad económica.

Como **segunda** parte tendremos la visita al museo de La Casa de la Cultura Ecuatoriana, ubicado en la Ave. 9 de Octubre, continúa del Parque Centenario. Se exhibe aquí colecciones de arqueología y pictóricas de alta calidad y están descritas tanto en inglés como en español. La exhibición más importante contiene cerámica y otros instrumentos que documentan el

desarrollo de las culturas ecuatorianas desde 3.000 antes de Cristo a 1.500 después de Cristo. La Galería de Arte Contemporáneo donde podemos apreciar variadas exposiciones tanto de arte nacional como internacional.

En la **tercera** parte del recorrido visitaremos el Museo del Banco Central del Ecuador, tiene a su disposición una colección de 84.000 piezas, pero no todas ellas están en exhibición, periódicamente esta colección es cambiada. Posee la colección ecuatoriana más grande de piezas arqueológicas, pertenecientes a las culturas de los períodos precerámico, formativo, desarrollo regional e integración entre las que contamos a las Vegas, Valdivia, Chorrera, Machalilla, La Tolita, Jama -Coaque, Daule - Tejar, Jambelí, Bahía, Guangala, Milagro- Quevedo, Manteña, entre otras. A las que por medio de sus manifestaciones, podemos conocer casi en su totalidad su cerámica, economía, religión, forma de vestir, vivienda, sociedad, tecnología y todas esas situaciones le permitieron a esa generación desenvolverse en su medio y con el pasar del tiempo se convirtieron de nómadas al sedentarios. Un punto de especial interés constituye la recreación de la balsa Manteño Huancavilca, por su trascendencia como medio de interacción cultural entre nuestros pueblos aborígenes y el resto de los de América prehispánica. Se han encontrado ejemplares de nuestras culturas en varias localidades de Centroamérica y México. Además posee una sala de Etnográfica, donde podemos observar las diferentes etnias que

conforman la amazonía ecuatoriana y salas de exposición temporal o permanente de pintura y escultura, de los más renombrados artistas.

En la **cuarta** parte del tour disfrutaremos de un delicioso refrigerio, el mismo que se les pasará en orden por cada uno de sus asientos.

La **quinta** parte del recorrido será el Planetario de la Armada, este Instituto apoya a la cultura y formación académica principalmente de la juventud y la niñez ecuatoriana, por medio del Planetario de la Armada, este centro educativo destinado a la difusión de la astronomía y ciencias afines, fue creado en 1984 y dispone de una sala de proyecciones es la parte principal del edificio, en donde se hace la presentación artificial del cielo, está formada por una cúpula hemisférica de 20 metros de diámetro, cuya superficie interior es la pantalla donde se proyecta la bóveda celeste y todos los cuerpos celestes especiales a simple vista, en el centro de la sala se encuentra el equipo proyector marca Zeiss y en torno al mismo se distribuyen butacas para alojar hasta 300 personas.

Finalmente la **sexta** parte, agradezco a nombre de la Operadora de Turismo Pedagógico “Mega” y el mío, por sus importantes participaciones en este tour, espero haya sido de su agrado, para sus sugerencias y comentarios a continuación les daré un pequeño formulario, ha sido un placer, compartir con ustedes y cuando deseen viajar sólo contáctennos por favor.

### 6.4.5 GUIÓN DEL TOUR DIVERSIÓN, MOVERSE, EXPERIMENTAR Y ACTUAR

Mi nombre es..... , represento a la *Operadora de Turismo Pedagógico "Mega"*. Y es grato ser su Guía Líder, en Tour Diversión, Moverse, Experimentar y Actuar.

Será un placer contestar cualquier inquietud y ayudarlo en todo lo que me sea posible.

Este Tour de esparcimiento constará de 6 partes:

- 1) Iniciaremos con una introducción de nuestra ciudad.
- 2) Esperaremos unos minutos para repartir los boletos de entrada y haremos un recorrido de reconocimiento del parque.
- 3) Dividiremos en los juegos y luego rotaremos.
- 4) Disfrutaremos de un refrigerio en el bar.
- 5) Rotaremos los juegos.
- 6) Embarcaremos.

Como **primera** parte del tour voy a darles una corta intervención a cerca de Guayaquil, posee muchos atractivos turísticos, entre los que se destacan el tradicional barrio Las Peñas, en las faldas de cerro Santa Ana, la Catedral Metropolitana, el Parque Seminario o Parque de las Iguanas, conocido así, por que en sus árboles habitan tranquilamente iguanas, ardillas, variedad de

aves; el Centro Cívico con su moderno auditorio; el Cementerio General con esculturas de mármol italiano; la Torre del Reloj; y el nuevo Malecón 2.000, gigantesca obra que alberga almacenes, galerías, restaurantes y museos. La metrópoli cuenta además con modernos centros comerciales y una pujante actividad económica. Otro de sus atractivos es el Parque Histórico, enfocado al rescate de los valores culturales y naturales de la región, que se encuentra en la vía a Samborondón.

Además cuenta con varias cadenas hoteleras internacionales, que tienen filiales en Guayaquil. Su temperatura promedio es de 25 grados centígrados y tiene un clima tropical húmedo. Es una ciudad progresista, ubicada en la margen derecho del río Guayas. Fue fundada en 1534, en la época de la Colonia, fue el astillero más importante de América del Sur. Hoy es el principal puerto del país y capital económica del Ecuador, se perfila como una moderna metrópoli con amplia capacidad.

Hemos llegado y en nuestra **segunda** fase, esperaremos a que nos den a cada uno nuestro boleto de acceso, para luego continuar con un recorrido de reconocimiento, selección de juegos de inicio y formación de grupos. Ahora les diré que River Park está ubicado en la vía a Samborondón, es un centro de diversiones con juegos mecánicos y de habilidades para chicos y grandes.

Como **tercera** parte rotara de juegos entre grupos. Para permitir que todos disfruten de los juegos existentes.

En nuestra **cuarta** fase nos reuniremos para disfrutar de un refrigerio en las mesas al aire libre que posee la instalación.

La parte **quinta** rotaremos de juegos entre grupos para que todos disfruten de todos los juegos, sin perder el control y seguir las normas de seguridad del parque.

Para finalizar con mi **sexta** intervención les agradezco a nombre de la Operadora de Turismo Pedagógico “Mega” y el mío, por sus importantes participaciones en este tour, espero se haya divertido, para sus sugerencias y comentarios a continuación les daré un pequeño formulario, por favor llénenlo. Ha sido un placer, éxito para todos y contáctennos estaremos prestos a servirlos.

#### 6.4.6 GUIÓN DEL TOUR VALDIVIA, MAR Y CABALLOS

Mi nombre es..... , represento a la *Operadora de Turismo Pedagógico “Mega”*. Y es grato ser su Guía Líder, en Tour Valdivia Mar y Caballos. Será un placer satisfacerles con cualquier inquietud.



El tour consta de 7 partes:

- 1) Iniciaremos con una introducción de la ciudad de Guayaquil.
- 2) Visitaremos la finca Teresita, aquí tomaremos un refrigerio y daremos un paseo a caballo.
- 3) Descubriremos el Museo de Valdivia.
- 4) El Acuario Valdivia.
- 5) Almorzaremos en Valdivia.
- 6) Disfrutaremos de la playa.
- 7) Retorno a Guayaquil y despedida.

En la **primera** parte tenemos una introducción pequeña de Guayaquil. Tiene una temperatura que bordea los 25 grados centígrados y un clima tropical húmedo. Está en la margen derecho del río Guayas, a 50 Km. de su desembocadura. Fue fundada en 1538 y en la época de la Colonia, fue el astillero más importante de galeones de América del Sur.

Hoy es el puerto principal y capital económica del Ecuador. Entre los atractivos más importantes, está el tradicional barrio Las Peñas, ubicado en las faldas de cerro Santa Ana; la Catedral Metropolitana; el Parque Seminario, en cuyos árboles habitan tranquilas iguanas; el Centro Cívico con su moderno auditorio; el Cementerio General con esculturas de mármol italiano; la Torre del Reloj; el nuevo Malecón 2.000, obra que alberga almacenes, galerías, restaurantes, museos, parques infantiles y más

atracciones, el Parque Histórico Guayaquil, enfocado al rescate de los valores culturales y naturales de la región, que se encuentra en la vía a Samborondón, en apenas 4 hectáreas de terreno acoge más de 50 especies entre aves, mamíferos y reptiles, sin contar insectos, crustáceos y peces. La metrópoli cuenta además con modernos centros comerciales y hoteles de cadenas internacionales.

En la **segunda** parte del tour visitaremos la “Finca Teresita” ubicada al norte de la provincia del Guayas, donde encontramos una variedad de flora y fauna, tres tipos de bosques, está a 48 Km. de Guayaquil, posee un pequeño zoológico, hamacas, ofrece deliciosos platos típicos, aquí disfrutaremos de un refrigerio y un paseo a caballo. Del arte de montar a caballo y disfrutar de los movimientos rítmicos del mismo sea generado la Hipoterapia, que es una alternativa terapéutica que aprovecha el movimiento multidimensional del caballo para tratar diferentes tipos de afecciones. Es un entrenamiento especial físico que se puede usar terapéuticamente como tratamiento médico.

En la **tercera** parte visitaremos Valdivia, se halla a 144 Km. de Guayaquil, a 40 Km al norte de la vía Santa Elena - Manglaralto posee parte de la cordillera Chongón – Colonche la que tiene un área protegida de 77.649 hectáreas, el poblado posee bosques secos, riachuelos, playas y

pobladores apacibles que además son hábiles artesanos, agricultores, pescadores y comerciantes.

Como **cuarto** punto, visitaremos el Acuario y Museo de Valdivia, el interesante acuario Valdivia posee una hermosa variedad de especies marinas exóticas y típicas del Océano Pacífico, tiene guías de sala que son pobladores de la comuna y carteles didácticos.

El museo de sitio arqueológico Valdivia, se destaca por poseer el área de excavaciones del primer sitio en que se descubrió vestigios de la cultura Valdivia, la más antigua cultura agro - cerámica del país y una de las antiguas de América (unos 5.000 años de antigüedad). Posee las famosas Venus de Valdivia, estatuas originales de cerámica, es la representación más destacada de figurillas del país.

Según los investigadores evidenciaría la presencia del matriarcado en esa cultura. Además es la cultura precolombina más estudiada del país, caracterizada por la persistencia de una economía mixta, y por el manejo de ambientes marinos, riberas de ríos y montañas.

Este es un pueblo de pescadores ubicados a la orilla del mar, pertenece a la parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia del Guayas, es una de las más antiguas de las civilizaciones ecuatorianas. La alimentación de sus habitantes esta sustentada en los recursos agrícolas, la caza de venados, la

pesca, los crustáceos, como lo hacían originalmente, hace más de 6000 años; otros se dedican a la elaboración de cerámica, en la que se reproducen las figurillas encontradas en los diferentes sitios arqueológicos de la zona, unos cuantos a la zapatería, otros son empleados en las fábricas de enlatados de productos marinos que allí existen.

La **quinta** parada será para almorzar en el restaurante típico “ La Madrina”, de la Sra. Flora Suárez, que prepara exquisitos platos en la avenida principal de Valdivia y calle Guayaquil.

Como **sexta** fase disfrutaremos de la playa de San Pedro en Valdivia, el pueblo es eminentemente pesquero y artesanal, cuya pesca representa gran parte de la dotación de este alimento a la península de Santa Elena. Aquí se pudo observar aves marinas, paseos en lancha, buceo, surf y la observación de los nativos de Valdivia, rodeados de una rica biodiversidad. Uno de sus principales atractivos turísticos es la Isla del Pelado, es un lugar ideal para los amantes del buceo, la tranquilidad del mar y el ecoturismo. Desde este lugar se puede acceder a Río Chico, La Ponga, Loma Alta y Real Alto

Finalmente la **séptimo** parte de mi intervención deseo agradecerles sinceramente a nombre de la Operadora de Turismo Pedagógico “Mega” y el mío, por sus importantes participaciones en este tour, espero haya sido de su agrado, para sus sugerencias, comentarios a continuación les daré un pequeño formulario, ha sido un placer, éxito para todos en sus vidas.

### 6.4.7 GUIÓN DEL TOUR DELFINES PLAYA Y UN LEÓN EN ARMONÍA

Mi nombre es..... , represento a la *Operadora de Turismo Pedagógico “Mega”*. Y es grato ser su Guía Transfer, en Tour Delfines, Playa y un León en Armonía. Será un placer satisfacerles con cualquier inquietud.

El Tour consta de 6 partes:

- 1) Iniciaremos con una introducción de nuestra ciudad de Guayaquil.
- 2) Visitaremos la finca “La Gloria”, aquí tomaremos un refrigerio y daremos un paseo a caballo.
- 3) Llegaremos a Puerto el Morro, tomaremos unas embarcaciones, disfrutaremos del paisaje y posiblemente de la compañía de los delfines.
- 4) Almorzaremos en Playas en el restaurante “Acapulco” ubicado en Malecón y Jaime Roldós.
- 5) Disfrutaremos de la Playa.
- 6) Retornaremos a Guayaquil y despedida.

**Primero** les daré una corta introducción de Guayaquil, está ubicada al sur - occidente de Ecuador, posee la importante reserva ecológica Manglares - Churute, balnearios con buena capacidad hotelera, playas para la práctica de algunos deportes, parques, sitios de diversión, centros comerciales un aeropuerto internacional e infraestructura para la realización de eventos

---

nacionales e internacionales. Varias cadenas hoteleras internacionales tienen filiales en Guayaquil.

En la **segunda** parte de la excursión visitaremos la finca "Teresita", está ubicada norte de la provincia del Guayas, donde encontramos una variedad de flora y fauna, está a 33 Km. de Guayaquil, posee un pequeño zoológico, hamacas, ofrece deliciosos platos típicos, aquí disfrutaremos de un refrigerio y un paseo a caballo.

Del arte de montar a caballo y disfrutar de los movimientos rítmicos del mismo se ha generado la Hipoterapia, que es una alternativa terapéutica "Hippos" proviene que del griego que significa caballo, esta técnica aprovecha el movimiento multidimensional del caballo para tratar diferentes tipos de afecciones. Es un entrenamiento especial físico que se puede usar terapéuticamente como tratamiento médico para personas con disfunciones de movimiento. Históricamente, los beneficios terapéuticos del caballo fueron ya reconocidos hacia el año 460 A.C. Hipócrates hablaba entonces del saludable ritmo del caballo, a lo largo de la historia podemos encontrar muchas referencias a los beneficios físicos y emocionales de la equitación.

2

En la **tercera** fase del tour pasaremos por el cantón Playas, para luego desplazarnos a Puerto El Morro, este es un poblado de pescadores, que

---

<sup>2</sup> [www.delfinoterapia.com](http://www.delfinoterapia.com)

poseen pequeñas embarcaciones, en las que nos desplazaremos por el canal del mismo nombre donde daremos un recorrido que muestra un hermoso paisaje y toma entre 60 y 90 minutos.

Nos internaremos a través del manglar, donde se podrán ver a personas que recolectan conchas y se percibe un ambiente misterioso, de donde nacen leyendas populares como la del Duende, que rapta mujeres hermosas y las lleva hasta su dominio en la isla "Corazón." Los mangles forman una maraña de raíces aéreas que pelean por llegar al lodo fértil, formando un sistema de vegetación que aloja una increíble variedad de vida silvestre. Más de 30 especies de pájaros anidan en las copas del manglar, como bandadas de pelícanos, garzas rosadas únicas en el mundo y otras aves que adornan el cielo. Es posible observar delfines, en este lugar transitan tranquilamente.

Hace 60 millones de años, una especie de mamíferos retornó a las aguas en busca de alimento, por supervivencia debieron modificar cada parte de sus cuerpos; tenían que poder nadar -más que caminar- y salir a la superficie para respirar. Asimismo debieron desarrollar nuevos métodos de detectar y atrapar a sus presas, gradualmente su torso se convirtió en una forma alargada, para poder tener movimientos más suaves en el agua; su piel se convirtió en algo más sedoso, desapareciendo su pelaje, y también cambiaron la posición de sus fosas nasales, por un orificio en el lomo, finalmente, sus miembros pasaron a ser aletas naciendo así el delfín.

Estudios científicos han determinado que los delfines ayudan a despejar temores e inseguridades, brindan, concretamente alegría, Positividad, armonía.

Existe una historia que ha sido relatada por generaciones entre los aborígenes que cuenta que las ballenas y los delfines existen, con el objeto de ayudar a los seres humanos de esta forma en su evolución. Se sostiene que la raza humana tenía sólo el 80% de probabilidad de supervivencia y que era tarea de los delfines, con su poder intelectual y sus formas avanzadas de comunicación, traerá y facilitará; a los seres humanos conocimiento de civilizaciones ancestrales.

La iglesia de El Morro también es otra que destaca por sus 200 años de antigüedad, su original arquitectura de madera y su histórico campanario que en la época de la colonia servía de reloj ya que cada hora era tocada.

Como **cuarto** punto ingresaremos a Villamil Playas, ubicado a 112 Km. de Guayaquil, posee palmeras de diversa variedad, brinda rica gastronomía basada en todo tipo de mariscos, especialmente las deliciosas ostras. Aquí almorzaremos en el restaurante "Acapulco" en la calle Malecón y Jaime Roldós.

Ahora como **quinta** fase, luego de armar grupos nominar líderes, quienes se encargarán de que sus compañeros embarquen completos, podrán disfrutar



de la playa, los mejores lideres serán premiados. Los esperaré en el transporte a las 15 horas 30 minutos, sean puntuales por favor.

En la **sexta** parte de mi intervención sedeo agradecerles por su gran participación a nombre de la Operadora de Turismo Pedagógico "Mega" y el mío, espero haya sido de su total agrado, para sus sugerencias y comentarios a continuación les daré un pequeño formulario, ha sido un placer, éxito para todos en sus vidas.

6.5 FICHAS DE TRANSPORTACIÓN

| NOMBRE                                                                              | CATEGORIA                                                                                                                                          | TIPO    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Libertad Peninsular                                                                 | Transporte Terrestre                                                                                                                               | Público |
|  |                                                                                                                                                    |         |
| UBICACION                                                                           | Terminal Terrestre                                                                                                                                 |         |
| CONTACTOS                                                                           | Telf: 2553874                                                                                                                                      |         |
| CAPACIDAD                                                                           | 42 pasajeros                                                                                                                                       |         |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                        | Posee baño, asientos cómodos, acondicionador de aire, control de radio entre unidades y propietarios, vidrios a prueba de fracturas y polarizados. |         |
| RECOMENDACIONES                                                                     | Crear y formalizar un contrato de servicio, solicitando una revisión del transporte antes del día de partida y el profesionalismo del conductor.   |         |

| NOMBRE                                                                            | CATEGORIA                                                                                                                                          | TIPO    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Transportes Rutas de América                                                      | Transporte Terrestre                                                                                                                               | Público |
|  |                                                                                                                                                    |         |
| UBICACION                                                                         | Los Ríos 3021 y Letamendi                                                                                                                          |         |
| CONTACTOS                                                                         | Telf: 2452844                                                                                                                                      |         |
| CAPACIDAD                                                                         | Entre 15 – 20 pasajeros.                                                                                                                           |         |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                      | Posee baño, asientos cómodos, acondicionador de aire, control de radio entre unidades y propietarios, vidrios a prueba de fracturas y polarizados. |         |
| RECOMENDACIONES                                                                   | Crear y formalizar un contrato de servicio, solicitando una revisión del transporte antes del día de partida y el profesionalismo del conductor.   |         |

| NOMBRE               | CATEGORIA            | TIPO    |
|----------------------|----------------------|---------|
| Chiva Matilde Esther | Transporte Terrestre | Publico |



|                              |                                                                                                                                                  |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UBICACION                    | Parroquia Matilde Esther                                                                                                                         |
| CONTACTO                     | 725367, Sr. Mario Guevara                                                                                                                        |
| CAPACIDAD                    | Entre 20 –40 pasajeros.                                                                                                                          |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES | Asientos cómodos, Excelente contacto con el exterior                                                                                             |
| RECOMENDACIONES              | Crear y formalizar un contrato de servicio, solicitando una revisión del transporte antes del día de partida y el profesionalismo del conductor. |

| NOMBRE                                                                             | CATEGORIA                                                                                                                                        | TIPO    |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Chivas Santa Rosa                                                                  | Transporte Terrestre                                                                                                                             | Publico |
|  |                                                                                                                                                  |         |
| UBICACION                                                                          | Parroquia Santa Rosa, Provincia del Chimborazo                                                                                                   |         |
| CONTACTO                                                                           | 745690 Sr. José Arellano                                                                                                                         |         |
| CAPACIDAD                                                                          | Entre 30 – 40 pasajeros.                                                                                                                         |         |
| CARACTERÍSTICAS PARTICULARES                                                       | Asientos cómodos, Excelente contacto con el exterior                                                                                             |         |
| RECOMENDACIONES                                                                    | Crear y formalizar un contrato de servicio, solicitando una revisión del transporte antes del día de partida y el profesionalismo del conductor. |         |

## 6.6 ALIMENTACION

Tabla de Restaurantes

| Nombre               | Lugar      | Dirección                                              | Tipo de Alimentos | Contactos                       | Nº de Plazas | Horas de Servicio | Categoría | Facilidades                                                                                  |
|----------------------|------------|--------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|--------------|-------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Los Mariscos de Tula | Ballenita  | Avenida principal de la Ruta del sol                   | Mariscos          | 278 6643 /<br>278 5611 /<br>278 | 20           | 10:00 a<br>22:15  | Segunda   | Mobiliario cómodo, buen aroma e iluminación arquitectura agradable                           |
| Farallón Dillon      | Ballenita  | Lomas de Ballenita                                     | A la carta        | 278 4456                        | 30           | 10:00 a<br>22:14  | Segunda   | Mobiliario cómodo, Aire Acondicionado, buen aroma e iluminación, agradable y hermoso paisaje |
| Complejo Agua Clara  | Bucay      | Calle García moreno y Represa                          | A la carta        | 2727455                         | 40           | 11:00 a<br>20:00  | Segunda   | Cómodo, buen aroma, iluminación adecuada, arquitectura agradable, paisaje atractivo          |
| Hostal Central       | Bucay      | Eloy Alfaro 265 y 10 de Agosto, Prop.: Joaquín Coronel | A la carta        | 727029                          | 30           | 10:00 a<br>20:23  | Tercera   | Cómodo, buen aroma e iluminación                                                             |
| Bulubulu             | El Triunfo | Prop.: Augusto Freire M.                               | A la carta        | 724269                          | 25           | 10:00 a<br>22:21  | Segunda   | Cómodo, buen aroma, iluminación, arquitectura                                                |
| Astral               | El Triunfo | Prop.: Julia Gallardo Mera                             | A la carta        | 137548                          | 30           | 10:00 a<br>22:20  | segunda   | Mobiliario cómodo, buen aroma, iluminación arquitectura agradable                            |
| Uni Dos              | Guayaquil  | Aguirre y Lorenzo de Garaicoa, Adm. Markus Steiner     | Comidas Rápidas   | 327100                          | 50           | 10:00 a<br>22:00  | Primera   | Aire acondicionado, baño, mobiliario cómodo y moderno                                        |

|                          |               |                                           |            |                 |    |               |         |                                                                                               |
|--------------------------|---------------|-------------------------------------------|------------|-----------------|----|---------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Internacional            | Guayaquil     | Aguirre y Chimborazo                      | A la carta | 775288          | 40 | 10:00 a 22:01 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen aroma e iluminación arquitectura atractiva                            |
| Grand Hostería Centro    | Via a Salinas | Carretero a Salinas                       | A la carta | 789456          | 40 | 10:00 a 22:02 | Segunda | Cómodo, buen aroma e iluminación arquitectura agradable                                       |
| Cabaña Típica            | Playas        | Eloy Alfaro 265 y 10 Agosto               | Mariscos   | 760464          | 30 | 10:00 a 22:03 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen aroma, iluminación, música agradable, arquitectura Típica y agradable |
| Acuario                  | Guayaquil     | Jambelí y calle 8                         | A la carta | 349489          | 30 | 10:00 a 22:04 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen aroma, iluminación arquitectura agradable                             |
| Andrés                   | Guayaquil     | Luque 1204 y Quito                        | A la carta | 504702          | 40 | 10:00 a 22:05 | Segunda | Cómodo, buen aroma e iluminación, arquitectura agradable                                      |
| Chifa Pagoda             | La Libertad   | Avenida Principal y quinta                | Mariscos   | Cel: 09-9419622 | 30 | 10:00 a 22:12 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen aroma, iluminación arquitectura típica                                |
| Restaurante Las Gaviotas | La Libertad   | Avenida Principal y 7                     | Mariscos   | 278 0335        | 50 | 10:00 a 22:13 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen aroma, iluminación arquitectura agradable                             |
| Restaurant Montañita     | Montañita     | Punta Montañita Lote 5, Prop.: Ricky Lobo | Mariscos   | 532568          | 25 | 10:00 a 22:19 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen aroma, iluminación arquitectura agradable                             |

|                            |                  |                                                                     |            |         |    |                                    |         |                                                                                         |
|----------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------|------------|---------|----|------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Casa do Brasil             | Montañita        | Propietaria:<br>Leticia Cortez                                      | A la carta | 256587  | 40 | 10:00 a<br>22:17                   | Segunda | Mobiliario cómodo, buen<br>aroma e iluminación,<br>arquitectura atractiva.              |
| La Casa del Sol            | Montañita        | Prop.: Jameson<br>Randall Hood                                      | Mariscos   | 515151  | 20 | 10:00 a<br>22:18                   | Segunda | Mobiliario cómodo, buen<br>aroma, iluminación<br>adecuada, arquitectura<br>agradable    |
| Puerto Olón<br>Restaurante | Olón             | Adm.: Sra. Mora<br>del Campo de<br>Crespo                           | A la carta | 598789  | 25 | 10:00 a<br>22:16                   | Segunda | Cómodo, buen aroma,<br>iluminación adecuada,<br>arquitectura agradable,<br>buena música |
| Acapulco                   | Playas           | Malecón y Av.<br>Jaime Rondos<br>A. Adm.:<br>William Falconi        | A la carta | 760343  | 30 | 10:00 a<br>22:06                   | Segunda | Mobiliario cómodo, buen<br>aroma, iluminación<br>arquitectura agradable                 |
| Brisas del<br>Pacífico     | Playas           | Jambeli y calle<br>sin nombre,<br>Adm.: José<br>Esteban<br>Aguilera | Mariscos   | 778945  | 25 | 10:00 a<br>22:07                   | Segunda | Cómodo, buen aroma e<br>iluminación y arquitectura<br>agradable                         |
| Las Conchas                | Punta<br>Carnero | Ciudadela Las<br>Conchas, Adm.<br>Melba Naranjo.                    | Mariscos   | 775937  | 30 | 10:00 a<br>22:22                   | Segunda | Aire Acondicionado,<br>Cómodo, buen aroma e<br>iluminación, arquitectura<br>agradable   |
| Texas Fried<br>chicken     | Salinas          | calle 23 y<br>Malecón, Adm.<br>Ayala Muñoz<br>Marcelo               | Pollo      | 2761731 | 30 | en<br>Temporada<br>las 24<br>horas | Segunda | Mobiliario cómodo, buen<br>aroma, iluminación<br>arquitectura agradable                 |



|                                 |          |                                                        |                          |                        |    |                  |         |                                                                         |
|---------------------------------|----------|--------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------|----|------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------|
| Parrillada Don<br>Ciro          | Salinas  | Malecón de<br>Salinas, Adm:<br>Sr. Ciro Suárez<br>Vera | A la carta               | 277 9373               | 50 | 10:00 a<br>22:09 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen<br>aroma, iluminación<br>arquitectura agradable |
| Restaurante Mar<br>y Tierra     | Salinas  | Av. Malecón y<br>calle 25                              | Mariscos                 | 278 0093               | 40 | 10:00 a<br>22:10 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen<br>aroma, iluminación<br>arquitectura típica    |
| Cevichería<br>Lojanita          | Salinas  | General<br>Enrique Callo y<br>Calle 18                 | Mariscos                 | 2774328                | 50 | 09:00 a<br>22:00 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen<br>aroma, iluminación<br>arquitectura típica    |
| Cantonés                        | Salinas  | Malecón 705 y<br>Calle 19                              | Platos<br>Orientales     | 2772059                | 40 | 10:00 a<br>20:00 | Segunda | Mobiliario cómodo, buen<br>aroma, iluminación                           |
| La Terraza                      | Salinas  | Malecón 309 y<br>la 36                                 | Mariscos y<br>a la carta | 2778542                | 30 | 10:00 a<br>21:00 | Tercera | Cómodo, bonito paisaje,<br>limpio y buena iluminación                   |
| Restaurante<br>Tratoria de Toni | Salinas  | Av. Malecón y<br>calle 19                              | Italiana                 | 277 2609 /<br>277 4349 | 40 | 10:00 a<br>22:11 | Segunda | Mobiliario cómodo e buen<br>aroma, iluminación,<br>arquitectura rustica |
| " La Madrina"                   | Valdivia | Av. Principal y<br>calle Guayaquil                     | A la carta               | 2777239                | 40 | 09:00 a<br>20:00 | Tercera | Cómodo, bonito paisaje,<br>limpio y buena iluminación                   |

## 6.7 ESTRATEGIAS DE GUIANZA

### Los Guías tendrán conocimiento teórico – práctico

En el ámbito:

**Cultural:** arte, geografía, ecología, arqueología, idiomas, historia, folklore entre otras.

**Humanístico:** relaciones humanas, para el trato adecuado de las personas de acuerdo a su carácter, características físicas y psicológicas.

Poseerán alta autoestima, transmitirán seguridad y dominio de los temas que trata, tendrán iniciativas, para asumir responsabilidades y solucionar imprevistos; de forma calmada, pero con eficacia, demostrando madurez emocional.

Se informará de forma clara, concreta, veraz, con datos actualizados, definiendo el significado de palabras extrañas, se usará en lo posible un lenguaje sencillo, controlando los gestos, movimientos con libertad, manteniendo contacto visual con toda la audiencia y con un tono de voz adecuado.

Sabrán escuchar e interpretar lo que la audiencia desea, enfocarán temas relevantes, transmitirán entusiasmo y positivismo a la audiencia.

**Diplomático:** el trato será agradable, respetuoso, cortés, discreto, con sentido del humor, responsable, puntual, honrado, organizado, paciente y don de líder. Buena memoria para recordar itinerarios, rutas, nombres de los proveedores de servicios, nombres de los turistas, para dar un trato personalizado, además de una imagen pulcra y saludable.

### Contar con material de Apoyo

Como:

- Reloj con alarma.
- Tarjetas telefónicas
- Minitransports
- Calculadora
- Cámara fotográfica
- Diccionario
- Celular
- Recuerdos y regalos de la operadora
- Discos compactos musicales y de video
- Dinero extra para imprevistos
- Mapas viales, geográficos, de atractivos, de áreas protegidas actualizados.
- Propaganda: tarjetas de presentación, folletos y afiches.
- Agenda, en la que constará: el itinerario, la ruta, una valoración que pueden ser ( A, B, C) dependiendo de la atención recibida por terceros, con nombre de los mismos y con características particulares que les permita recordarlos

con facilidad y asociarlos con los locales, empresa o servicio, de forma rápida. Ejemplo: alto, gordito, rubia, ojos verdes, delgado, cabello rizado, entre otras; números telefónicos de importancia.

Poseerán uniformes pulcros, proyectando una imagen profesional:

**Uniforme elegante:** para tours en la ciudad y eventos especiales el que constará de un pantalón verde oliva oscuro, una camisa blanca manga larga con broches en las muñecas, un pañuelo de seda para el cuello, zapatos negros y una placa con su nombre el de la operadora y logotipo de la misma.

**Uniforme casual:** para los tours largos, intercantonales e interprovinciales, con recorridos a pie, a caballo, en botes y más actividades, que se compondrá de un pantalón verde oliva oscuro, camiseta con cuello en v y botones, manga corta, botines o botas negras, para caminar en el campo de algodón con su nombre el de la operadora y logotipo de la misma.

Se conocerá información de los turistas con anticipación, como: el número del grupo, sexos, edades, nivel educativo; a qué empresa, institución, ciudad, cantón o país pertenecen; sus preferencias, políticas, deportivas, religiosas y alimenticias. Estos datos son de gran importancia, para los guías y proveedores de servicios, porque permiten conocer la audiencia y clientes.

Son detalles que determinarán el éxito de las exposiciones, los servicios que se brindarán serán satisfactorios, al ser de acuerdo al perfil de los turistas y permitirá planificar el cumplimiento de los itinerarios.

Se enviará por escrito recomendaciones del equipo necesario, para los excursionistas, cuatro días previo al tour en un afiche y una carta. Esta información es indispensable, y permitirá disfrutar de las actividades, prepararse y la Operadora logrará excelencia en los itinerarios planificados. El equipo variará de acuerdo al tour.

*Lista de equipo general recomendado para los tours:*

- Agua
- Gorra o sombrero
- Repelente contra insectos
- Carpas si desea
- Ropa deportiva cómoda, caliente o de tela gruesa, pero suave a la vez para largas caminatas o montar a caballo.
- Calzado apropiado para caminar por el campo como: zapatillas, zapatos de goma o botas.
- Ropa adecuada para la lluvia (chubasquero o impermeable).
- Ropa de Baño.

- Crema de protección solar.
- Mochila pequeña para excursiones.
- Funda para guardar basura
- Camara fotográfica.

## 6.8 ITINERARIOS

Son secuencias de las actividades, con un orden cronológico, que ayudarán al guía y los turistas a conocer el proceso del tour.

*La Operadora realizará tours:* de lunes a domingo.

*Los idiomas que se ofrecerán serán:* Inglés, Francés, Alemán e Italiano de acuerdo a los requerimientos de los turistas.

### **6.8.1 ITINERARIO DEL TOUR PIRATAS, TRADICIÓN Y CAMINO BAJO LAS HOJAS**

*Duración del tour: 7 HORAS*

*Hora y lugar de salida: 09H00, del sitio de Operación ( escuelas, colegios, universidades, empresas, hoteles o cualquier que requieran los clientes).*

Existirá flexibilidad en las horas de salida y retorno, de acuerdo a la disposición de los clientes.

1) *LA ROTONDA: 09H10 09H30*

2) *LAS PEÑAS: 10H10 10H50*

3) *ESCALINATAS DIEGO NOBOA: 11H00 12H30*

4) *DEGUSTAREMOS DE UN DELICIOSO PIQUEO 12H30 12H40*

5) *MUSEO DE LOS BOMBEROS: 12H40 13H10*

6) *EL PARQUE HISTÓRICO GUAYAQUIL: 13H50 15H40*

7) *LLEGADA SITIO DE OPERACIÓN: 16H30*

## **6.8.2 ITINERARIO DEL TOUR: CABALLOS, CASCADA, HORIZONTE Y DIVERSIÓN**

*Duración del tour: 9 HORAS*

*Hora y lugar de salida: 07H00, del sitio de Operación.*

Existirá flexibilidad en las horas de salida y retorno, de acuerdo a la disposición de los clientes.

- 1) *LLEGADA A LA HACIENDA LA FRONDA: 08H20 10H30*
- 2) *LLEGADA A EL PARADOR TURÍSTICO AGUA CLARA, EN BUCAY:  
10H35 10H40*
- 3) *RECORRIDO POR LAS ORILLAS DEL ESTERO AGUA CLARA Y EL  
QUE DESEA PUEDE BAÑARSE: 10H45 13H00*
- 4) *ALMORZAREMOS EN EL PARADOR TURÍSTICO AGUA CLARA:  
13H20 14H00*
- 5) *RETORNO A GUAYAQUIL: 14H00 14H20*
- 6) *REFRIGERIO: 14H20 14H30 ( EN EL BUS)*
- 7) *LLEGADA SITIO DE OPERACIÓN Y DESPEDIDA: 16H00*



### **6.8.3 ITINERARIO DEL TOUR: AMANTES, MAR Y CABALLOS**

*Duración del tour: 11 HORAS*

*Hora y lugar de salida: 07H00, del sitio de Operación.*

Existirá flexibilidad, en las horas de salida y retorno, de acuerdo a la disposición de los clientes.

- 1) *VISITA AL MUSEO AMANTES DE SUMPA: 08H40 A 11H00*
- 2) *LLEGADA A SALINAS: 11H30*
- 3) *RECORIDO DE LA PLAYA: 11H35 A 12H40*
- 4) *UN ALMUERZO EXQUISITO EN EL RESTAURANTE "MAR Y TIERRA": 12H45 A 13H25*
- 5) *LLEGADA A LA FINCA "LA GLORIA": 14H30 A 14H40*
- 6) *REFRIGERIO: 14H40 A 15H30*
- 7) *RETORNAREMOS A GUAYAQUIL Y AGRADECIMIENTO: 17H00*
- 8) *LLEGADA AL SITIO DE OPERACIÓN: 18H00*

## **6.8.4 ITINERARIO DEL TOUR: SENTIR EL COSMOS Y REVIVIR EL PASADO**

*Duración del tour:* 6 HORAS

*Hora y lugar de salida:* 09H00, del sitio de Operación.

Existirá flexibilidad en las horas de salida y retorno, de acuerdo a la disposición de los clientes.

- 1) VISITA AL MUSEO DE LA CASA DE LA CULTURA: 09H30 A 10H30
- 2) VISITA AL INTERESANTE MUSEO DEL BANCO CENTRAL DEL  
ECUADOR: 10H50 A 12H10
- 3) REFRIGERIO: 12H30
- 4) LLEGADA AL PLANETARIO DE LA ARMADA: 13H00 A 14H20
- 5) *LLEGADA SITIO DE OPERACIÓN DESPEDIDA DEL TOUR:* 15H00

### **6.8.5 ITINERARIO DEL TOUR: DIVERSE, MOVESE, EXPERIMENTAR Y ACTUAR**

*Duración del tour: 5 HORAS*

*Hora y lugar de salida: 09H00, del sitio de Operación.*

Existirá flexibilidad en las horas de salida y retorno, de acuerdo a la disposición de los clientes.

- 1) LLEGADA A RIVER PARK: 9H30 A 10H00
- 2) RECIBIR BOLETOS DE ENTRADA Y RECORRIDO DE RECONOCIMIENTO DEL PARQUE: 10H00 A 10:20
- 3) DIVIDIR EN GRUPOS PARA LOS JUEGOS: 10H20 A 10:30
- 4) LUEGO ROTAREMOS : 11H00 A 11H40
- 5) REFRIGERIO EN EL BAR: 12H00 A 12:20
- 6) ROTAREMOS LOS JUEGOS: 12H20 A 13H00
- 7) EMBARCAREMOS : 13H00 A 13H20
- 8) *LLEGADA SITIO DE OPERACIÓN DESPEDIDA DEL TOUR: 14H00*

### 6.8.6 ITINERARIO DEL TOUR: VALDIVIA MAR Y CABALLOS

*Duración del tour:* 6 HORAS

*Hora y lugar de salida:* 07H00, del sitio de Operación.

Existirá flexibilidad en las horas de salida y retorno, de acuerdo a la disposición de los clientes.

- 1) LLEGADA A LA "FINCA TERESITA": 8H20
- 2) RECORIDO POR EL ZOOLOGICO "FINCA 5TERESITA": 8H30 A 9H00
- 3) DAREMOS UN PASEO A CABALLO"FINCA TERESITA". 9H10 A 11H00
- 4) TOMAREMOS UN REFRIGERIO EN LA"FINCA TERESITA": 11H10 A 11H30
- 5) VISITA AL MUSEO DE VALDIVIA: 11H30 A 12H20
- 6) EL ACUARIO VALDIVIA: 12H30 A 13H00
- 7) ALMUERZO EN SAN PEDRO: 13H20 A 14H00
- 8) DISFRUTAREMOS DE LA PLAYA. 14H10 A 15H20
- 9) RETORNO: 1 6H00
- 10) LLEGADA SITIO DE OPERACIÓN Y DESPEDIDA: 18H00 A 18H20

## **6.8.6 ITINERARIO DEL TOUR: DELFINES PLAYA Y UN LEÓN EN ARMONÍA**

*Duración del tour:* 11 HORAS

*Hora y lugar de salida:* 07H00, del sitio de Operación.

Existirá flexibilidad en las horas de salida y retorno, de acuerdo a la disposición de los clientes.

- 1) LLEGADA A LA FINCA "LA GLORIA": 8H00 A 8H20
- 2) DAREMOS UN PASEO A CABALLO: 8:30 A 9:30
- 3) REFRIGERIO: 10H00 A 10H30
- 4) LLEGADA A PUERTO EL MORRO: 11H15 A 11H30
- 5) PASEO EN CANOAS POR EL CANAL EL MORRO: 11H30 A 13H00
- 6) VISITA A LA IGLESIA EL MORRO: 13H20 A 13H40
- 7) ALMUERZO EN PLAYAS: 14H00 A 14H30
- 8) DISFRUTAR DE LA PLAYA: 14H30 A 15:40
- 9) RETORNAREMOS: 15:40 A 16:00
- 10) LLEGADA SITIO DE OPERACIÓN Y DESPEDIDA: 17:40 A 18:00

## **6.9 RUTAS**

Son la secuencia de vías, avenidas, calles y callejones, que el transporte va a recorrer con un sitio de partida, uno o varios destinos o atractivos turísticos y un sitio de retorno o vuelta, esta se planifica con anterioridad, buscando el menor tráfico, los mejores paisajes, la mayor seguridad y comodidad para los turistas. Deberán ser conocidas por el Guía Líder de la excursión y por el transportista el día que se firma el contrato, para lograr un compromiso y orden a seguir.

### **6.9.1 RUTA DEL TOUR PIRATAS, TRADICIÓN Y CAMINO BAJO LAS HOJAS**

Para concretar la ruta se supondrá que el sitio de operación será una empresa o institución ubicada en la Ciudadela "los Ceibos", en la esquina de la calle sexta y avenida Principal. Todas las rutas cambian dependiendo del sitio de operación.

**Salida:** Sitio de Operación, se avanzará por la calle sexta hasta llegar a la avenida Abdón Calderón, en la que se circunvalará a la izquierda (pasaremos frente al INFFA), nos conectaremos con la avenida Carlos Luis Arosemena,

**Retorno:** Se embarcará y por la misma calle ahora en sentido oeste – este se girará a la derecha de la vía a Samborondón, no se tomará el puente sino el desvío que conecta con la Puntilla y el puente de la Unidad Nacional, luego continuando recto por la avenida Pedro Menéndez Gilbert, se conectará con la avenida Machala, se girará a la derecha por la calle Urdaneta, luego a la izquierda en la intersección de la calle Tungurahua, en la Avenida 9 de Octubre se girar a la derecha, pasando el puente 5 de Junio, este desemboca en la avenida Carlos Luis Arosemena, se conecta a la avenida Abdón Calderón al tomar el desvío izquierdo, se avanzará hasta tomar a la derecha de la calle cuarta de la ciudadela "Los Ceibos", se continuará hasta la avenida Principal donde se girará a la izquierda, se llegará a la calle sexta y al sitio **final o destino** de la Operación.

### **6.9.1 RUTA DEL TOUR CABALLOS, CASCADA, HORIZONTE Y DIVERSIÓN**

**Salida:** del Sitio de Operación, se continuará por la calle sexta para llegar a la avenida Abdón Calderón, en la que se circunvalará a la izquierda continuando (pasaremos frente al INFFA) nos conectaremos con la avenida Carlos Luis Arosemena al tomar el desvío derecho, luego con el puente 5 de Junio, el que desemboca en la avenida 9 de Octubre, seguiremos hasta

circunvalar a la derecha (Parque Guayaquil) por la calle Tungurahua, luego de varias cuadras circunvalaremos a la izquierda para tomar la calle 10 de Agosto, después se girará a la izquierda en la Avenida Quito (pasaremos el Cementerio General), tomaremos la avenida Pedro Menéndez Gilbert (pasaremos frente al psiquiátrico Lorenzo Ponce), el puente de la Unidad Nacional, la Puntilla, Duran, continuando por la vía Guayaquil – Riobamba se pasará el peaje, luego por el poblado Kilómetro 26, El Triunfo, El Achiote, Santa Martha, un peaje, el caserío Casa Blanca, a 5 Km. girará a la derecha para ingresar a la Hacienda la Fronda, luego saldremos y continuando por la vía en dirección a Riobamba, llegaremos a Bucay, tomaremos la calle García Moreno al desviarnos a la derecha por un lastrado de medio Km. se estará en el Parador Turístico Agua Clara, Luego caminaremos por el margen del estero.

**Retorno:** Se embarcará a la hora precisada, se avanzará por el lastrado de la calle García Moreno hasta tomar la vía de retorno a Guayaquil, se pasará la Hacienda la Fronda, Casa Blanca, el peaje, Santa Martha, El Achiote, El Triunfo, Kilómetro 26, otro peaje, Duran, el puente de la Unidad Nacional, la Puntilla, tomaremos la avenida Pedro Menéndez Gilbert (pasaremos el Cementerio General) nos conectará con la avenida Machala, luego en la intersección con la calle Luis Urdaneta se girará a la derecha, se continuará para girar a la izquierda en la calle Tungurahua (Parque Guayaquil) se girará a la derecha tomando la avenida 9 de Octubre, el puente 5 de Junio, la



avenida Carlos Luis Arosemena, la avenida Abdón Calderón tomaremos el desvío izquierdo (pasaremos el INFFA), luego de 2 Km., se ingresará el lado derecho por la calle cuarta de la ciudadela "Los Ceibos", hasta la avenida principal, para girar a la izquierda hasta llegar a la calle sexta, llegando así al sitio **final o destino** de la Operación.

### **6.9.2 RUTA DEL TOUR AMANTES, MAR Y CABALLOS**

**Salida:** del Sitio de Operación, se avanzará por la calle sexta hasta llegar a la avenida Abdón Calderón, en la que se circunvalará a la derecha para tomar el desvío derecho que conecta con la vía a la costa, se pasa por la entrada a Cerro blanco, Chongón, un peje, Cerecita, El Progreso, donde se deberá tomar el desvío derecho que conduce a Salinas, se pasará los poblados de Olmedo, Sucre, Buenos Aires, Zapotal, 5 km. antes de entrar al cantón Santa Elena, se tomará un desvío circunvalando al lado izquierdo luego de 7 Km., se llegará al museo de sitio Amantes de Sumpa, se saldrá por el mismo desvío y se retomará la vía la Libertad - Salinas; siguiendo por la avenida Principal de Salinas, llegaremos al Malecón y luego a la intersección con la calle 25 donde se halla ubicado el restaurante donde se almorzará.

**Retorno:** Se circunvalará a la izquierda de la calle 25 tomará a la izquierda de la calle Guayaquil se saldrá a la avenida principal, se girará en sentido

este oeste por la vía Salinas - Guayaquil, se pasará los poblados de la Libertad, Santa Elena, Zapotal, Buenos Aires, Sucre, Olmedo, El Progreso siguiendo recto se llegará a Cerecita, el peaje, Chongón, Cerro blanco, se tomará el desvío derecho que conecta con la avenida Abdón Calderón, se ingresará circunvalando a la izquierda por la calle cuarta de la ciudadela "Los Ceibos" hasta la avenida principal, se girará a la izquierda de la misma, hasta la calle sexta llegando al sitio **final o destino** de la Operación Turística.

#### **6.9.4 RUTA DEL TOUR SENTIR EL COSMOS Y REVIVIR EL PASADO**

**Salida:** del Sitio de Operación se continuará por la calle sexta para llegar a la avenida Abdón Calderón, en la que al circunvalar a la izquierda (pasaremos frente al INFFA) nos conectaremos con la avenida Carlos Luis Arosemena, luego con el puente 5 de Junio, el que desemboca en la avenida 9 de Octubre, seguiremos hasta circunvalar a la derecha (Parque Guayaquil) por la calle Tungurahua y luego de varias cuabras se girará a la izquierda tomando la calle Luque, giraremos a la derecha en la calle Pedro Moncayo, girando luego en la avenida 9 de Octubre (llegando al museo de la Casa de la Cultura), al continuar por esta calle se tomará la avenida Quito del lado derecho, giraremos en la calle Quisquis al lado izquierdo, para llegar a la

calle José de Antepara aquí se girará a la izquierda en la intersección de la avenida 9 de Octubre (llegando al Museo del Banco Central) continuaremos por José de Antepara hasta la calle el Oro, se circunvalará a la izquierda para tomar la Avenida 25 de Julio al girar a la derecha, se pasará el Registro Civil, luego el hospital de la Armada, luego se debe circunvalar a la izquierda y estaremos en la entrada principal del planetario.

**Retorno:** Se tomará r la Avenida 25 de Julio, que luego toma el nombre de Avenida Quito, cuando lleguemos a la calle Luis Urdaneta se girará a la izquierda hasta la calle Tungurahua, (Parque Guayaquil) donde se girar a la izquierda hasta la intersección con la avenida 9 de Octubre donde se debe girar a la derecha, pasar el puente 5 de Junio, la avenida Carlos Luis Arosemena, la avenida Abdón Calderón (pasaremos INFFA), ingresaremos a la derecha por la calle cuarta de la ciudadela “Los Ceibos” hasta la avenida principal, se girará a la izquierda hasta llegar a la calle sexta llegando al sitio **final o destino** de la Operación Turística.

### **6.9.5 RUTA DEL TOUR DIVERSIÓN, MOVERSE, EXPERIMENTAR Y ACTUAR**

**Salida:** del Sitio de Operación se continuará por la calle sexta para llegar a la avenida Abdón Calderón, en la que se circunvalará a la izquierda (pasaremos frente al INFFA) la que conecta con la avenida Carlos Luis Arosemena, luego con el puente 5 de Junio, el que desemboca en la avenida 9 de Octubre, seguiremos hasta circunvalar a la derecha (Parque Guayaquil) por la calle Tungurahua y luego de varias cuadras circunvalaremos a la izquierda en la calle Luque, después giraremos a la izquierda en la Avenida Quito (pasaremos el Cementerio General), para tomar la avenida Pedro Menéndez Gilbert (pasando por el psiquiátrico Lorenzo Ponce), el punte de la Unidad Nacional, en la Puntilla se girará a la derecha del redondel se cruzará el puente que da a la vía a Samborondón, se pasará el centro comercial Entrerios y luego de 3 Km. Ilegaremos a la entrada de River Park.

**Retorno:** Se embarcará a la hora precisada y circunvalarán de norte a sur la avenida Samborondón pasaremos el centro comercial Entrerios, no tomaremos el puente sino una calle que conecta con el punte de la Unidad Nacional y la Puntilla; luego tomaremos recto por la avenida Pedro Menéndez Gilbert, luego tomaremos la avenida Machala giraremos a

derecha en la calle Quisquis, luego a la izquierda a la altura de la calle Tungurahua y a la derecha en la Avenida 9 de Octubre, pasaremos el puente 5 de Junio, este desemboca en la avenida Carlos Luis Arosemena, luego se conecta a la avenida Abdón calderón, hasta pasar por INFFA, ingresaremos a la derecha por la calle cuarta de la ciudadela “Los Ceibos” hasta la avenida principal, se girará a la izquierda hasta llegar a la calle sexta llegando al sitio **final o destino** de la Operación Turística.

#### **6.9.6 RUTA DEL TOUR VALDIVIA MAR Y CABALLOS**

**Salida:** del Sitio de Operación, por la calle sexta llegar a la avenida Abdón Calderón, en la que circunvalaremos en la que circunvalaremos a la derecha para luego tomar el desvío derecho que nos conecta con la vía a la costa pasaremos por la entrada a Cerro blanco, Chongón, un peje, llegaremos a la “Finca Teresita”, luego se pasará Cerecita, El Progreso, desvió a la derecha a la vía a Salinas, Olmedo, Sucre, Buenos Aires, Zapotal, Santa Elena tomará el desvío derecho de la vía a Manglar Alto, se pasará Ballenita, San Pablo, Monte verde Jambelí Palmar, Ayangue, Valdivia, por la avenida Principal se llegará hasta la calle Guayaquil donde se encuentra el acuario de Valdivia, luego en la misma dirección hallaremos la intersección

de la calle 28 de Junio donde se encuentra el acuario, (luego caminaremos por la hasta la Guayaquil, la playa) frente a esta nos esperará el transporte.

**Retorno:** De la avenida principal se girará de norte a sur para tomar la vía a Ayangue, Palmar, Jambelí, Monte verde, San Pablo, Ballenita, se tomará el desvío izquierdo en Santa Elena, que conduce a Zapotal, Buenos Aires, Sucre, Olmedo, El Progreso desvió siguiendo recto se pasará por Cerecita, “Finca Teresita”, un peaje, Chongón, Cerro blanco, el desvío derecho que conecta con la avenida Abdón Calderón ingresaremos circunvalando a la izquierda de la calle cuarta de la ciudadela “Los Ceibos” hasta la avenida principal, se girará a la izquierda hasta llegar a la calle sexta llegando al sitio **final o destino** de la Operación Turística.

### **6.9.7 RUTA DEL TOUR DELFINES PLAYA Y UN LEÓN EN INTENSA ARMONÍA**

**Salida:** del Sitio de Operación, por la calle sexta llegar a la avenida Abdón Calderón, en la que circunvalaremos a la para luego tomar el desvío del lado derecho el que conecta con la vía a la costa, pasaremos por la entrada a Cerro blanco, Chongón, un peje, llegaremos a la finca “la Gloria”, luego se pasará Cerecita, en El Progreso se tomará el desvío izquierdo, se pasará la Base Militar San Antonio, Playas donde se tomará el desvío del lado derecho

al ingreso de este cantón, se pasará el poblado El Morro y Puerto Morro. Aquí se hará un recorrido en lancha. Luego regresaremos a El Morro se visitará la iglesia, se tomará el desvío del lado izquierdo para entrar en Playas, por la avenida principal se girará a la izquierda de la Avenida Jaime Roldós hasta el Malecón.

**Retorno:** por el Malecón hasta un callejón sin nombre para girar ala derecha en la Avenida Principal, Tomar la vía a San Antonio, Progreso, Cerecita, finca la Gloria, el peaje, Chongón, Cerro blanco, se tomará el desvío derecho que conecta con la avenida Abdón Calderón, se ingresará circunvalando a la izquierda a la calle cuarta de la ciudadela "Los Ceibos", hasta la avenida principal, se girará a la izquierda hasta llegar a la calle sexta, llegando al sitio **final o destino** de la Operación Turística.

## CONCLUSIONES

Una Operadora de Paquetes Turísticos Pedagógicos, debe estar ubicada en las ciudades de mayor población y en áreas céntricas.

Equipos y medios modernos. Crear una dirección electrónica y luego una página Web, facilitan la comunicación.

La preferencia de los turistas jóvenes, es desplazarse a lugares al aire libre en contacto con la naturaleza, nuevos, atractivos y desarrollar actividades no comunes. Los estudiantes universitarios son clientes potenciales para tours de una duración mayor a 1 día. Un alto porcentaje del mercado meta desea experimentar tours con Guías profesionales.

El mercado estudiantil no ha sido atendido adecuadamente en sus experiencias de excursiones y salidas de campo.

Existe demanda insatisfecha de estudiantes y profesores que quisieran participar en este tipo de actividades.

El turismo receptivo del Ecuador, está compuesto por 44.3% de turistas de Sudamérica, 34.2% de Norteamérica, 19.51 de Europa, 2.99 se Asia y 2.19 del resto del mundo.



La preferencia de los turistas es : Sol y Playa, Cultura, Ecológico, Arqueológico. Histórico, Aventura y Educación. Sumando estas un 67,25 % del total de las razones por las que les atrae el país, proyectándose una gran cobertura del mercado turístico al crearse una empresa de este género.

Una operadora eficiente debe invertir en publicidad radial por ser de mayor cobertura, de gran aceptación juvenil y de menor costo.

Se logrará precios competitivos y mayor ventaja para los turistas por operar grupos grandes.

Es importante visitar instituciones educativas privadas, empresas, para captar la atención inicial del mercado, hay que brindar charlas gratuitas con medios audiovisuales modernos para incentivar a los turistas potencial, generar compras, ofrecer los servicios, ventajas, y promocionan la empresa.

Hay que crear material promocional como: afiches, tarjetas, folletos y más , lo que da una identidad verbal, corporativa, cultural, cromática e imagen de calidad.

Contar con un personal experimentado en ventas e invertir en una capacitación continua del mismo. Es fundamental. No debe dejarse en manos de empíricos o personal no preparado la guianza turística o la planificación de paquetes.

## RECOMENDACIONES

Organizar actividades, programas e itinerarios; descritos en un documento previo al tour, los que deben ser incluidas fundamentalmente dinámicas, pues esta orientada a jóvenes.

Controlar a los turistas fuera de las actividades programadas, en tiempos libres entre las actividades suceder imprevistos o accidentes.

Participar de las normas como: velar por la puntualidad, la asistencia a las actividades, el buen uso de los materiales y equipo, el respeto hacia los compañeros, entre otras

Identificar al grupo en las actividades, consiste en una breve intervención en la que se da a conocer algunas características generales del grupo: localidad y procedencia, edades, intereses, motivaciones, aficiones, y más.

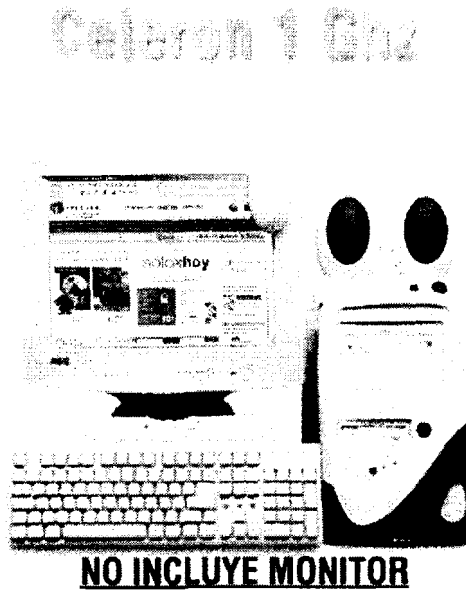
Mantener una disposición abierta a nuevas propuestas, aportaciones, planteamientos y sugerencias que puedan realizarse.

Recoger información y materiales actual, acerca de los juegos o deportes populares que se practican, o se han practicado, así como leyenda o historia popular de la localidad.

## ANEXOS

### ❖ Justificación de los Gastos de Inversión

#### - Computador



**Fabricante: Caleron**

Modelo: C 878

Descripción: Procesador Vía. Velocidad 1 Ghz. Memoria de 128 Mb. Disco duro de 13 Gb. Floopy 1.44Mb. Placa GP video, Placa sonido. Chasis ATX. Parlantes. Módem V90 - 56K. Teclado y mouse PS2.

Impresora Cannon BSJ-250

Garantía 12 meses.

Precio: \$ 1100

**- Monitor****Fabricante:** Samsung**Modelo:** I967**DESCRIPCIÓN:** de 17 pulgadas.

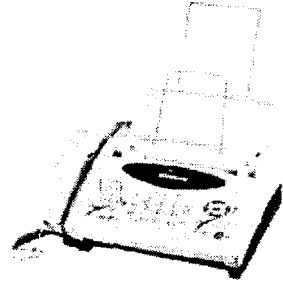
Garantía 12 meses.

**Precio:** \$ 350**Venta:** Compu City Centro Comercial Mall del Sol.**- Teléfono Celular****Fabricante:** Nokia**Modelo:** 5165**Descripción:** De fácil acceso, menú del botón y ayuda en pantalla.**Precio:** \$ 95 (Incluido de Accesorios).**- Teléfono Inalámbrico****Fabricante:** Sony**Modelo:** SPP 114**Descripción:** inalámbrico de 25 canales, 10 memorias.**Precio:** \$ 40**Venta:** Compu City Centro Comercial Mall del Sol, Garantía 12 meses.

- Fax

**Fabricante:** Brother

**Modelo:** Intelifax 2800 máquinas de faxes mil.



**DESCRIPCIÓN:** Utiliza papel de llano y el teléfono tiene mucha funcionalidad, plan salvador espacial. Featuring a ofrece una bandeja de 100 a 250 cartucho para impresión y copias. De fácil manejo.

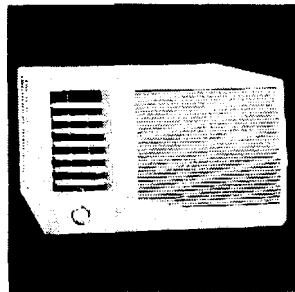
**Precio:** \$ 146

**Venta:** Compu City Centro Comercial Mall del Sol.

- Aire Acondicionado

**Fabricante:** Whirlpool

**Modelo:** AD202



**Descripción:** Tipo Ventana. Frío solo. Capacidad 3000 frigorías. Compresor rotativo de alta eficiencia y bajo consumo. Aletas de salida de aire direccionales. Aparato extraíble, sin necesidad de sacar el gabinete aislado. Termostato para regular la temperatura. Medidas de unidad externa: Alto 40 cm. Ancho 66 cm.

**Precio:** \$ 1.459

**Venta:** Almacenes Comandato

- Escritorio

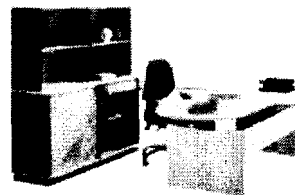
**Fabricante:** Colineal

**Modelo:** Gabe 14

**Descripción :** Escritorio en color Maple

**Precio:** 125 (precio de tres 375)

**Venta:** Centro Comercial Dicientro.



- Silla

**Fabricante:** Pika

**Modelo:** oficina 970G

**Descripción :** azules, con hierro galvanizado plateado.

**Precio:** Unitario 30 (total 180)

**Venta :** 9 de octubre y Boyacá.

- Sofá

**Fabricante:** Mueblería Decoarte

**Modelo:** sp56

**Descripción :** azules y vino con madera

**Precio:** 130

**Venta:** Centro Comercial Dicientro

- Vasos

**Modelo:** s22770

**Descripción :** vidrio de agua

**Precio:** 8.5 (docena)

**Venta:** 9 de octubre y Boyacá

- Tazas

**Modelo:** t8977058

**Descripción :** cerámica café con platos

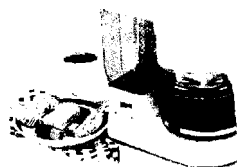
**Precio:** 10.8 (docena)

**Venta:** 9 de octubre y Boyacá

- Cafetera

**Fabricante:** Black and Decker

**Modelo:** C509



**DESCRIPCIÓN:** capacidad 10 tazas. Con filtro permanente. Canasta removible para colar. Jarra de vidrio. Indicador de nivel de agua. Incluye cucharita para medir el café. Interruptor con luz. Garantía: 12 meses.

**Precio:** \$65

**Venta :** Almacenes Comandato

## ☞ **Alternativas turísticas del Ecuador:**

### Turismo ecológico

Ecuador tiene amplio potencial en el ecoturismo por su diversidad vegetal y animal que le permiten ofrecer gran variedad de actividades que incluyen visitas a reservas ecológicas con presencia de grupos étnicos y permiten interacción entre turistas y visitantes.

### Turismo Cultural y Artesanal

El patrimonio cultural de una nación es una herencia que pertenece a la humanidad, eso persigue el turismo cultural: apreciar esos logros pero además conservar esos valores universales para las futuras generaciones.

### Turismo arqueológico

Los destinos que incluyen sitios turísticos arqueológicos ofrecen una combinación de riquísima información asociado a investigación, cultura, educación, sentido de pertenencia a una localidad.

### Turismo de aventura

Es una variante que asocia la belleza de los paisajes y la cercanía a la naturaleza, con el sentimiento del riesgo y la adrenalina. En todo el país se



practican gran cantidad de alternativas y la oferta de aventura es muy variada, sobre todo en la zona oriental.<sup>1</sup>

### ☞ **Turismo Pedagógico en Chile**

#### Itinerarios de Tours:

##### Día 01 VIERNES

Salida desde Santiago por la noche, en horario a convenir. Llegada a Puerto Montt. Presentación en el Hotel Vicente Pérez Rosales a las 16:30 hrs. Zarpe a las 18:00 hrs. Desde Puerto Montt, en el terminal de transbordadores. Recepción en el barco. Cena y luego baile en la discoteca.

##### Día 02 SABADO

Desayuno y Almuerzo a bordo. Durante el día se organizarán las alianzas que competirán en la elección de la Reina de la Laguna. Recalada en Puerto Chacabuco, a las 18:00 horas, durante la tarde los pasajeros pueden recorrer los alrededores. 20:00 horas. Zarpe hacia la Laguna San Rafael. Cena y luego celebrará en la Discoteca La Gran Fiesta del Capitán.

---

<sup>1</sup> [www.ecuaventura.com](http://www.ecuaventura.com)

### Día 03 DOMINGO

Desayuno. Durante la mañana se ingresa a la Laguna San Rafael. Se organizan grupos para realizar paseos en bote y así acercarnos al Ventisquero. Al terminar los primeros paseos de la mañana se ofrecerá un almuerzo a la chilena a bordo. Durante la tarde, realizaremos el Gran Brindis con Hielo Milenario. Por la noche Cena y luego la Fiesta de disfraces para la coronación de la Reina en la discoteca.

### Día 04 LUNES

Desayuno y Almuerzo a bordo. Recalada en Chaitén aproximadamente a las 17:00 hrs. Tour por la ciudad de Chaitén y sus alrededores. Aproximadamente a las 22:00 horas. Se retorna al Puerto para zarpar a las 23:00 horas a Puerto Montt. Cena y baile con animación y Karaoke de despedida.

### Día 05 MARTES

Recalada en Puerto Montt a las 08:00 A.M. aproximadamente, a partir de esas horas iniciamos nuestro regreso hacia Santiago.

☞ **C.A.V.A. Centro español que promueve Turismo Pedagógico**

A niños y jóvenes donde los hacen sentir como en casa; son todos una gran familia, que vive y comparten modernas y completas instalaciones con los alumnos. Dirección, Bonic (afueras), Sant Martí Vell. Girona, Valencia España.

☞ **Centro Coordinador de Información y Documentación Juvenil en España**

Ubicado en Méndez Pelayo, 8 (interior) Santander, Teléfono: 942 20 73 89, 942 20 73 87 y 942 20 74 07.

Fomenta la comprensión, el respeto y la valoración positiva de otras culturas a jóvenes entre los 16 y 19 años, seleccionados, a los a los que se les propicia el conocimiento de las culturas, usos y costumbres de las comunidades autónomas de donde procede cada grupo de jóvenes participantes, junto a la propia de Andalucía, en la que se desarrolla la parte central del programa.

Estimula el diálogo, la cooperación y la convivencia solidaria entre los participantes de diferentes procedencias.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> informajoven@informajovencantabria.com

Se les brinda actividades formativas, cuyo objetivo es conocer otras realidades culturales, comparar diferentes modos de vida, reflexionar sobre la tendencia a asumir tópicos y prejuicios, fomentar la cooperación, tolerancia y solidaridad entre los jóvenes, así como analizar las diferentes formas de participación de los jóvenes en la sociedad.

Visitas culturales a ciudades significativas de la cultura de Andalucía, con objeto de potenciar el conocimiento del patrimonio histórico-artístico y aproximar a los jóvenes a las costumbres y formas de vida de los habitantes de esta Comunidad.

Actividades en la naturaleza, en el entorno, con objeto de iniciar a los jóvenes en el conocimiento del patrimonio natural de la zona y fomentar el respeto por la naturaleza.

Actividades que propicien el intercambio de información y experiencia entre los jóvenes y ampliar el horizonte de posibilidades de ocupación del tiempo libre.

Lugar del Programa de Turismo Intercultural, se celebran en el Centro Euro-latinoamericano de Juventud (Ceulaj) en Mollina, Málaga, centro que pertenece al Instituto de la Juventud. El Ceulaj tiene, entre sus principales funciones, la de ser lugar de encuentro, formación intercambios y cooperación entre jóvenes procedentes de España, de Europa y de América Latina.

Tiene un área de cien mil metros cuadrados y constituye uno de los complejos residenciales mayor y mejor dotados del mundo para celebrar encuentros de juventud. Cuenta con una serie de pabellones equipados con dormitorios dobles e individuales, con baños completos y salas de estar. En el recinto existen también pabellones con aulas y salas de trabajo y reunión, salón de actos, salas de usos múltiples, oficinas, etc. Tiene, además, amplias instalaciones deportivas y recreativas tales como pistas deportivas, pabellón de deportes cubierto, piscina, cuenta con servicio de restaurantes y comedores que funcionan como autoservicio así como amplias zonas ajardinadas y aparcamientos para turismos y autocares.

#### Proyectos de Envío

Paraguay, Guatemala, Chile, Cuba, Chefchauen e Italia.

#### *Intercambios "Arte y Cultura en los pases del Mediterráneo"*

Por *Marcelo Martín*, Arquitecto, gestor cultural, responsable del Departamento de Comunicación, del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Correo-e: [valleymar@teleline.es](mailto:valleymar@teleline.es) (personal), Sevilla, España.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> [boletin@iaph.junta-andalucia.es](mailto:boletin@iaph.junta-andalucia.es)

☞ **La Asociación de Alemania para Erlebnispädagogik = Turismo Pedagógico** = Pedagogía de experiencia o emoción, es un proyecto del gobierno Alemán, en el que se realizan viajes de estudiantes, con pedagogía de experiencia que hacen los colegios Waldorf:

6. Grado Bosque salvaje Bayrischer Wald

8. Grado: Viaje en un barco de velas o un tour a través de los Alpes una semana.

1. Que es turismo pedagógico, es la combinación de salir de su casa, de lo regular, relajamiento, ir a conocer con medios pedagógicos, educar los sentidos y ayudar a la integración social.

2. El turismo moderno y la moda de viajar, antes el paseo anual fue la primera forma de turismo, hoy son los viajes culturales, campamentos, intercambios escolares, competencias deportivas.<sup>4</sup>

☞ **Phöinix organización para Jóvenes con trastornos de conducta en Alemania**

A ayuda a solventar, ejecutar y programar proyectos educativos a través de experiencias de viajes en canoa, asenso de montañas, visitas a Francia (en Vigney), Grecia (Vuelos), Italia (Ligurien), Norwega (Meraker), en Polonia, pueblo ecológico para niños.

---

<sup>4</sup> [info@jh-phoenix.de](mailto:info@jh-phoenix.de).

### ☞ **Tipos de turismo Pedagógico en Alemania:**

Pedagogía de aventuras, proyectos para ayudar a jóvenes en Alemania y en el extranjero. Se trata de conocer, experimentar, prender idiomas, geografía del país, cultura, dialectos, personas, museo, ciudades.

Pedagogía de experiencia, en bosques, parques de protección de la naturaleza, barcos de vela, canoas, barcos para observación de ballenas en la costa.

Terapia de experiencia, encuentro con la naturaleza y los viajes, viajes escolares como experiencia pedagógica vivencial, relacionados con la calidad y el aspecto pedagógico, "Una semana con niños pre-escolares como parte del servicio ambulante para la familia, este proceso social en grupo o momentos terapéuticos con caballo, delfines, playa, experiencias con la naturaleza, experiencia con nuestras fuerzas como el andinismo, deportes, caminatas por la selva.

### ☞ **Viaje de Munich a Grecia**

**Por:** el DR. Ernesto Seebass.

Ex director del Colegio Alemán Humbolt de Guayaquil Profesor de Matemáticas del colegio de Gauting, Munich, Alemania.

#### Planificación y ejecución de un viaje cultural de Alemania

**Meta:** Conocer Grecia antigua, medieval y moderna.

**Participantes:** 50 estudiantes del VI curso del colegio de Gauting con 4 profesores.

**Duración:** 9 días (3 días para ida y vuelta)

**Fecha:** 29 de octubre del 2002

**Ruta del viaje:** De Gauting en tren a Ancona (Italia), de Ancona en barco a Patras (Grecia).

De Patras en bus a los lugares siguientes: Delfín (religión y oráculo de los Griegos antiguos), Korinth (el famoso canal como monumento técnico), Epidauros (anfiteatro y medicina y terapia antigua), Mikene (arquitectura de ciclopes), Nauplia (la primera sede del rey de Grecia 1835), Mistras (ciudad medieval con iglesias de la religión ortodoxa), Olympia.

**Hospedaje:** Camping en carpas.



**Preparativos en Gauting - Munich:** Un grupo de 6 - 8 estudiantes con la ayuda de un profesor prepara informes sobre cada sitio, que será visitado, además informes sobre la situación económica y política del país. Con estos informes hacen un pequeño folleto, que se distribuye a cada participante, además antes de la visita de cada lugar relata un estudiante en alrededor de 10 minutos sobre los puntos mas interesantes del lugar.

**Preparativos del profesor dirigente:** Información del grupo sobre las obligaciones de cada uno y reglas de comportamiento. Cálculo de los costos y compra de los boletos de Viaje, organizar fondos para estudiantes que no pueden pagar el monto de los costos individuales. Además tuve que ponerme en contacto con una empresa de turismo en Patras. Esta empresa organiza un bus, que acompaña el grupo durante su estadía en Grecia, y da informes sobre los lugares de camping. Además organiza guías en alemán para Delphi Olimpia.

Lógicamente una meta adicional es el desarrollo de un comportamiento social en grupo e igualmente horas lindas en las hermosas playas de Grecia.

Ernesto Seebass.

## BIBLIOGRAFÍA

### a) Libro

1. Miguel Ángel Acevenza, Administración del Turismo, Organización, (Vol. 1 cuarta edición, México, 1991), pp. 165-245.
2. Fernando Muñoz Oñate, Marketing Turístico, ( segunda edición, España, 1994), pp. 630-683.

### b) Internet

3. Tipos de Turismo en el Ecuador, Agencia Ecuaventrura, enero del 2002, <http://www.ecuaventura.com>.
4. Turismo pedagógico en España, Gobierno de España, octubre del 2003 <http://informajoven@informajovencantabria.com>.
5. Paquetes Turísticos en Andalucía, Gobierno de Andalucía, octubre del 2003, [boletin@iaph.junta-andalucia.es](mailto:boletin@iaph.junta-andalucia.es).
6. Paquetes Turísticos en Europa, Phoinix Tour, cada 24 horas, [info@jh-phoenix.de](mailto:info@jh-phoenix.de).
7. Turismo Pedagógico en Brazil, Área de Recreación "La Estancia", <http://www.quinta-da-estancia.com>.
8. Parámetros para la explotación del Patrimonio Turístico en España, Ing. Duarte, julio del 2003, <http://www.ecoclub.com>.
9. Atractivos Turísticos Ecuatorianos, CODESCO, agosto del 2002, <http://www.codesco.com>.