



ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

**EL TURISMO RELIGIOSO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO  
DEL ECUADOR**

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos.**

**Para obtener el título de Licenciado en Hotelería y Turismo**

**PROFESOR GUIA:**

IVAN MARTINEZ

**AUTOR:**

ANDRES ALARCON

**AÑO**

2011

## **DECLARACION PROFESOR GUIA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Martínez, Iván

Magister en Economía con énfasis en Administración

1709396483

## DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Andrés Alarcón

CI: 171109405-0

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios.

A mi familia que siempre estuvo ahí para apoyarme.

A mis amigos que me dieron el coraje y la fuerza para continuar.

## **DEDICATORIA**

Dedico el esfuerzo de este trabajo a todos aquellos que creyeron en mi y siempre pude contar para cumplir este objetivo.

## RESUMEN

El turismo en el Ecuador, es una actividad que a lo largo de los años ha ido buscando el desarrollo.

Su desarrollo ha sido en algunos años, muy bajo y en otros exponencialmente alto. Hasta que hace unos años se vio el verdadero potencial del turismo y se empezó a plantear estrategias nacionales para que esta nueva industria, empiece a crecer en su debido orden en el país. Estas estrategias, se basaron también en el modelo mundial del turismo. Pero, lo que no se ha conocido, es que el turismo es una actividad que se puede diversificar y variar, y hacer de cada nueva actividad un nuevo tipo de turismo.

Esta propuesta, es un proyecto basado en las nuevas corrientes del turismo, donde se busca un “algo” diferente, donde el turismo de sol y playa, aun rige el movimiento pero nos es el único, donde conocer es más importante, y donde las vacaciones son para el espíritu tanto como para el cuerpo.

La cultura ecuatoriana tiene matices, únicos, como también lo tienen las demás culturas latinoamericanas que son producto de un mestizaje de miles de años, por una rama los incas, y demás etnias que poblaron el continente que se han mezclado con la cultura del continente viejo y nos han dejado una herencia patrimonial. Es deber, por ello, de los ecuatorianos de dar a conocer entre el mundo y entre los mismo ecuatorianos esta cultura.

Por ello el proyecto “Turismo Religioso como alternativa para el desarrollo del Ecuador” se enfoca en mostrar que es esta relativamente nueva ola de turismo en el mundo y porque, el Ecuador puede implementarla para la búsqueda de su desarrollo y como este desarrollo aparece y se define en un tipo de turismo cultural religioso.

La estructuración de este nuevo plan de desarrollo ecuatoriano, se basa en la búsqueda del patrimonio del país, y en la exposición de aquellas manifestaciones culturales, de las provincias de la sierra y la costa, donde ya sea por la cultura de los alrededores, su ubicación o su construcción son capaces de transmitir un sentimiento de paz, y además permiten construir ese “algo” mas.

## **ABSTRACT**

Tourism in Ecuador, is an activity that over the years has been looking for development.

Its development has been in some years, very low and other exponentially higher. Until a few years ago, Ecuador saw the true potential of tourism and began to raise national strategies for this new industry, and start to grow in their proper order in the country. These strategies were also based on a global tourism model. What has not been known is that tourism is an activity that can diversify and change, and make each new activity makes a innovative type of tourism. This proposal is a project based on the new trends in tourism, which seeks up to something different, where the sun and beach tourism, still rules the movement but the focus now is as, Holidays are for the spirit as well as for the body.

Ecuadorian culture is nuanced, and unique, and Latin American cultures are the product of a mixture of thousands of years by the Incas and other ethnic groups that populated the continent that have been blended with the culture of the old continent and left us legacy assets. It must, therefore, of Ecuadorians to make themselves known among the world and among the same Ecuadorian culture.

Therefore, the project "Religious Tourism as an alternative for the development of Ecuador" focusing on this relatively new wave of tourism. Ecuador must implement tourism as a priority in its development and this development will be based on policies aimed to tourism

The structure of this new Ecuadorian development plan is based on the country's heritage. The exposure of those cultural events in the provinces of the Andes and the coast, where either by the culture surrounding their location or construction are capable of conveying a feeling of peace, and also allow the construction of this "something" more.



# INDICE

<b>INTRODUCCION</b>	<b>1</b>
<b>MARCO TEORICO</b>	<b>2</b>
1.1. Antecedentes	2
1.2. Objetivos.	3
1.2.1 Objetivo General:	3
1.2.2 Objetivos Específicos:	3
1.3. Hipótesis	3
<b>MACROENTORNO</b>	<b>5</b>
<b>2. ANALISIS DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
2.1. Antecedentes del sector	5
2.1.1 Estacionalidad	8
2.2. Micro entorno	9
2.3. Negocio	13
2.3.1 Situación actual	13
2.4. Análisis de la Competencia	14
2.4.1.Métodos cualitativos de análisis	15
<b>IDENTIFICACION DE PRODUCTOS</b>	<b>16</b>
3.1 CIRCUITO NORTE	17
3.1.1 Provincia del Carchi	17
3.1.1.1 Tulcán	18
3.1.1.2 Gruta de La Paz	18
3.1.2 Provincia de Imbabura	19
3.1.2.1 San Miguel de Ibarra	19
3.1.2.2 Iglesia del Santo Sepulcro - Atuntaqui	19
3.1.3 Provincia de Pichincha	19

3.1.3.1	San Francisco de Quito	20
3.1.3.2	Nuestra Señora de la Presentación del Quinche	20
3.1.4	Provincia de Cotopaxi	21
3.1.4.1	San Vicente Mártir de la Tacunga	21
3.1.4.2	Virgen Reina de la Fuente - Mulaló	22
3.1.5	Provincia de Tungurahua	22
3.1.5.1	San Juan de Ambato	22
3.1.5.2	Nuestra Señora Virgen Reina del Rosario de Agua Santa de Baños	23
<b>3.2</b>	<b>CIRCUITO CENTRO</b>	<b>24</b>
3.2.1	Provincia de Chimborazo	24
3.2.1.1	San Pedro de Riobamba	25
3.2.1.2	Iglesia de la Balbanera	25
3.2.2	Provincia de Bolívar	25
3.2.2.1	San Pedro de Guaranda	25
3.2.2.2	Santuario de la Virgen del Huayco	26
3.2.2.3	Grua de Lourdes	26
3.2.3	Provincia de Los Ríos	27
3.2.3.1	Santa Rita de Babahoyo	27
3.2.4	Provincia de Guayas	27
3.2.4.1	Santiago de Guayaquil	27
3.2.4.2	Santa Narcisa de Jesús – Nobol	28
3.2.4.3	Playas de General Villamil	28
3.2.5	Provincia de Santa Elena	28
3.2.5.1	Ballenita	28
3.2.5.2	Palmar	29
3.2.5.3	Olón	29
<b>3.3</b>	<b>CIRCUITO AUSTRO</b>	<b>30</b>
3.3.1	Provincia del Cañar	30
3.3.1.1	San Francisco de Peleusí de Azogues	30
3.3.1.2	Biblián	31
3.3.2	Provincia de Azuay	31
3.3.2.1	Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca	31
3.3.2.2	Baños	32
3.3.3	Provincia de Loja	32
3.3.3.1	Inmaculada Concepción de Loja	32
3.3.3.2	El Santuario de la Virgen del Cisne	32

<b>LA EMPRESA</b>	<b>34</b>
<b>4. La Empresa</b>	<b>34</b>
4.1. Misión	34
4.2 Visión	34
4.3 Valores	34
4.4 Áreas	35
4.4.1 Comercial	35
4.4.2 Ventas	35
4.4.3 Programación	35
4.4.4 Contabilidad	35
4.5 Cadena de valor	36
4.5.1 La Distribución	37
4.5.2 Responsabilidades de la Operadora	39
<b>OFERTA Y DEMANDA</b>	<b>40</b>
5.1 Oferta	40
5.1.1 Circuito Central o Centro	40
5.1.1.1 Ruta Andes Central o Centro	45
5.1.1.2 Ruta Costa Central o Centro	46
5.1.2 Circuito Austro	47
5.1.3 Circuito Norte	52
5.1.3.1 Ruta Norte B	53
5.1.3.2 Ruta Norte A	57
5.2 Demanda	61
5.2.1 Paquetes y Estrategia	64
5.2.2 Clasificación por tipos de Producto/Paquete	65
<b>APLICACIÓN DEL TURISMO RELIGIOSO PARA EL DESARROLLO DEL ECUADOR</b>	<b>68</b>
6.1 Ficha de atractivos/recursos	69

6.2	Instructivo para utilizar la ficha de evaluación de atractivos	76
6.2.1	Evaluación de los atractivos	77
6.2.2	Definición de variables y factores	79
6.3	Manual de Sostenibilidad para el Turismo Religioso	81
6.3.1	Medidas de Seguridad y Comportamiento	86
	<b>DETALLE FINANCIERO</b>	<b>89</b>
7.1	Análisis de Costos Fijos	90
	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>106</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>108</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>111</b>

## INTRODUCCION

El turismo es un fenómeno mundial, en donde se usa los diferentes recursos, para llevar a los visitantes, también llamados turistas a nutrirse de nuevas experiencias, en un ambiente controlado. Se busca que ellos formen parte de una vivencia revitalizadora para sus vidas, y que de esta manera sean capaces de salir de su rutina diaria. Con el crecimiento del turismo mundial, se debe buscar nuevas maneras para que el turista sienta cada experiencia como renovadora, que busque un cambio y que al mismo tiempo sus exigencias sean mayormente cumplidas.

Este trabajo de investigación busca aquellos lugares que son parte de una nueva experiencia para la población ecuatoriana, y busca que de la misma manera sea también una experiencia para aquellos visitantes ajenos al lugar. Se busca, por lo tanto, desarrollar las economías alrededor de esta experiencia para que esta, sea de beneficio mutuo. También se busca encontrar la manera de estructurar una operadora de turismo enfocada en la investigación, desarrollo y difusión de esta nueva estructura o subdivisión dentro del turismo cultural.

# CAPITULO I

## MARCO TEORICO

### 1.1. Antecedentes

Dentro del tema actual compuesto por el Ecuador, se está desarrollando el turismo y las nuevas alternativas del turismo. La búsqueda de nuevas áreas de desarrollo, en donde el turismo sea la clave se está volviendo cada vez más importante dentro de la política de los países mundiales. Esta es la búsqueda de ese nuevo tipo de desarrollo, que el turismo puede, y ha brindado a las ciudades desde sus inicios, siempre y cuando los mismos cumplan con un plan estratégico.

En la búsqueda de estos nuevos tipos de turismo se ha encontrado que dentro del turismo cultural, existe un nicho aun no explotado, el cual es el turismo cultural religioso; donde actualmente solo se le ha dado la importancia básica pero no se lo ha considerado como un nicho de mercado propio para una especialización.

En el Ecuador se ha tomado los turismos más tangibles que existen para su explotación, pero al mismo tiempo no se ha dado un lugar a esa cultura religiosa, única que existe en el país, donde las tradiciones de nuestros antepasados incas se han mezclado en un proceso único de sincretismo con la cultura traída en la conquista española, y fue creciendo en tiempos de la colonia. El turismo religioso se lo define como: “un viaje emprendido por motivos religiosos a un lugar que se considera sagrado para realizar allí determinados actos de devoción y penitencia” (Rebic, 1998). Pero el Ecuador debe buscar su definición al turismo religioso.

## 1.2. Objetivos.

### 1.2.1 Objetivo General:

Determinar como la creación de un operador turístico con enfoque al turismo religioso puede ayudar y colaborar al desarrollo del Ecuador.

### 1.2.2 Objetivos Específicos:

- Estructuración de un manual de sostenibilidad para el turismo religioso.
- Desarrollo de productos diferenciados en rutas y circuitos alrededor de la Costa y Sierra Ecuatoriana.
- Proyección financiera de paquetes turísticos para su venta.
- Establecer la definición del turismo religioso con enfoque hacia las estrategias del Ecuador
- Definir un centro de información para temas enfocados hacia el turismo cultural religioso.

## 1.3. Hipótesis

*El turismo cultural aun no se ha desarrollado en el Ecuador de la manera que este debería haberse desarrollado al momento actual; por lo tanto es realista pensar que el turismo religioso católico sea en el Ecuador un nuevo tipo de turismo, que proporcione alternativas para el desarrollo del Ecuador y de las ciudades aledañas a los puntos estratégicos.*

Dentro de esto si se quiere generar la imagen de “*mi país por descubrir*” o “*primero mi país*” (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009), se debe también pensar que es aquello que hace a mi país. Las costumbres, leyendas, tradiciones y cultura es lo que hace a mi país aquello mágico que nos llama la atención. Pero si desconocemos de dónde venimos, y al mismo tiempo de donde han nacido cada una de las tradiciones que en este momento los ecuatorianos mantenemos, no se puede incentivar el conocimiento del país.

*“Contribuir con el turismo a dinamizar las economías locales, regionales y nacionales con inclusión social, generación de empleo y beneficios económicos”* (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009). Esto se debe a que el turismo, con el efecto multiplicador que este posee, y el impacto del mismo en la economía, puede y debe ser catalogado como la causa de un desarrollo en un país, además de que la reinversión en la región permite mantener este turismo, para que su desarrollo sea sostenido sin daño a los atractivos pero al mismo tiempo siendo un complemento de los mismos. Es por esta razón que el turismo debe ser la industria más importante dentro de los diferentes países del mundo, sin, claro está, desvalorizar el impacto de las otras industrias, pero siempre se debe tomar en cuenta que el turismo es aquella industria, que dentro de sí misma posee a las industrias más importantes de manera ya sea directa o indirecta, y que, por lo tanto esta debe ser tomada en cuenta para el desarrollo del país.



## CAPITULO II

### MACROENTORNO

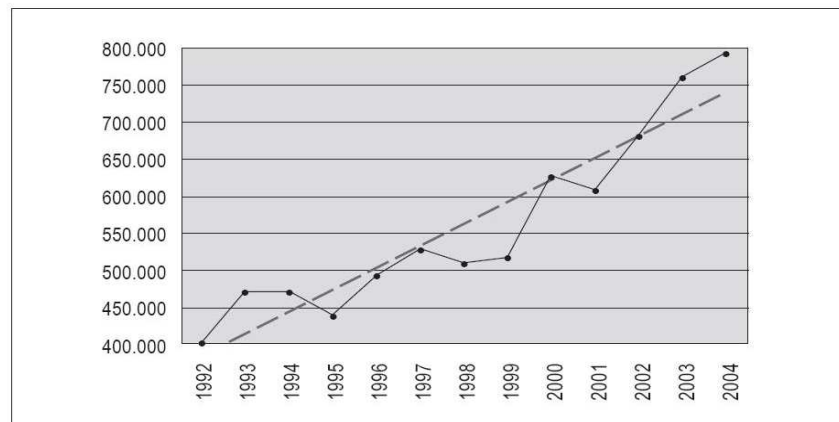
#### 2. ANALISIS DEL SECTOR

Su Santidad Juan Pablo II el 9 de Octubre de 1984 en su encuentro en el Congreso Mundial sobre la Pastoral del Turismo, expresó: "El turismo es una realidad compleja sometida a numerosas fuerzas e influencias económicas o de otro tipo, difíciles de captar en su totalidad".

##### 2.1. Antecedentes del sector

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) "el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros".

Gráfico 2.1 Evolución del arribo de turistas al Ecuador



Fuente: Organización Mundial del Turismo. Series Estadísticas

Tal como se puede observar en el grafico, el ingreso de visitantes extranjeros al ecuador, ha seguido la media, de crecimiento de América Latina, siendo que en el pasado esta, rara vez se mantuvo por sobre la media.

Pero en los últimos años Ecuador ha intentado desarrollar su marca como país, pero antes de eso hubo incontables esfuerzos, algunos sin el verdadero rumbo deseado que mostraban el intento desesperado pero mal encaminado por buscar ese desarrollo en el turismo.

Inicialmente se trabajó con la idea de "*Ecuador, un destino natural*", pero el desarrollo de la marca no fue ordenado y con un argumento basado en tres temas: naturaleza, paisaje y cultura. (Macías, 2008) Es de destacar que se hablaba de ecoturismo aunque sin hacer mención específica dos de sus marcas mito como son Galápagos y Amazonía.

Posteriormente se cambió a "*Ecuador, mágico por naturaleza*", pero este sólo aparecía en el manual de marca y nunca tuvo una aplicación real. El contenido de la presentación que se hace del país muestra una doble realidad. Por un lado, cuatro regiones: Amazonía, Sierra, Costa y Galápagos. Pero a la vez se habla de cinco clústeres: Costa, Andes, Austro, Amazonía y Galápagos (Consultores de Marketing Systems, 2003). Se conocía poco la realidad turística de Ecuador, y la imagen es, poco concreta. A pesar de ello se empezó a mostrar un verdadero interés en el desarrollo del turismo. (Macías, 2008)

El posicionamiento competitivo de Ecuador estuvo muy identificado al de Galápagos, y para los más conocedores giró alrededor de la diversidad, la cultura y la naturaleza.

Grafico 2.2. Proyección comparativa de Llegadas Internacionales



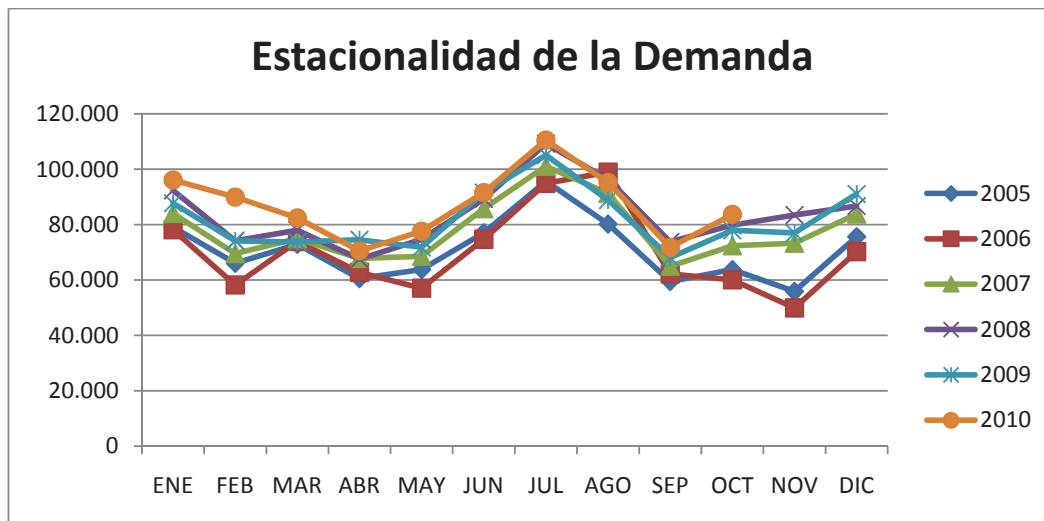
Fuente: PLANDETUR 2020

En el Ecuador desde la implementación del Plan Integral de Marketing a partir del año 2003 fecha en que se empezó a trabajar por un crecimiento sostenido del Ecuador, se ha visto en aumento en el arribo de turistas al mismo, lo que ha ayudado a la mejora de las áreas necesitadas, como la seguridad, limpieza, infraestructura, y promoción del Ecuador y el Plan de Desarrollo Estratégico del Ecuador hacia el año 2020 también conocido como PLANDETUR 2020 ha experimentado diversos cambios en el sector del turismo.

“Es importante destacar que el PLANDETUR no buscó incrementar masivamente el número de visitantes internacionales, por lo que se espera mantener cuantitativamente el mismo mercado, pero si buscó incrementar el beneficio actual percibido por cada turista” (Ministerio de Turismo, 2007)

## 2.1.1 Estacionalidad

Gráfico 2.3. Estacionalidad de la Demanda



Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales - INEC -2007

Dirección Nacional de Migración – 2008 2010

\* Incluye Jefaturas de Migración: Macará, Machala (Pto. Bolívar), Esmeraldas, Salinas, Manta, Lago Agrio (Sucumbíos), San Lorenzo

Los mercados de origen principales son Quito, Guayaquil y Cuenca. Los desplazamientos de los ecuatorianos están divididos por temporadas: temporada Baja de Mayo a Noviembre y temporada Alta de Diciembre a Abril. Así también, está caracterizada la temporada de Costa que coincide con la temporada Alta de Diciembre a Abril y la temporada de Sierra de Junio a Septiembre. (Ministerio de Turismo, 2007)

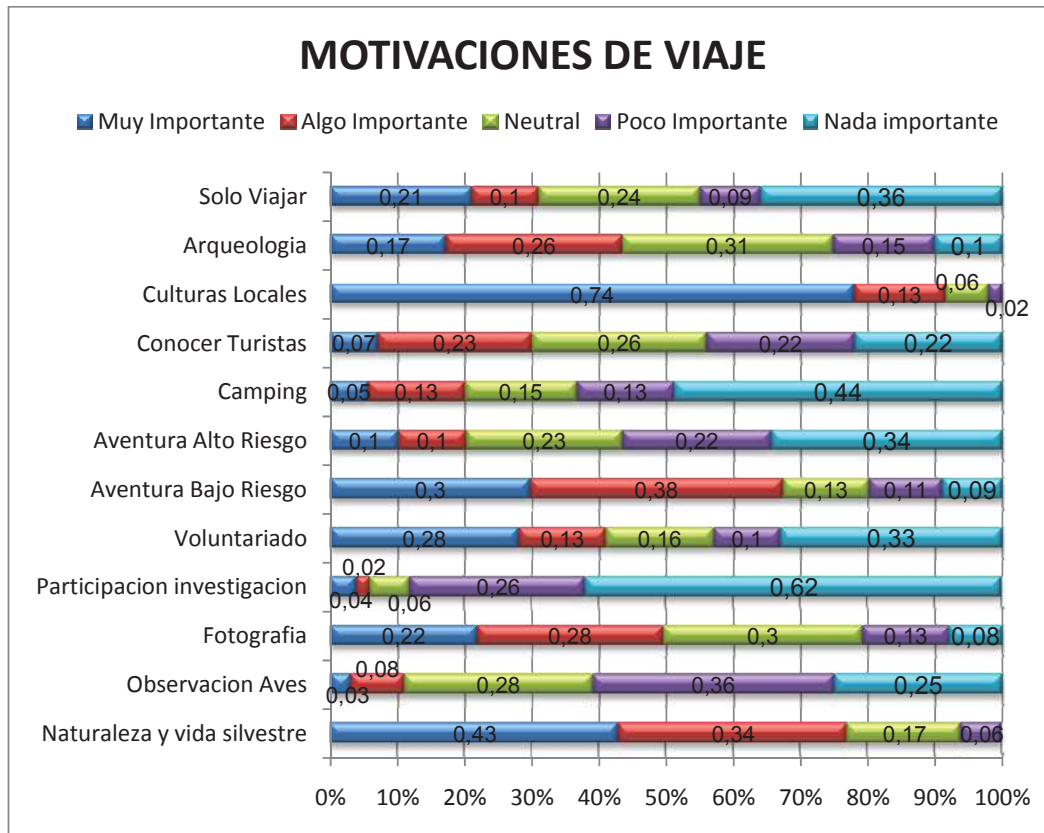
Durante la temporada Alta los ecuatorianos visitan en gran medida las playas aprovechando los días de sol. Las opciones de alojamiento son las casas de playa de fin de semana, alquiler de casas o departamentos, como también hoteles, hostales y pensiones.

Durante la temporada Baja, la gente de clase media alta se desplaza también a las playas, y en los meses de Mayo a Septiembre por temporada de avistamiento de Ballenas Jorobadas en Puerto López y Salinas, principalmente.

Los feriados más importantes para los ecuatorianos son: Carnaval (Febrero), Semana Santa (Abril), Difuntos (Noviembre), Navidad (Diciembre) y Fin de Año (Diciembre). (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009)

## 2.2. Micro entorno

Grafico 2.4. Motivaciones de Viaje



Fuente: Green Consulting 2005. Encuestas a turistas extranjeros

Dentro de este cuadro de motivaciones para viajes, se conserva una tendencia muy marcada, cabe recalcar que con el paso de los años, esta tendencia no ha disminuido, es más en tiempos actuales el gusto de conocer una cultura es el mayor motivador de viajes, tal como se lo representa en este cuadro.

Tabla 2.1. Ingresos por turismo comparado con los ingresos de las exportaciones por producto principal<sup>1</sup>

Primer Trimestre 2009-2010(En millones de dólares)

AÑOS/TRIM	*						
	TURISMO	BANANO Y PLATANO 2	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO 3	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES 4	FLORES NATURALES
2009 I TRIM **	165,2	493,46	150,20	123,12	174,94	134,19	154,68
2010 I TRIM **	189,1	594,84	156,03	130,54	156,51	127,74	173,17

(2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador.

(3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.

(4) Incluye exportaciones de vehículos.

(\*) Según Balanza de Pagos del Ecuador ( Ctas. Viajes y Transporte de Pasajeros)

(\*\*) Incluye estimaciones por subregistro de documentos. (Enero - Marzo)

Sin tomar en cuenta la industria petrolera por ser esta una industria que no influye directamente en el área de estudio, el turismo es la tercera empresa en desarrollo en el país, así como también que su crecimiento ha sido sostenido, siendo la tasa de crecimiento anual en los ingresos de divisas por turismo al Ecuador durante 2002- 2007 se sitúa en 0.7%. (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009)

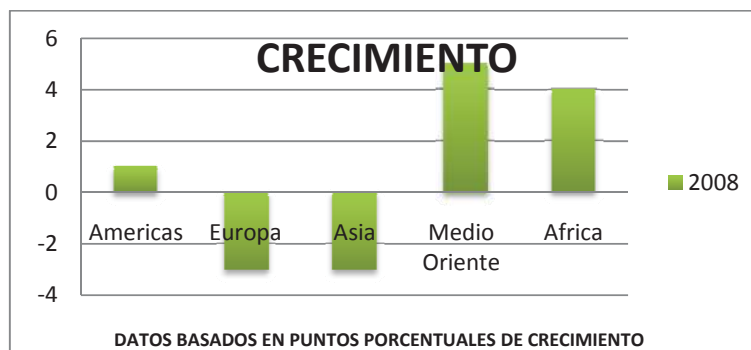
De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, en el 2008, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 924 millones, 16 millones más que en el 2007, lo cual representó un 2% de crecimiento.

<sup>1</sup> Fuente : Banco Central del Ecuador

Sin embargo, la tasa de crecimiento registrada en el 2008 se situó en 2% frente al 7% alcanzado en el 2007, año que fue considerado como el 4to año consecutivo de fuerte crecimiento a nivel mundial. Esa contracción refleja el impacto de los altos precios del petróleo a comienzos del año y el deterioro de la situación económica, así como el deterioro de la confianza de los consumidores en los últimos meses. (EFE)

Pese a todo, la OMT, con sede en Madrid, vaticina que el sector cerrará el ejercicio con un crecimiento total de "alrededor del 2%", apoyándose en la solidez de los primeros cinco meses.

Gráfico 2.5. Crecimiento del Turismo en el mundo



Fuente: Plan Integral de Marketing Turístico PIMTE. 2014

Se estima que las llegadas de turistas internacionales disminuyeron en todo el mundo un 4% en 2009. El crecimiento volvió en el último trimestre de 2009, después de 14 meses de resultados negativos, contribuyendo a un resultado mejor de lo esperado para todo el año. (Organización Mundial de Turismo, 2010)

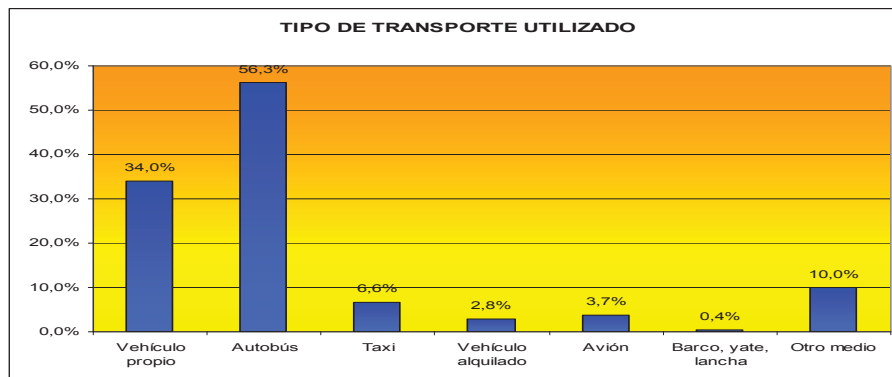
A diferencia de las crisis anteriores: virus, enfermedades, peligro por catástrofes, terrorismo, etc., la crisis actual no afecta tanto el deseo de viajar. (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009, pág. 9) La principal preocupación es sobre la capacidad para viajar o cuánto se puede gastar en viajes, por lo tanto la búsqueda de calidad se enfoca también en la búsqueda de un precio

económico y accesible, donde el enfoque no sea el “hacer dinero”, la búsqueda actual es el balance entre la calidad y el precio.

La OMT también identifica, entre las tendencias hacia el futuro, un mayor uso de la tecnología tanto para la gestión de información como para la comercialización agilizarán los desplazamientos. Los fuertes avances tecnológicos producen una cotidianidad. Esta cotidianidad llevara por consiguiente a los seres humanos a buscar el contacto humano y se considera que el turismo será la principal forma de alcanzarlo. (Fasiolo Urli & Wallingre, 2008)

Se acentuará, una mayor polarización de los gustos de los turistas, es decir, entre los que buscan más comodidad y confort de aquellos que prefieren una mayor aventura; el desarrollo de productos temáticos muy específicos destinados a una segmentación cada vez más marcada en función de la experiencia; y el conflicto cada vez mayor entre la creciente concientización socio ambiental del consumidor y la necesidad imperiosa de consumir viajes. (Organizacion Mundial del Turismo, 1998)

Gráfico 2.6. Tipo de Transporte Utilizado en el Ecuador



Fuente: Ministerio de Turismo. Sistema de estadísticas hoteleras y CST

En un contexto de crisis, el viajero no se conformará con vacaciones entretenidas, sino que buscará una experiencia genuinamente transformadora.



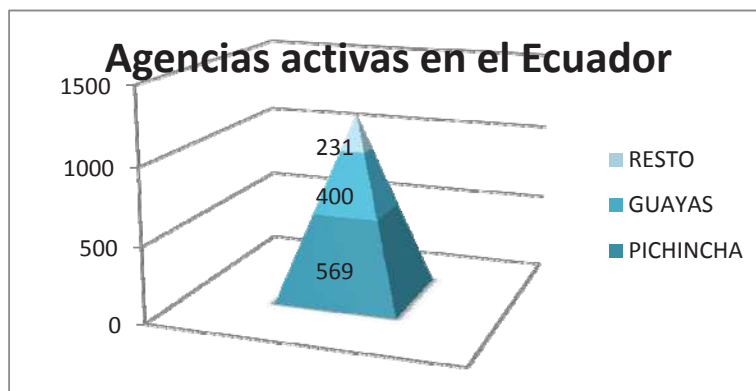
## 2.3. Negocio

Dentro del tipo de negocio al que se ha enfocado este trabajo de investigación, se busca que la creación de una operadora de viajes, con un enfoque diferente hacia un tema aun no explotado en el país, sea la pueda mantenerse en los próximos años con un crecimiento sostenido, para todo lo que se refiere al turismo religioso como parte fundamental del llamado turismo cultural.

### 2.3.1 Situación actual

“Las dificultades para obtener la visa americana y el visado para el ingreso a Europa fueron los principales motivos que trajeron como consecuencia la desaparición de entre 300 y 700 agencias de viajes pequeñas en el Ecuador, entre el 2003 y el 2004” (El Financiero, 2005)

Grafico 2.7. Agencias Activas en el Ecuador



Fuente: El Financiero, Agencias de Viajes del Ecuador, Edición 579

En el tiempo de la masiva migración de ecuatorianos hacia Europa, en Ecuador hubo un salto a la masificación de agencias de viajes cuya actividad solo se volvió el boletaje a España e Italia.

A pesar de esto, los dueños de los negocios, aun no familiarizados con el manejo y desarrollo del turismo no tomaron en cuenta su evolución constante por lo que no, sino diversificaron sus servicios en beneficio del público, Por

sobre sus simples deseos de aprovechar un nuevo mercado, debieron haber aprendido a aprovechar ese nuevo mercado que se abrió tan rápido en el país

Tomando esta experiencia del mercado, las empresas que se creen después, necesitan y deben ser empresas, o que se enfoquen en nichos de mercados muy marcados, para así poder abarcar un mejor espacio, haciendo suyos ciertos pequeños espacios de otras empresas, pero sin ser atacadas directamente por las empresas que dominan al mismo, ya que al solo enfocarse en algo más pequeño no representan a corto y mediano plazo un peligro para las empresas dominantes.

O también deben mantener el enfoque de “la experiencia”, es decir, sin la sobre explotación de los recursos y atractivos que tiene el Ecuador, hacer que cada turista salga con el sentimiento de haber vivido una experiencia diferente a los tour que normalmente la sociedad nos ha acostumbrado a hacer. Esta nueva tendencia del turismo debe buscar gente que disfrute quedarse en el lugar para vivir la experiencia, a diferencia de otras empresas que solo la tocan.

Y todo esto llega a ser tan revelador que la gente, ya hablando específicamente del turismo cultural religioso, quiere repetir esa experiencia, por lo tanto el turismo se vuelve eso: un turismo constante, que se repite, anualmente, y donde aquella gente encuentra la experiencia y encuentra aquello que busca.

## **2.4. Análisis de la Competencia**

Cuando un producto es nuevo, innovador y no posee una competencia directa en el mercado se puede empezar un desarrollo del mismo. Esto no quiere decir que en el tiempo en que la empresa llegue a posicionarse esta va a poder desarrollarse sin presiones, pero con este tipo de producto que no tiene sustitutos, el tiempo en que se demore en desarrollar lo posicionará como una empresa líder, esto quiere decir que tendrá una ventaja que las demás agencias, al intentar competir en el mercado no tendrán. La líder cuenta con la

parte más grande del mercado, dirige a las otras empresas en cuanto a cambio de precios, introducción de productos nuevos, cobertura de la distribución y gasto para promociones. La líder es el punto focal de la competencia. (Muñiz Gonzalez, 2010)

### **2.4.1. Métodos cualitativos de análisis**

Dentro del sector de agencias de viajes, no se encuentra ninguna empresa que se haya concentrado en un nicho de mercado como el que se habla en este proyecto, es por eso, que el análisis cuantitativo de este proyecto no se realiza en base a las encuestas, más bien se ha realizado en base a entrevistas a expertos.

Producto de estas entrevistas se ha aplicado el método Delphi el cual se define como un método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar un problema complejo. (Linstone & Turoff, 1975, pág. 3). En este caso el problema complejo es la falta de información y de desarrollo de un turismo cultural enfocado a su subdivisión religiosa, en la que se busca, que mediante el uso sostenible de cada uno de los “museos” de arte religioso, como vendrían a ser las Iglesias, Santuarios y rasgos inmateriales de las diferentes culturas. Este método busca poner de manifiesto convergencias de opiniones y decidir eventuales consensos. Sin evitar a los llamados *líderes* que aparecen siempre en el caso de que el método usado sea, por ejemplo, un focus group.

Las preguntas se refieren, por ejemplo, a las probabilidades de realización de hipótesis o de acontecimientos con relación al tema de estudio. En este caso, sería un análisis del posible futuro a nuestro proyecto.

Por lo tanto, en su conjunto el método Delphi permitirá prever las transformaciones más importantes que puedan producirse en el fenómeno analizado en el transcurso de los próximos años. (Astigarraga, pág. 3)

## **CAPITULO III**

### **IDENTIFICACION DE PRODUCTOS**

Dentro del área de análisis de este trabajo se ha procedido a identificar los diferentes productos con los que se va a trabajar. Para la elaboración de los mismos, se ha decidido, separar a las zonas de estudio en tres partes; la primera que comprende las provincias, del Norte del Ecuador: Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo, Esmeraldas, Manabí, Cotopaxi y Tungurahua. A la cual se la denominara Circuito NORTE

La segunda que comprende el centro del país, incluyendo a las provincias de, Chimborazo, Bolívar, Los Ríos, Guayas y Santa Elena. A la misma se la denominara en adelante como Circuito CENTRO

La tercera y última que abarca a las provincias de Azuay, Loja, Cañar, El Oro. En adelante se la conocerá como Circuito AUSTRO.

Para esta división, se ha intentado filtrar los puntos más importantes de la cultura religiosa del país, así como intentar dividir al país dependiendo de las concentraciones de los mismos.

### 3.1 CIRCUITO NORTE

Mapa 3.1. Provincias que conforman el Circuito Norte



Fuente: Mapas de Acción Ecológica, <sup>2</sup>

Dentro de esta ruta, se encuentran varias ciudades, que en sí, contienen una concentración alta de lugares turísticos religiosos. Además están dentro de una distancia considerable en donde los viajes no se alargarían en demasía. Las principales ciudades son Quito, Imbabura, Ambato y Tulcán.

A continuación también se intentara definir cuáles son los lugares de visita de mayor importancia así como una breve historia de porque, este lugar, sobre otros en la provincia, es de vital importancia para el proyecto

#### 3.1.1 Provincia del Carchi

Provincia fronteriza en el norte del callejón interandino, rica en herencia cultural, con un rico contraste entes los picos de las cumbre andinas y extensos

<sup>2</sup> LUEBET, German, Mapas de Acción Ecológica, <http://mapas.accionecologica.org/>

valles, le permite tener una variedad de climas y mantener la temperatura constante de sus principales ciudades.

### **3.1.1.1 Tulcán**

Capital de la provincia, conserva una arquitectura colonial en la que se nota cada vez más la influencia moderna. En esta ciudad podemos encontrar a su célebre cementerio, en el que las meticulosas manos de jardineros logran diversas y sofisticadas formas que evocan fantasmas de otros tiempos. Un atractivo turístico diferente que nos recuerda la fe de nuestra cultura.

Dentro de Tulcán mismo, encontramos la Catedral, de arquitectura tradicional con materiales de la zona y pese a haber tenido una restauración modernista, sobresalen sus columnas internas con un alto nivel de detalle, arquería, campanarios y torrecillas (Vasquez, 2005)

### **3.1.1.2 Gruta de La Paz**

Gruta ubicada a 20 km. del poblado de la Paz (San Gabriel). Se llega por un estrecho empedrado que desciende hasta el río Apaquí, a un hermoso templo de formación natural lleno de estalactitas donde a lo largo de los siglos el agua ha formado una cueva de aproximadamente 150m. de profundidad. Al interior del Santuario se venera a Nuestra Señora de la Paz. (*Ver anexo 1*)

La leyenda cuenta acerca del párroco Jaramillo, como lo conocía la gente, ofició una misa en esa gruta en 1915. Luego de esa misa, Jaramillo tuvo un sueño. En él, veía un río y una piedra en la que se podía tallar una virgen. El párroco, acompañado de indígenas del sector, fue a verificar los detalles de su sueño. En efecto, encontraron la piedra, la tomaron y la enviaron a esculpir la imagen de la virgen de La Paz, en Ibarra. La Gruta de la Paz fue declarada Santuario Nacional el 27 de mayo de 1953. Desde entonces ha recibido a cientos de fieles, quienes veneran a la sagrada figura. (Diario el Hoy, 1998)

### **3.1.2 Provincia de Imbabura**

Conocida como la Provincia azul del Ecuador, por su gran cantidad de lagos, esta provincia debe su nombre a la sagrada montaña Imbabura, que según las tradiciones indígenas, era un dios prodigioso.

#### **3.1.2.1 San Miguel de Ibarra**

La ciudad está marcada por 2 etapas, las cuales son divididas por el hecho histórica de un terremoto que el 16 de Agosto de 1868 destruyo la ciudad, por lo tanto los templos de construcción antes de la época del terremoto has sido restaurados, y otros son relativamente nuevos. En la ciudad podemos encontrar una alta concentración de templos y santuarios religiosos los cuales poseen una alta cantidad de reliquias históricas culturales. (Vasquez, 2005)

#### **3.1.2.2 Iglesia del Santo Sepulcro - Atuntaqui**

La iglesia original se construyó en el año de 1.601 de lo que solo queda un atrio de origen colonial. Luego del terremoto de 1.868 se ha modificado con arcos góticos y en 1.987 se la intervino modificándola casi en su totalidad. (Ver anexo 2)

La imagen del *Santísimo Señor del Santo Sepulcro*, es aquí venerada en uno de sus altares. En la Semana Mayor o también conocida como Semana Santa y Corpus Cristi, se evidencian “procesiones con cuadros vivos”, demostrándose la gran religiosidad y devoción de la gente con su masiva concurrencia. (ViajandoX, s.f.)

### **3.1.3 Provincia de Pichincha**

En la Provincia de Pichincha se descubren las tradiciones, en un ambiente natural que debe su nombre al volcán Pichincha que presenta sus variadas cumbres. También disfrutara de las fiestas populares y se deleitará con una gastronomía incomparable.

Situada en la parte central de la Sierra Ecuatoriana, su capital Quito también es la capital del país. Tiene una cultura muy fecunda y su religiosidad se debe también a la gran cantidad de templos, santuarios e iglesias.

### **3.1.3.1 San Francisco de Quito**

El 8 de septiembre de 1978 la Unesco reconoció al Centro Histórico de Quito, junto a la ciudad polaca de Cracovia, como los primeros bienes culturales de la humanidad.

Diversos factores, como su extensión de más de 300 hectáreas, que lo convierte en uno de los más grandes de Latino América; por su coherencia pues a pesar de contar con algunas edificaciones de gran altura, estas no alteran mayormente al conjunto; y por su estado de conservación, la calidad y cantidad de edificaciones históricas: iglesias, conventos, casas residenciales, edificios públicos, civiles, etc., de diversas épocas y estilos, pues se reconoció a más de los valores estéticos, la variedad y acumulación de la historia en este espacio privilegiado. (Gomez, 1997, pág. 157)

Monumental obra arquitectónica, de escultura y pintura, es el resultado del mestizaje de la cultura europea, española e italiana y la cultura aborígen-mestiza ecuatoriana que además llegó a institucionalizar la Notable escuela Quiteña de Pintura, Escultura y Artesanía, entidad que cuenta con reconocimientos de su genialidad tanto dentro del arte hispanoamericano como mundial. (Navarro, 2007) Como prueba de esto se puede contar a la famosa Virgen del criollo Bernardo de Legarda, escultura de la Inmaculada Concepción, como muestra del barroquismo, mundialmente conocida por su inclusión en el léxico iconográfico universal como la “Inmaculada Legardiana” (Pantoja Barco, 2008, pág. 90)

### **3.1.3.2 Nuestra Señora de la Presentación del Quinche**

Ubicada en la población El Quinche, donde un santuario imponente que ha sido reconstruido cuatro veces debido a la influencia de los desastres naturales y construido sobre un templo preincaico, la imagen de Nuestra Señora de la Presentación del Quinche es una hermosa escultura en madera,



tallada en el siglo XVI por Don Diego de Robles, extraordinario artista al que se deben otras imágenes de María de gran popularidad y veneración. La historia nos dice que los que habían encargado la confección de la imagen, no pudieron pagar por ella al escultor y entonces, el artista se la dio a los indios oyacachis a cambio de unos tablones de fino cedro que éste necesitaba para sus trabajos; más tarde el sabor popular enriquecerá los hechos con la leyenda de que la Virgen se les había aparecido antes a los indios del lugar en una cueva y los mismo se sorprendieron mucho al verla llegar en brazos de Don Diego. Permaneció allí hasta que en 1604 el obispo dispuso que se la trasladara al lugar donde ahora es su santuario. (*Ver anexo 3*)

### **3.1.4 Provincia de Cotopaxi**

La provincia lleva el nombre del volcán activo más alto del mundo el cual vigila sus tierras con una mirada imponente. Es una tierra rica en atractivos, que invita al turista a conocerla íntimamente.

#### **3.1.4.1 San Vicente Mártir de la Tacunga**

En la ciudad de Latacunga se puede apreciar con gran gusto las fiestas de la Mama Negra celebración muy alegre y pintoresca.

También y con gusto se pueden apreciar las distintas Iglesias, donde se puede encontrar una gran belleza religiosa estampada en sus obras de arte como las que se encuentran en La Catedral; sus leyendas como la de la Iglesia del Salto donde se atribuye la aparición del la "*Peregrina del Salto*" en la cara de una roca, sus devociones, como se la observa en la Iglesia de Santo Domingo cuya capilla es dedicada a Nuestra Señora del Rosario, entre las más importantes y otras tantas mas de importancia religiosa, cultural, e histórica. (Cultural M. d., 2008, pág. 64)

### **3.1.1.1. Santuario del Señor del árbol de Cuicuno - Toacazo**

Cuenta la leyenda que dentro de un árbol grande, milenario junto a la famosa quinta de Domingo Barahona cuando el dueño se aproximó al árbol de quishar para talarlo así hacer desaparecer el escondite para aquellas sombras que él veía pasar por su propiedad tomándolas como sombras de ladrones, cortó la rama más cercana al suelo y de ella empezó a manar sangre. Ante esta visión Domingo quedó estupefacto y corrió a Saquisilí para avisar al sacerdote misionero. (Mama - Puma, 2008) El misionero vino al lugar y, luego de constatar lo que había aseverado Domingo, ordenó mantener el árbol durante algún tiempo más. A lo largo de algunos meses fue asomando poco a poco la imagen de Señor. (Ver anexo 4)

### **3.1.4.2 Virgen Reina de la Fuente - Mulaló**

Se le atribuye la abundancia de agua, y muchos milagros entre sus creyentes y devotos. Es una virgen pintada sobre una roca, que la fe ha conservado en la antigua y afamada capilla de Mulaló.

## **3.1.5 Provincia de Tungurahua**

Un bravo y ardiente coloso en el centro de la región andina, y uno de los volcanes más activos del Ecuador, se eleva en esta región. Pincelada con toques de belleza inédita, fueron las tierras de Panzaleos y Puruhás, llenado también las expectativas con ambientes subtropicales, cascadas, ríos y un santuario considerado como uno de los más famosos. (Vasquez, 2005)

### **3.1.5.1 San Juan de Ambato**

Conocida como Tierra de las Flores y de las Frutas por su diversidad de productos es una zona mezcla de lo tradicional y moderno, donde la mezcla de sus estilos puede ir desde el neoclásico, como lo es La Catedral, marcada por su sencillez, la Iglesia de San Francisco marcada por sus coloridos azul y blanco que le dan vida al lugar donde se venera la imagen de Jesús del Gran

Poder, hasta otros templos donde se puede percibir la tranquilidad además de admirar la historia de la fe en su arte colonial.

### **3.1.5.2 Nuestra Señora Virgen Reina del Rosario de Agua Santa de Baños**

Majestuosamente ubicada en el Santuario ubicado en el corazón de la ciudad de Baños, es el sitio de concentración de toda la población y pueblos cercanos que llenos de fe imploran a esta hermosa virgen, con devoción, por su bienestar. La basílica fue construida en 1904 por el sacerdote dominico de nacionalidad belga Cornelio Halfants que guarda una historia muy grande expresada en obras pictóricas de artistas ecuatorianos donde se da 21 testimonios de los milagros de la Reina. (Vasquez, 2005) (*Ver anexo 5*)

Un relato histórico informa que una noche el sacristán de la iglesia de Baños. Vio a una pequeña estatua de la Virgen cernerse en el aire, acompañada por dos bellísimos jóvenes, y bajar a pies de un manantial que brotaba de la montaña. (Catholic.net) El hecho se repitió varias veces; por eso el párroco y la gente del lugar se reunieron en la capillita para suplicar a la Santísima Virgen que les manifestara claramente sus intenciones. La noche siguiente la Virgen apareció al sacerdote pidiéndole la erección de una capilla junto al manantial, prometiendo la curación a los leprosos que se bañarán con fe en aquellas aguas. El mando fue ejecutado minuciosamente, pero cuando llegó el momento de trasladar la imagen al nuevo templo, el párroco y la gente constataron que había misteriosamente desaparecido. Más tarde llegó a la plaza del pueblo donde se había construido el templo, una mula cargada con un cajón. Nadie sabía de dónde había llegado y a quien pertenecía. El cajón fue entregado al párroco esperando la comparecencia del propietario. Pasaron dos meses sin que nadie reclamara el cajón. Por lo tanto, el párroco decidió abrirlo en presencia de algunos testigos. Con su gran maravilla descubrieron la estatua de la Virgen venerada actualmente en el santuario de Baños (Vasquez, 2005).

## 3.2 CIRCUITO CENTRO

Mapa 3.2. Provincias que conforman el Circuito Centro



Fuente: Mapas de Acción Ecológica,<sup>3</sup>

Una ruta de especial hermosura, que sigue desde su nacimiento en el volcán Chimborazo a su desembocadura en el mar al “manso” Guayas, río de una especial hermosura en el Ecuador, y que, al seguir sus recorridos también nos encontramos con la belleza de la fe y las creencias de los pobladores de sus riberas.

### 3.2.1 Provincia de Chimborazo

Situada en el centro del callejón interandino es una de las provincias donde un colosal y espectacular volcán nevado te da la bienvenida. Un paraíso en el paramo. La provincia cuenta con varias tradiciones que involucran la fe ancestral, la católica y los actos paganos.

<sup>3</sup> LUEBET, German, Mapas de Acción Ecológica, <http://mapas.accionecologica.org/>

### **3.2.1.1 San Pedro de Riobamba**

Emblemática ciudad donde se realizó la primera fundación de Quito, edificada con calles aun empedradas con piedras que al paso de los años le dan a la ciudad un aspecto tranquilo, un legado de historia y tradición. Dentro de la misma encontramos la Catedral, una de las pocas muestras de arte barroco y mestizo, símbolo de austeridad y sencillez que le da una imponencia ya que su fachada corresponde a la primera Iglesia de Riobamba destruida en el terremoto del 4 de febrero de 1797. (Vasquez, 2005, pág. 196) El museo del Convento de la Concepción considerado uno de los más completos en la materia de arte religioso en América Latina, y por supuesto la Basílica del Sagrado Corazón de Jesús cuya construcción duró 32 años y fue caracterizada por una ancestral minga. En su fachada se encuentra la estatua de Cristo Rey.

### **3.2.1.2 Iglesia de la Balbanera**

Esta Iglesia es la más antigua del país, construida en la época de la colonia por la ferviente fe de los conquistadores españoles, en una planicie que sirvió de punto de descanso para Sebastián de Benalcázar y Diego de Almagro, y construida por indígenas en piedra y madera. Aquí se encuentra la Santísima Virgen de Balbanera. (*Ver anexo 6*)

## **3.2.2 Provincia de Bolívar**

Tierra indómita que lleva el nombre del Libertador, localizada en las estribaciones occidentales de la cordillera andina que por su historia, tradición y vida atrae a turistas de todo el país, así mismo es paso hacia la costa y viceversa por lo que es un punto de paso importante.

### **3.2.2.1 San Pedro de Guaranda**

Famosa por sus tradicionales festejos, el Carnaval forma parte del Patrimonio Intangible del Ecuador y también declarada Patrimonio Cultural por su gran cantidad de bienes históricos. Entre ellos la Catedral San Pedro de Guaranda

donde su fachada en piedra tallada, su solemnidad, sus hermosas capillas forman un conjunto que quita el aliento. También encontramos a la Iglesia Santa Mariana de Jesús con una arquitectura ecléctica<sup>4</sup> dedicada a Santa Marianita de Jesús. (Cultural M. d., 2008, pág. 53)

### **3.2.2.2 Santuario de la Virgen del Huayco**

“La leyenda cuenta que en 1708, la pequeña Luz María Chela, vio varias veces a la Madre de Dios. Y fue en esta quebrada o Guayco, que Chelita dijo haber hablado con una hermosa mujer que tenía un pequeño niño. Ella conversaba con la virgen y jugaba con el niño, en eso se entretenía. Las horas se le pasaban y llegaba tarde a su casa y un día la madre de Chelita se molestó violentamente. En un arrebato de iras le rompió la cabeza con un palo, y la niña obviamente se fue ensangrentada, y llorando en lágrimas volvió al lugar donde siempre pastaba sus ovejitas donde abría su corazón a la Virgen María, y la Virgen María no sólo que se le apareció y consoló, sino que con sus manos en la cabeza le sano totalmente la herida. Este primer prodigio fue conocido por todos y en la quebrada se levantó una pequeña capilla con esta campana y desde entonces, por más de 300 años varias imágenes de la Virgen María han sido veneradas bajo la advocación de la Virgen del Guayco” (Los Milagros de la Virgen del Guayco en Guaranda, 2009). (Ver anexo 7)

La Virgen del Huayco es el orgullo de sus devotos ya que en 1985 el Papa Juan Pablo II la bendijo en su única visita a tierras ecuatorianas. Cuyo santuario tiene características monumentales, por su diseño y la cantidad de materiales petreos utilizados para su construcción.

### **3.2.2.3 Gruta de Lourdes**

Venerada en esta gruta y cuya devoción local empezó cuando en 1902 el padre Leónidas Verdesoto y Don Pío de Mora encontraron a 3 mil metros de altura este lugar que les recordó a la gruta de Nuestra Señora de Lourdes en

---

<sup>9</sup> Arquitectura ecléctica se dedica principalmente a la combinación de corrientes arquitectónicas. Nota del Autor

Francia y muy devotos de ella, colocaron su imagen allí, la leyenda cuenta que en un pequeño orificio en la roca a un costado de la gruta, se ve la imagen de la Virgen de Lourdes. (Los Milagros de la Virgen del Guayco en Guaranda, 2009) (*Ver anexo 8*)

### **3.2.3 Provincia de Los Ríos**

Verdes y extensos campos adornados de flores preciosas desbordantes ríos, que confluyen al mar, pueblos fecundos y cálidos.

#### **3.2.3.1 Santa Rita de Babahoyo**

Con su hermosa Catedral que mantiene en su fachada un gigante mural de mosaicos de la Virgen Madre de las Mercedes, mural traído desde España, de 49 m<sup>2</sup> orgullo de la provincia. (Medrano, 2002)

### **3.2.4 Provincia de Guayas**

El imponente y caudaloso río Guayas que nace en el Chimborazo, irradia vida y vigila el territorio que lleva su nombre.

#### **3.2.4.1 Santiago de Guayaquil**

Santiago de Guayaquil es una ciudad con una gran historia. Dentro de ella podemos reencontrarnos con las leyendas de las creencias de la ciudad, así como grandes de sus edificaciones que mantienen en su edificación el antiguo esquema colonial. (Vasquez, 2005). Su Cementerio General tiene en sus tierras la historia de grandes artistas de calidad para adornar las tumbas donde descansan una cantidad de próceres de la independencia y se pueden observar los mausoleos de los grandes del Ecuador. También vale mencionar la Basílica Menor de la Merced, que entre otras Iglesias de Guayaquil, está en especial inspirada en la escuela neogótica – bizantina donde la Virgen de la

Merced patrona de las Fuerzas Armadas y del Litoral se encuentra en el Altar Mayor, revestido de pan de oro.

#### **3.2.4.2 Santa Narcisa de Jesús – Nobol**

Ubicada a 45 minutos de Guayaquil, Nobol, un pueblo lleno de fe que construyó su existencia alrededor de Santa Narcisa de Jesús, este devoto pueblo le construyó un santuario, donde reposan sus restos, que increíblemente se mantienen intactos (*Ver anexo 9*)

#### **3.2.4.3 Playas de General Villamil**

Muy cerca de la Isla de los Pájaros, el parque de los delfines se encuentra una Iglesia católica, muy antigua declarada Patrimonio Cultural, joya arquitectónica en cuyas cúpulas viven cientos de golondrinas, cuyos nidos se encuentran en los árboles cercanos. (*Ver anexo 10*)

### **3.2.5 Provincia de Santa Elena**

La provincia más nueva del Ecuador cuya hermosura radica en la cantidad de perfil costanero que tiene, donde sus playas son muestra de la hermosura que existe en el Ecuador y como la armonía perfecta se da entre la tranquilidad del mar y la paz de un santuario. Dentro de la provincia se puede adherir a su ruta de las Iglesias, donde se trata de mostrar la belleza de las mismas.

#### **3.2.5.1 Ballenita**

Podemos encontrar a la Iglesia Nuestra Señora de Las Nubes, o también conocida como Iglesia de las Conchas por su agradable decoración usando las conchas encontradas en el lecho marino. A pocas cuadras de este lugar se realiza la Santa Misa cada Martes Santo, luego de la procesión del “Baño de la Cruz”. (*Ver anexo 11*)



### **3.2.5.2 Palmar**

Antes de Valdivia se encuentra esta hermosa playa, que en el cerro María Guare fue construido el Santuario de Nuestra Señora de Fátima. Mas al oriente en la vía principal también podemos encontrar a Colonche, y a su Iglesia de Santa Catalina, que con más de 400 años de antigüedad (*Ver anexo 12*)

### **3.2.5.3 Olón**

Construido sobre un peñasco con una hermosa vista al mar, su nave tiene forma de embarcación de vela, y su hermoso altar se ubica en la proa. Se dice que esta virgen lloro sangre a inicios de 1991. También en sus alrededores esta la Virgen de la Estrella del Mar ubicada sobre un risco. (*Ver anexo 13*)

### 3.3 CIRCUITO AUSTRO

Mapa 3.3. Provincias que conforman el Circuito Norte



Fuente: Mapas de Acción Ecológica, <sup>5</sup>

Ruta en la que la zona del Austro del Ecuador se nos revela en toda su hermosura y expresividad, donde se puede contemplar porque esta zona ha atraído siempre las miradas y además que es aquello que da una base fundamental a su cultura.

#### 3.3.1 Provincia del Cañar

Centro arqueológico del país y núcleo principal de la antigua nación Cañarí. Como parte de su historia y leyendas, también se encuentra recogidas en los vestigios arqueológicos ricos en la zona.

##### 3.3.1.1 San Francisco de Peleusí de Azogues

En la Iglesia de san Francisco, en la parte alta de Azogues se encuentra esta imponente obra colonial con una imponente fachada de piedra y una

<sup>5</sup> LUEBET, German, Mapas de Acción Ecológica, <http://mapas.accionecologica.org/>

decoración valiosa en piezas de cerámica, enmarcando un altar cubierto en pan de oro donde se venera a la Virgen de la Nube. La historia de esta advocación a la Virgen proviene de la colonia, cuando en Quito enfermó el obispo Sancho de Andrade y Figueroa (1696) y ante las oraciones por su curación que realizaban los fieles, apareció en el cielo, entre Guápulo y el Quinche, una imagen de la Virgen María apoyada sobre una blanca nube. En el santuario de Guápulo puede admirarse el altar de la Virgen de la Nube. A comienzos del siglo XX, el padre Matovelle decidió llevar esta devoción al nuevo convento de los franciscanos en Azogues. A partir de entonces, todos los años se dan cita a la procesión con la Virgen de la Nube por las calles de la ciudad.

### **3.3.1.2 Biblián**

Poseedora del imponente Santuario de la Gruta de la Virgen del Rocío, está edificado en lo alto de una colina de laderas desiguales. Es una Catedral tallada en roca que se divisa desde la carretera y constituye uno de los símbolos de la provincia. En 1896 la imagen de la Virgen del Rocío fue llevada a Cuenca, debido a la guerra entre los Conservadores y Liberales dirigidos por Eloy Alfaro. La Virgen del Rocío hizo el milagro de terminar el conflicto del que salieron triunfantes los liberales y protegió a la ciudad por la santa fe del pueblo. *(Ver anexo 14)*

## **3.3.2 Provincia de Azuay**

Folclore, historia, tradición, arquitectura colonial, aguas termales, medicinales y muchos atractivos naturales se encuentra en esta histórica provincia.

### **3.3.2.1 Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca**

Siendo la tercera ciudad más importante del país, y Patrimonio Cultural de la Humanidad, una ciudad de cultura, arte y arquitectura. Cuenta con un número casi inigualable de edificios de carácter religioso, entre los que se pueden contar iglesias, museos y conventos. Cabe mencionar a la Vieja Catedral o

Iglesia del Sagrario que se alza donde se alzo la primera iglesia del la ciudad cuyos cimientos se hicieron con piedras talladas, También está la Nueva Catedral, el Claustro de las Conceptas, San Alfonso y Santo Domingo entre ellas. (Cultural M. d., 2008, pág. 47)

### **3.3.2.2 Baños**

Las bellezas naturales, su potencialidad humana y económica, así como la Iglesia de la Virgen de Guadalupe, corona en lo alto el poblado; la calle principal que conduce desde la puerta de entrada de la parroquia, hasta la parte alta. La Virgen de Guadalupe es la Patrona del lugar. (*Ver anexo 15*)

### **3.3.3 Provincia de Loja**

El Jardín del Ecuador como la llamo el científico Alejandro Humboldt por su gran variedad de especies vegetales es famosa por su devoción a la Virgen del Cisne y esta se ha constituido en una de las más importantes tradiciones de los lojanos.

#### **3.3.3.1 Inmaculada Concepción de Loja**

Su centro histórico aun conserva la arquitectura colonial y ha sido declarado Patrimonio Cultural, dentro de este hermoso lugar podemos encontrar la famosa Colina de la Virgen, aparte de eso podemos encontrar gran cantidad de Iglesias como la Catedral, la del Pedestal, la de San Sebastián y la de Santo Domingo (Cultural M. d., 2008, pág. 84)

#### **3.3.3.2 El Santuario de la Virgen del Cisne**

A 74 km. de Loja se encuentra en la parte más alta de un risco, la Catedral, dedicada al culto de la Virgen del Cisne, patrona de la ciudad y de la provincia. (Mora de Valdivieso, 2008)La Virgen María del Cisne recibe su nombre como parte de la tradición que comenzó en Europa con miembros de la denominada *Orden de los Caballeros del Cisne* que elevaban templos en honor a la Virgen María en la cima de las montañas especialmente en Francia, Alemania y

España, bajo el cuidado de los padres Franciscanos. Fueron los padres franciscanos quienes acompañaron a Alonso de Mercadillo en la Fundación de Loja. (Ver anexo 16)

A fines del siglo XVI hubo una gran hambruna y con tal motivo los indios que vivían en esa región resolvieron emigrar hacia un lugar menos inhóspito, más cuando ya habían iniciado el éxodo se les apareció la Virgen y les dijo: "*Funden aquí una iglesia, que allí los quiero asistir para que no tengáis hambre*".

Obedecieron los indios y más aún algunos viajaron a Quito y mandaron a tallar una imagen de Virgen María con el mismo artista español Diego de Robles que había trabajado antes la imagen de la Virgen del Quinche. Desde entonces el Santuario ha ido creciendo hasta convertirse en lo que es hoy. Simón Bolívar, mediante decreto establece la visita de la imagen de la Virgen del Cisne a la ciudad de Loja, cuya llegada es el 20 de agosto de cada año, permaneciendo en la ciudad hasta el 3 de noviembre.

También cuenta con un museo donde se guardan todas las reliquias que los devotos han dejado a la Virgen.

## **CAPITULO IV**

### **LA EMPRESA**

#### **4. La Empresa**

Se propone dentro de la planeación del proyecto, la estructuración de una operadora de turismo cuyo fin principal, que luego será expresado en la misión, sea en resumen el de proveer con sus productos a un nuevo plan turístico que sea capaz de implementarse en el Ecuador, el cual sea la proveedora de un nuevo turismo cultural, para que así como el Ecuador, es una reserva natural invaluable, sea además un sitio donde el nuevo turismo cultural pueda contribuir a su desarrollo.

##### **4.1. Misión**

Redefinir el turismo cultural dentro del aspecto religioso, donde manteniendo intacto el valor intrínseco de los mismos y sin convertirlos en una obra de museo, se los pueda difundir entre la población ya sea nacional o extranjera.

##### **4.2 Visión**

Ser una empresa especializada en un tipo diferente de turismo, en la que por sobre la ganancia económica, sea capaz de obtener ganancias para la cultura, conservación y formación en el país objetivo.

##### **4.3 Valores**

Dentro de la empresa, se busca un trabajo eficiente, basado en el respeto y la honestidad hacia cada uno de los clientes manteniendo el trabajo y a su vez, realizándolo este de la manera en que el cliente al final del uso de nuestros servicios se llegue a sentir satisfecho de los mismos, con el mayor esfuerzo de parte nuestra de superar sus expectativas

## **4.4 Áreas**

### **4.4.1 Comercial**

Donde se realizara las actividades gerenciales, además de todo los proyectos de promoción, publicidad, y adquisición de nueva cartera para la empresa.

### **4.4.2 Ventas**

Se mantendrá un contacto directo con los clientes, ya sea personas naturales o jurídicas, y se estará al tanto de sus necesidades además de dar apoyo necesario a quienes lo necesiten, en el momento en que lo necesiten. También es el departamento encargado de las reservas, y la promoción ya definida directamente hacia los clientes.

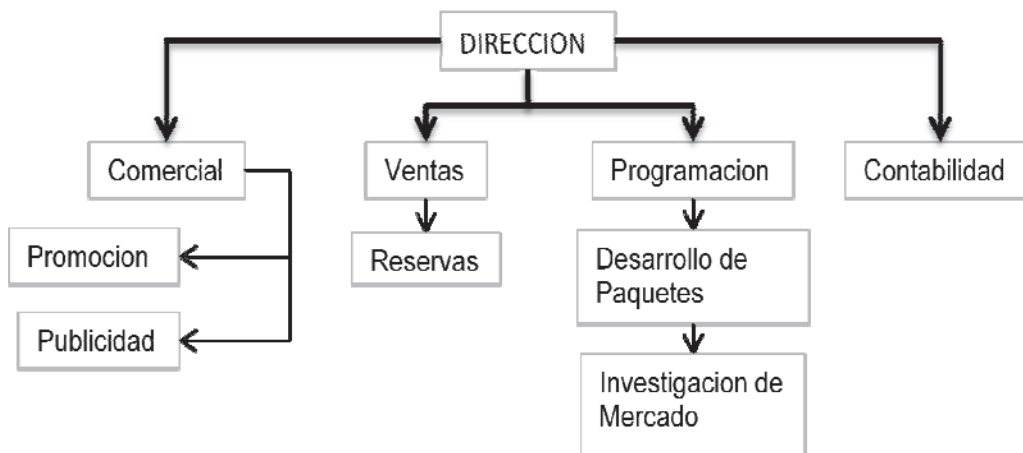
### **4.4.3 Programación**

El área de programación estará a cargo de la coordinación, confirmación y evaluación de las necesidades que se presenten dentro de la venta de cada paquete. Dentro también se encuentra en su cargo la investigación de mercado y el desarrollo de los programas. Además será la que trabaje directamente con gerencia en la producción de nuevos paquetes, promociones, y de contrataciones para que el trabajo sea más eficiente.

### **4.4.4 Contabilidad**

El área estará a cargo del manejo de las cuentas, facturación y cobro, además de realizar los pagos dentro de la empresa. En fin, todas las actividades que este departamento debe realizar.

Grafico 4.1. Organigrama de una Operadora de Turismo



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.5 Cadena de valor

Esta es una cuestión, técnico-legal, en donde la logística de los productos se pone a prueba y se empieza ya por fijar los detalles de cada uno de los paquetes turísticos que se pueden armar. Esto quiere decir, quién fija el precio, corre con los gastos de promoción y comercialización, gestiona el producto, cobra a los turistas, paga a los prestadores, y se hace responsable frente a los clientes de cualquier incidencia.

Esto es lo que habitualmente hacen las operadoras.

- Nombre atractivo, enigmático, memorizable y comprensible para el destinatario final
- Planificación anticipada, claridad en los objetivos, las condiciones que cada prestador se compromete a cumplir y en lo que va a percibir por ello
- Claridad en cuanto a los grupos mínimo y máximo



- Compromiso para la prestación de los servicios en condiciones de calidad y seguridad estipulada
- Adecuación al segmento de mercado objetivo
- Componentes compatibles y adecuados
- Componentes homogéneos y de similar calidad
- Condiciones más ventajosas para el cliente
- Incluye un factor de atracción que motive a la compra

#### **4.5.1 La Distribución**

Existen en este mercado unas empresas, las Agencias de Viaje que son las que tradicionalmente se encargan de comercializar la oferta turística, principalmente cuando se trata de agrupar y “empaquetar” los servicios turísticos de diferentes empresas para ofrecer un producto terminado.

Si se trata de juntar diferentes servicios prestados por diferentes empresas para ofrecer un producto conjunto, a un solo precio cerrado, entonces es obligatoria la intervención de una operadora, o agencia de viajes que realice la intermediación.

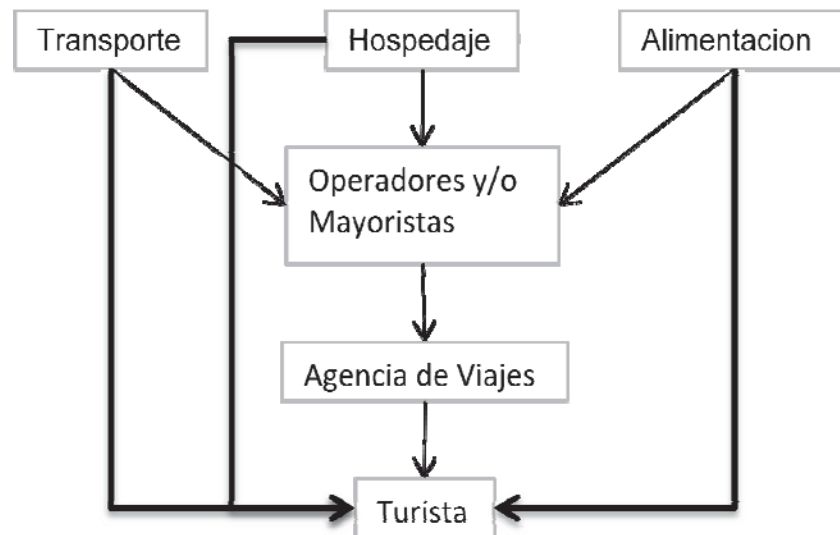
Como empresas especializadas en la distribución, las agencias de viaje y las operadoras se encargan de la promoción, de publicitar el producto, de conseguir clientes para la empresa, de vender, en definitiva el producto.

Los recursos y la oferta pueden venderse directamente a los turistas, o venderse a través de las operadoras y agencias, bien como servicios sueltos o a través de un proceso de “empaquetado” que realiza la operadora o agencia, combinando diferentes servicios que ofrece al turista.

Inmediatamente después de los recursos y la oferta tenemos lo que se llama “productores locales”, que son los que se pueden encargar, o de formas de venta de servicios sueltos, para que sean promocionados directamente al turista, si se trata de servicios sueltos, o para ofertar a las agencias y

operadoras como paquetes. Se debe siempre tener en cuenta los lugares que tienen una fuerte presencia de visitantes de proximidad o locales, no funcionan bien a través de operadora, porque este tipo de clientes no contrata ese tipo de servicios, puesto que conoce perfectamente el área.

Grafico 4.2. Esquema Básico de Canales de Distribución



Fuente: Elaboración Propia

#### **4.5.2 Responsabilidades de la Operadora**

- Identificar a través del inventario otros recursos que puedan darse a conocer a los visitantes ya establecidos, o que generen interés para otros visitantes.
- Identificar nuevos servicios, formas de prestación que puedan innovarse para mejorar la ocupación actual.
- Identificar recursos que puedan tener atractivo para otros públicos que aún no los visitan.
- Ampliar el abanico de clientes actuales, generando productos que puedan resultar atractivos a los operadores para otros segmentos de público que no son los habituales.
- Identificar necesidades de mejora, señalización, capacitación, que ayuden a mejorar a la oferta local
- Identificar posibles impactos ambientales que puedan estar produciéndose por una mala gestión de los recursos naturales o culturales de un área.

## **CAPITULO V**

### **OFERTA Y DEMANDA**

#### **5.1 Oferta**

La oferta del producto turismo religioso, ubicada principalmente en la zona Andes y Costa del Ecuador, se ha desarrollado diferentes rutas las cuales, concentran en sí mismas diferentes ámbitos de la cultura religiosa del país, así mismo como Santuarios muy importantes.

Estas rutas también, topan, en muchos casos con las rutas ya establecidas por el Ministerio de Turismo, como la ruta Spondylus y el Capaq Ñan, lo cual viene a ser también parte de la promoción turística, debido a que los diferentes atractivos que tiene estas rutas religiosas, se los puede maximizar en conjunto mostrando así también que la cultura religiosa del Ecuador se mantiene en equilibrio con los atractivos y la biodiversidad del país.

##### **5.1.1 Circuito Central o Centro**

El circuito centro se ubica en el corazón del Ecuador, donde sus atractivos plagados de la variedad típica del Ecuador nos permiten conocer y recorrer en tiempo record los encantos de este pueblo desde sus altas montañas, gobernadas por el volcán activo más grande del mundo el Chimborazo, hasta las hermosas playas de Santa Elena. Ruta que nos maravilla con sus atractivos paisajes, colores y hasta variedad de climas.

Debido a la única concentración cultural religiosa, sumada a los atractivos que tiene este circuito, se lo tomara como el más largo y representativo de este trabajo.

Tanto para el turismo interno como para el turismo receptivo, Guayaquil es una ciudad muy importante. Pero ya en materia de estudio, se puede ver que Guayaquil puede claramente y fácilmente ser un centro de operaciones. Cuenta con atractivos, que están situados cerca de la ciudad, y en todo caso los que no están situados poseen de frecuencias terrestres que permitirán a la gente

acercarse a los mismos. Dentro de la infraestructura turística de Guayaquil, se observa que es de primera categoría y los servicios de la ciudad son variados para toda clase de turistas. A pesar de ello al salir un poco de la ciudad, se percibe un nivel de pobreza un poco más alto, y un menor porcentaje en los servicios básicos de las poblaciones.

Tabla 5.1. Resumen de Actividades Principales del Sector

<b>Actividad</b>	<b>Chimborazo</b>	<b>Bolívar</b>	<b>Guayas/ Sta. Elena</b>	<b>Los Ríos</b>
Agropecuarias	100	100	100	100
Turismo, Hoteles, Restaurantes	88	100	85	60
Comercio	60	100	100	80
Transporte y comunicación	50	100		40
Manufactura	81	100	85	40
Electricidad, gas, agua	5			
Construcción	50	100	70	
Servicios Comunales	38	50		
Finanzas	30			
Artesanías	25	50		

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia

Se observa también la importancia que tienen las diferentes industrias en cada una de las provincias que pertenecen a esta ruta, y así se observa como las mismas poseen, a excepción de Los Ríos, un alto desarrollo en la parte turística a pesar de que en la siguiente tabla de muestra el desarrollo ya concentrado de la infraestructura turística dando los siguientes resultados:

Tabla 5.2. Valoración de la Planta Hotelera

<b>Valoración Planta Hotelera</b>	<b>Chimborazo</b>	<b>Bolívar</b>	<b>Guayas/ Sta. Elena</b>	<b>Los Ríos</b>
No desarrollada		50		
Poco desarrollada	50	50	28	80
Desarrollada	50		29	20
Muy desarrollada			43	

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia. Datos expresados en %

Dentro de esta concepción y pequeños análisis de los factores, observamos que en la provincia de Guayas y Santa Elena su infraestructura está desarrollada alrededor del a capital Guayaquil y de la Ruta del Sol o Ruta Spondylus, en otras áreas esta poco desarrollada, y en resumen en la Ruta Centro se define que la infraestructura turística o planta hotelera esta poco desarrollada, con una tendencia predominante a ser más desarrollada, esto implica que si existen proyectos en las provincias con el fin de mejorar la planta hotelera.

Cada provincia de Ecuador es diferente, en cuanto a su vialidad, conectividad, y servicios de frecuencias aéreas y terrestres que a la vez, en cierta manera pueden dificultar o facilitar la movilidad de las mismas.

Tabla 5.3 Tipo de Transportación Existente

Tipo de Transporte	Chimborazo	Bolívar	Guayas/ Sta. Elena	Los Ríos
Vuelos Chárter	—		—	
Vuelos Internacionales			—	
Vuelos Nacionales			—	
Pistas Aterrizaje	—		—	—
Alquiler Autos	—	—	—	—
Ferrocarril	—		—	
Helicóptero	—		—	
Barcos			—	—
Transporte Lacustre				
Taxis	—	—	—	—
T.T. Interprovincial	—	—	—	—
T. Turístico	—	—	—	—
Puertos Crucero			—	
Ciclo vía	—	—		
Terminal Terrestre	—	—		
Avionetas				

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia

En este cuadro se ha tomado a las provincias de Guayas y Santa Elena como un todo, esto se debe que la provincia de Santa Elena es una provincia nueva y su infraestructura no ha sido desarrollada como provincia y está en el proceso, pero si fue desarrollada en años pasados por la provincia del Guayas a la cual pertenecía. Así, el análisis, a pesar que se lo delimita con las diferentes provincias, en cuestiones de infraestructura, vialidad, conectividad, datos estadísticos, actividades y demás factores se ha decidido, ser estructurado como un todo.

Tabla 5.4. Factores que afectan la actividad Turística

<b>Factores</b>	<b>Chimborazo</b>	<b>Bolívar</b>	<b>Guayas/ Sta. Elena</b>	<b>Los Ríos</b>
Falta Atractivos	3			6
Falta Calidad Servicio	12	11		
Poco trabajo conjunto	15	23	32	19
Falta Apoyo Gobierno	19	22	26	31
Economía Nacional	18		21	19
Infraestructura deficiente	12	22	5	6
Crisis Política	17	22	16	19

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

A pesar de todo, cada país está marcado por situaciones y factores que afectan al turismo, a su desarrollo y son a los que se debe tener en cuenta de manera más clara para que de esta forma al momento de que estos se presenten, las acciones de contingencia se volvieran inmediatas. Además en cuestiones de turismo, estos factores son los que se deben priorizar para que así, el servicio sea de agrado del turista.



### 5.1.1.1 Ruta Andes Central o Centro

Tabla 5.5. Ruta Andes Centro

<b>SALIDA</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>DISTANCIA</b>
<b>GYE</b>	<b>Babahoyo</b>	<b>63</b>
<b>Babahoyo</b>	<b>Guaranda</b>	<b>123</b>
Guaranda	San José de Chimbo	15
Guaranda	San Miguel	10
Guaranda	Caluma	62
<b>Guaranda</b>	<b>Riobamba</b>	<b>57</b>
Riobamba	Guano	8
Riobamba	Colta	15
Riobamba	Chambo	13
Riobamba	Alausí	97
<b>RIOBAMBA</b>	<b>GYE</b>	<b>240</b>

Fuente: Elaboración Propia

Datos tomados de: Cuadro de distancias IGM

Gobierno provincial Chimborazo, Bolívar, Los Ríos

Dentro del cuadro de distancias se ha puesto las distancias entre ciudad y la distancia total del recorrido para motivos de estudio del transporte así como para tener en cuenta los servicios que se deben disponer para los pasajeros.

Al salir de la provincia de Guayas, la ruta centro se extiende a las provincias de Chimborazo y Bolívar, a pesar de ello la ruta también cruza la ciudad de Babahoyo donde podemos encontrar parte del patrimonio cultural del país. Se toman también como centro de operaciones a las ciudades de Guaranda y Riobamba, siendo estas también un lugar de concentración de atractivos. (Ver *anexo 17*). Cabe resaltar que Alausí es reconocida por sus fiestas, pero es caso de no ser la época de las mismas se obviaría de la ruta. Dentro de estas dos ciudades, la vialidad es de primer orden con carretera asfaltada y por la carretera panamericana. La infraestructura turística dominante es la de segunda categoría, a pesar de ello la infraestructura turística de primer orden, como fincas o pequeñas haciendas dedicadas un poco más al turismo rural, aunque siendo este también parte del turismo cultural, no existiría problema en el uso de las mismas.

Aparte de ellos en las ciudades capitales de las provincias son las que cuentan con los servicios básicos, pero se puede sentir un fenómeno dominante en el Ecuador, que al alejarse de los centros poblados, los servicios básicos van disminuyendo y hasta faltando en ciertos pueblos.

Dentro de esta ruta podemos encontrar en cierta forma la cultura religiosa del Ecuador. Las provincias de Bolívar y Chimborazo, tienen una gran importancia dentro de la cultura religiosa del Ecuador, y en sus tierras combinados con la hermosura de los Andes dan un aspecto avasallador a sus templos.

### 5.1.1.2 Ruta Costa Central o Centro

Tabla 5.6. Ruta Costa Centro

<b>GYE</b>		
Balzar	Palestina	33
Palestina	Sta. Lucia	10
Sta. Lucia	Daule	20
Daule	GYE	43
<b>GYE</b>	<b>Balzar</b>	<b>106</b>
GYE	Nobol	33
Nobol	Isidro Ayora	14
<b>GYE</b>	<b>Isidro Ayora</b>	<b>47</b>
<b>GYE</b>	<b>San Jacinto de Yaguachí</b>	<b>29</b>
<b>GYE</b>	<b>SANTA ELENA</b>	<b>120</b>
Sta. Elena	Salinas	12
Salinas	Palmar	29
Palmar	Olón	29
<b>Sta. Elena</b>	<b>Olón</b>	<b>70</b>
Sta. Elena	Salinas	12
Salinas	Playas Villamil	90
Playas Villamil	GYE	85
<b>Sta. Elena</b>	<b>GYE</b>	<b>187</b>

Fuente: Elaboración Propia

Datos tomados de: Cuadro de distancias IGM

Gobierno provincial Sta. Elena y Guayaquil

A su vez en la provincia del Guayas, las vías son de primer y segundo orden, pero principalmente se usara la Panamericana y la carretera asfaltada, de entrada a los atractivos en la provincia.

La provincia de Santa Elena es nuestra próxima parada. En ella en la ciudad de Salinas, encontramos la infraestructura turística central para nuestra ruta. A si mismo nos topamos en este caso con una parte de la Ruta Spondylus en donde, aparte del patrimonio cultural que tiene esta zona, única, también podemos encontrar y disfrutar del patrimonio natural interés de la Ruta Spondylus. (*Ver anexo 18*)

Ya en Santa Elena la mayor parte de la vialidad que encontramos es de carretera asfaltada de primer nivel. Esto nos permite un transporte más cómodo a cada ciudad atractivo de nuestra ruta. El mercado al que esta ruta está ligado es al de la explotación de lo natural, lo cultural y lo religioso. Dentro de la costa central del ecuador, tenemos atractivos naturales impresionantes relacionados con paisajes constantes, pero así mismo, paisajes que combinados con el gusto por la cultura y por la religión se transforman en lugares llenos de vida, donde el alma puede disfrutar de un retiro espiritual con mayor tranquilidad y beneficio sin igual.

### **5.1.2 Circuito Austro**

Tras un análisis de las distancias implicadas entre los atractivos presentes en esta ruta, y la concentración de los mismos, así como la vialidad, frecuencias terrestres y aéreas, además de la promoción ya existente para esta parte del país, y su adhesión para la planificación y desarrollo de la misma como ruta austro, se ha determinado que este trayecto se por sí misma una sola ruta y sea mantenida dentro de la promoción. (*Ver anexo 19*)

Tabla 5.7. Ruta Austro

<b>SALIDA</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>DISTANCIA</b>
GYE	Cuenca	191
F. Aérea	c/hora	
Cuenca	Delég	22
Delég	Azogues	20
Azogues	Biblian	10
<b>Cuenca</b>	<b>Biblian</b>	<b>52</b>
Cuenca	Baños	57
Cuenca	Tarquí	8
Cuenca	Chordeleg	15
Cuenca	Sig Sig	13
Cuenca	El cajas	97
<b>Cuenca</b>	<b>Loja</b>	<b>204</b>
Loja	El cisne	70
Loja	Cariamanga	111
<b>Loja</b>	<b>Zaruma</b>	<b>125</b>
<b>Zaruma</b>	<b>Cuenca</b>	<b>275</b>

Fuente: Elaboración Propia

Datos tomados de: Cuadro de distancias IGM  
SIGTA

Dentro de la ruta austro elaborada para este efecto podemos observar que la combinación de las provincias, Cañar, Azuay, Loja y El Oro, cuenta con una combinación especial de atractivos los cuales, están a una distancia cercana unos de otros, además cada atractivo, si, posee una infraestructura religiosa digna de ser visitada. En cuanto a nuestro punto interno principal, donde se asentara la base de nuestra ruta, tenemos a la majestuosa ciudad Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, ciudad Patrimonio de la Humanidad, donde a sus alrededores encontramos las hermosuras culturales. Y a su ciudad hermana Loja, ya en un extremo del país, donde iremos a unos de los puntos más bajos del país, Cariamanga, ciudad conocida por su fiesta del Corpus Christi.

Tabla 5.8. Valoración de la Planta Hotelera

<b>Valoración de Planta Hotelera</b>	<b>Loja</b>	<b>Cañar</b>	<b>Azuay</b>	<b>EI Oro</b>
No desarrollada				
Poco desarrollada	86	100	39	80
Desarrollada	12		56	20
Muy desarrollada				

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia. Datos expresados en %

En cuanto a la infraestructura turística la ciudad de Cuenca mantiene una de primera categoría, donde, su razón de ser es dar un buen servicio al turista. Así Cuenca, siendo en importancia tanto como Quito o Guayaquil, en nuestra ruta toma la misma importancia, y se convierte en un eje de la cultura religiosa del Ecuador.

A pesar de ello los alrededores de las ciudades nos indican que mantienen una planta poco desarrollada, a pesar de que en Azuay la tendencia si es favorable, en las demás provincias se debe buscar la manera de mejorar la tendencia, así como de también mejorar los diferentes factores que afectan de una manera directa o indirecta al turismo, a su percepción y a su desarrollo como podemos ver en el siguiente cuadro:

Tabla 5.9. Factores que afectan la actividad Turística

<b>Factores</b>	<b>Loja</b>	<b>Cañar</b>	<b>Azuay</b>	<b>El Oro</b>
Falta Calidad Servicio	20	18	17	
Poco trabajo conjunto	17	19	14	25
Falta Apoyo Gobierno	20	18	19	33
Economía Nacional	14	18	15	17
Infraestructura deficiente	17	9	18	8
Crisis Política	12	18	17	17

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación  
 Plandetur 2020 Anexo B

A pesar de no ser una ruta donde exista falta de atractivos, los demás factores, si suman entre sí para causar problemas a la misma. A la vez denota que el Gobierno juega un papel muy importante en la percepción de cómo los servicios se manejan en cada área estudiada.

En cuanto a la vialidad en la ruta Austro todas las vías son asfaltadas de primer orden, también contando con la Panamericana, vía que cruza en su longitud al Ecuador, la cual es mantenida en óptimas condiciones.

Tabla 5.10. Tipo de Transportación Existente

Tipo de Transporte	Loja	Cañar	Azuay	El Oro
Vuelos Chárter	—		—	
Vuelos Internacionales				
Vuelos Nacionales	—		—	
Pistas Aterrizaje	—		—	—
Alquiler Autos	—		—	—
Ferrocarril				
Helicóptero			—	
Barcos				—
Transporte Lacustre				
Taxis	—		—	—
T.T. Interprovincial	—	—	—	—
T. Turístico	—		—	—
Puertos Crucero				
Ciclo vía			—	
Terminal Terrestre	—	—	—	
Avionetas			—	

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia

Para llegar a la ruta Austro se usara la frecuencia aérea, que sale desde Guayaquil o Quito aproximadamente cada hora, para el turismo receptivo. Además se cuentan con frecuencias terrestres diarias, que en su totalidad, nos brindan total acceso a la ruta austro.

### **5.1.3 Circuito Norte**

Las ciudades integradas por el circuito norte son todas aquellas al norte del país. Se las ha dividido según su vialidad, cercanía a centros poblados y la concentración de los atractivos turísticos culturales religiosos, que además pueden ofrecernos los diferentes accesos, tomando en cuenta que también la maravilla del Ecuador es el hecho de que todo está cerca, como lo comenta el decálogo turístico, y también, tomando esto en cuenta para nuestras rutas, se ha propuesto un tipo de ruta diferente, pero llena de atractivos para que en una mirada rápida al país, no solo se conozca lo que una zona o también llamado mundo ofrece, es más bien, que en una visita al Ecuador en una ruta se pueda, sin preocupaciones acerca de distancias, conocer más de un mundo del Ecuador, y al final dar fe, de que en un país muy pequeño, se puede dentro de su variedad conocer más de un mundo, mas de una cultura, pero todo alrededor de una misma creencia o religión.



### 5.1.3.1 Ruta Norte B

Tabla 5.11 Ruta Norte

<b>SALIDA</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>DISTANCIA</b>
<b>Quito</b>	<b>Latacunga</b>	<b>80</b>
<b>Latacunga</b>	<b>Ambato</b>	<b>47</b>
<b>Ambato</b>	<b>Baños</b>	<b>41</b>
Latacunga	Pujilí	10
Latacunga	Toacazo	17
Latacunga	Mulaló	17
Latacunga	Machachi	46
	Sto.	
Machachi	Domingo	90
Sto. Domingo	Portoviejo	180
<b>Latacunga</b>	<b>Portoviejo</b>	<b>316</b>
Portoviejo	Montecristi	26
Portoviejo	Bahía	100
Bahía	San Vicente	10
	Sto.	
San Vicente	Domingo	190
Sto. Domingo	Quito	91
<b>Portoviejo</b>	<b>Quito</b>	<b>417</b>

Fuente: Elaboración Propia

Datos tomados de: Cuadro de distancias IGM

Gobierno provincial Cotopaxi, Tungurahua, Manabí

Como dato se debe acotar que la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, no se lo toma debido a que esta provincia dentro de su promoción cuenta con atractivos culturales, pero no culturales religiosos, sino atractivos étnicos y naturales que la hacen especial. Por lo tanto a esta provincia se la toma como punto de acceso hacia la costa, además de un paso y punto de descanso. (Ver anexo 20).

Tabla 5.12 Tipo de Transportación Existente

<b>Tipo de Transporte</b>	<b>Cotopaxi</b>	<b>Tungurahua</b>	<b>Manabí</b>
Vuelos Chárter		—	—
Vuelos Internacionales			
Vuelos Nacionales			—
Pistas Aterrizaje	—	—	—
Alquiler Autos		—	—
Ferrocarril			
Helicóptero		—	
Barcos			—
Transporte Lacustre			
Taxis	—	—	—
T.T. Interprovincial	—	—	—
T. Turístico		—	—
Puertos Crucero			—
Ciclo vía	—	—	
Terminal Terrestre	—	—	
Avionetas			

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia

Esta ruta, contiene entre sus atractivos a uno de los santuarios más grandes del país, así también dentro de esta contamos como HUB a la ciudad de Quito, sin embargo, la provincia de Pichincha no está determinada dentro de esta ruta. en cuanto a la vialidad y conectividad, encontramos una variedad de transporte y accesos en la ruta, pero lo que no contamos como nos podemos dar cuenta en el cuadro es de un aeropuerto nacional más que en Manabí. Dentro de la ruta, se puede armar el regreso, dependiendo los vuelos de salida de nuestros pasajeros desde la ciudad de Guayaquil o Quito. Por esa razón en nuestro cuadro de distancias observamos que la ruta termina en Manabí, y luego se la estructura para que el regreso sea el más conveniente.

Tabla 5.13. Resumen de Actividades Principales del Sector

<b>Actividad</b>	<b>Cotopaxi</b>	<b>Tungurahua</b>	<b>Manabí</b>
Agropecuarias	50	100	100
Turismo, Hoteles, Restaurantes	100	100	85
Comercio	100	100	85
Transporte y comunicación	100	100	
Manufactura	100	100	85
Electricidad, gas, agua			
Construcción			40
Servicios Comunes	50		
Finanzas			
Artesanías			

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia

En el cuadro anterior notamos la industria hotelera, y la del comercio, industrias que fácilmente pueden ser las que sostienen la economía de las diferentes provincias, cabe resaltar que en este cuadro se da a conocer el turismo en general, es el turismo la industria predominante en el promedio de las 3 provincias.

Pese al desarrollo aparente de la industria turística, en las provincias, la infraestructura, que predomina en esta industria que es la planta hotelera no se halla en un desarrollo parejo con las estadísticas industriales que tienen las provincia. Este descuadre en datos se debe a que dentro de la industria turística, se encuentran valorados lugares que de por si no necesitan una gran planta hotelera, y como por ejemplo, en el turismo rural, se busca las comodidades del huésped, sin sacrificar la experiencia. Además de ello, al observar detenidamente los atractivos estrella de cada una de estas provincias nos percatamos que la planta hotelera no necesita de ese desarrollo al ser los

turismos rurales, comunitarios, los predominantes. Aun así Manabí, por estar ubicada en la Ruta Spondylus, si tiene en desarrollo progresivo en su planta hotelera, no al mismo nivel que Cotopaxi pero, si en un mayor nivel que Tungurahua.

Tabla 5.14. Valoración de la Planta Hotelera

<b>Valoración de Planta Hotelera</b>	<b>Cotopaxi</b>	<b>Tungurahua</b>	<b>Manabí</b>
No desarrollada			
Poco desarrollada	50	100	71
Desarrollada	50		29
Muy desarrollada			

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia. Datos expresados en %

En esta ruta, nos encontramos con las bellezas de las provincias de la sierra, en un camino que se dirige a la costa y que pasa por diferentes provincias, verdes, llenas de atractivos, donde se aprecia al Ecuador, y donde también se aprecia lo que sintieron los conquistadores, además podemos observar sitios históricos dentro de la cultura ecuatoriana e infraestructura religiosa que simplemente deja asombrados a propios y extraños, ya que se puede observar que a pesar de que los templos hayan sido construidos sobre antiguos templos indígenas, han tratado, de crear una combinación entre estos y los católicos. En estas provincias, la cultura ecuatoriana que se enfoca en la etnias, denota su máximo esplendor, en estas provincias de la sierra y de la costa, la cultura es más fuerte, más estable y el acecho de la civilización, si la ha afectado, pero no en la magnitud en que ha afectado a otras partes del país.

Tabla 5.15. Factores que afectan la actividad Turística

<b>Factores</b>	<b>Cotopaxi</b>	<b>Tungurahua</b>	<b>Manabí</b>
Falta Atractivos			
Falta Calidad Servicio		24	5
Poco trabajo conjunto		17	20
Falta Apoyo Gobierno		17	25
Economía Nacional	50	17	20
Infraestructura deficiente			
Crisis Política	50	25	10

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación  
Plandetur 2020 Anexo B

### 5.1.3.2 Ruta Norte A

Tabla 5.16. Ruta Norte A

<b>SALIDA</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>DISTANCIA</b>
<b>Quito</b>	<b>Esmeraldas</b>	<b>300</b>
F. Aérea	15:20	
<b>Esmeraldas</b>	<b>San Lorenzo</b>	<b>160</b>
<b>San Lorenzo</b>	<b>Ibarra</b>	<b>176</b>
Ibarra	El Ángel	60
El Ángel	San Gabriel	21
San Gabriel	Huaca	16
Huaca	Tulcán	34
<b>Ibarra</b>	<b>Tulcán</b>	<b>131</b>
Ibarra	Atuntaqui	6
Atuntaqui	Cotacachi	10
Cotacachi	Cayambe	45
Cayambe	El Quinche	42
El Quinche	Quito	40
<b>Ibarra</b>	<b>Quito</b>	<b>143</b>

Fuente: Elaboración Propia

Datos tomados de: Cuadro de distancias IGM

Gobierno provincial Pichincha, Imbabura, Esmeraldas Carchi

Tomando como centro de operaciones a la ciudad de Quito, esta ruta explora sus alrededores, desde el mar en la provincia de Esmeraldas hasta las provincias al norte, llegando por Carchi, Imbabura y la misma provincia de Pichincha. Dentro de esta ruta se propone explotar los atractivos de la provincia verde, para luego subir a la sierra, e ir bajando desde Tulcán, hasta Pichincha pasando por aquellos lugares que el Ecuador posee, y que la gente tiende a no captar, pero que a su vez posee extremada belleza. (Ver anexo 21)

Tabla 5.17 Tipo de Transportación Existente

<b>Tipo de Transporte</b>	<b>Pichincha</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Carchi</b>	<b>Esmeraldas</b>
Vuelos Chárter	—			—
Vuelos Internacionales	—		—	
Vuelos Nacionales	—	—	—	—
Pistas Aterrizaje	—	—	—	—
Alquiler Autos	—	—		—
Ferrocarril	—			
Helicóptero	—			
Barcos		—		—
Transporte Lacustre		—		
Taxis	—	—	—	—
T.T. Interprovincial	—	—	—	—
T. Turístico	—	—		
Puertos Crucero				—
Ciclo vía	—	—	—	
Terminal Terrestre	—	—	—	
Avionetas				

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia

Dentro del análisis de la Ruta Norte A, ubicamos que existe una gran cantidad de facilidades en los diferentes medio de transporte, además encontramos que, por su gran cantidad de lagos, Imbabura es la única provincia entre las de

nuestro estudio que posee facilidades de transporte lacustre. Esta facilidades, se dan al buen mantenimiento que se ha dado en las vías en los últimos años, además el aeropuerto de Esmeraldas es apto para recibir vuelos nacionales, el cual representa un tiempo que puede llegar a ser muy valioso en ahorro, a pesar de ello la contraparte es que no se puede llegar a conocer los mismos atractivos por lo que en cuestiones de ruta, parece mejor el usar la vía terrestre.

Tabla 5.18. Resumen de Actividades Principales del Sector

<b>Actividad</b>	<b>Pichincha</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Carchi</b>	<b>Esmeraldas</b>
Agropecuarias	67	82	100	100
Turismo, Hoteles, Restaurantes	100	91		100
Comercio	100	100	40	100
Transporte y comunicación	67	45	40	
Manufactura	100	91	20	33
Electricidad, gas, agua	67			
Construcción	100	10		
Servicios Comunes	67	10		45
Finanzas	100	25		
Artesanías	67	18		

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia

Pichincha, tomando en cuenta que es la capital del país, concentra en si misma amplias industrias, como además, el desarrollo de las mismas a relación con otras provincias es dominante, tal como se expresa en la tabla. A su vez en la provincia de Carchi, no existe un estudio definido el cual ayude a la determinación del crecimiento del turismo y su industria dentro de la provincia.

Por ende, Esmeraldas, cuenta con la infraestructura y desarrollo también por ser, en comparación con otra provincia ecuatoriana, como Santa Elena, donde

las ciudades aledañas, y por la distancia hacia ella han escogido este lugar para sus vacaciones dando el resultado de ese salto al desarrollo, especialmente en el área turística, que a fin de cuentas ayuda mucho a la provincia, y permite que la misma ejecute políticas de conservación y capacitación alrededor de este desarrollo, creando una retroalimentación en la población.

Tabla 5.19. Valoración de la Planta Hotelera

<b>Valoración de Planta Hotelera</b>	<b>Pichincha</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Carchi</b>	<b>Esmeraldas</b>
No desarrollada				
Poco desarrollada		45	100	50
Desarrollada	33	55		50
Muy desarrollada	67			

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación

Plandetur 2020 Anexo B

\*Elaboración Propia. Datos expresados en %

Así mismo, continuando con el análisis de la ruta, y manteniendo la idea de Pichincha como capital va a mantener su hegemonía sobre el resto de las provincias, es además aquella donde la planta hotelera está desarrollada en un nivel apto para recibir a las diferentes clases de turistas que llegan a sus puertas diariamente.

Imbabura, y Esmeraldas, participan en una carrera infraestructural, donde su crecimiento es evidente.



Tabla 5.20. Factores que afectan la actividad Turística

<b>Factores</b>	<b>Pichincha</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Carchi</b>	<b>Esmeraldas</b>
Falta Atractivos	7	7	8	4
Falta Calidad Servicio	7	14	8	
Poco trabajo conjunto	14	18	8	25
Falta Apoyo Gobierno	14	22	25	21
Economía Nacional	15	9	17	17
Infraestructura deficiente	7	5	8	8
Crisis Política	15	11	26	25

Fuente: Territorios turísticos y prioridades de actuación  
Plandetur 2020 Anexo B

Pese al crecimiento que cada una de las provincias tiene y debe tener al momento, es importante el análisis de los factores negativos que pueden afectar este alcance y a la vez pueden causar un detenimiento y hasta en retroceso en los mismos.

## 5.2 Demanda

Dentro de la justificación de la demanda, de un producto de turismo cultural religioso que, en teoría, debido a que no es producto obvio ante la gente pero que una vez en el medio, se puede llegar a conocer la profundidad de la espiritualidad humana, en este caso la ecuatoriana, la cual es muy rica en devociones hacia la Virgen y hacia Cristo.

El Ecuador es un país rico en lugares de concentración masiva. Por ejemplo tenemos al Santuario de Nuestra Señora de El Quinche que en los últimos 5 años han llegado en peregrinación en los días finales de noviembre unas 650.000 personas aproximadamente.

Con esto en cuenta, se puede apreciar que los Santuarios más representativos de la cultura católica del Ecuador son también lugares masivos de concentración, en estos casos la gente necesita de diferentes servicios básicos, y algunos de lujo, para mantener sus necesidades humanas, sin que las mismos afecten o influyan de alguna manera en la cultura de la peregrinación, que cada uno de los ecuatorianos posee y es distinta pero como en toda cultura posee sus rasgos predominantes y comunes para todos.

Tabla 5.21. Posible estacionalidad del Turismo Religioso

	<b>2010<sup>^</sup></b>	<b>2010*</b>
<b>MESES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
	Ecuador	Proyeccion
<b>ENE</b>	<b>96.092</b>	33.117
<b>FEB</b>	<b>89.912</b>	84.578
<b>MAR</b>	<b>82.421</b>	50.254
<b>ABR</b>	<b>70.538</b>	50.254
<b>MAY</b>	<b>77.619</b>	27.511
<b>JUN</b>	<b>91.588</b>	42.212
<b>JUL</b>	<b>110.543</b>	27.511
<b>AGO #</b>	<b>95.207</b>	600.000
<b>SEP</b>	<b>71.757</b>	37.515
<b>OCT</b>	<b>83.681</b>	82.080
<b>NOV #</b>	<b>81.252</b>	700.000
<b>DIC</b>	<b>96.358</b>	67.509
<b>TOTAL</b>	<b>1.046.968</b>	<b>1.802.541</b>

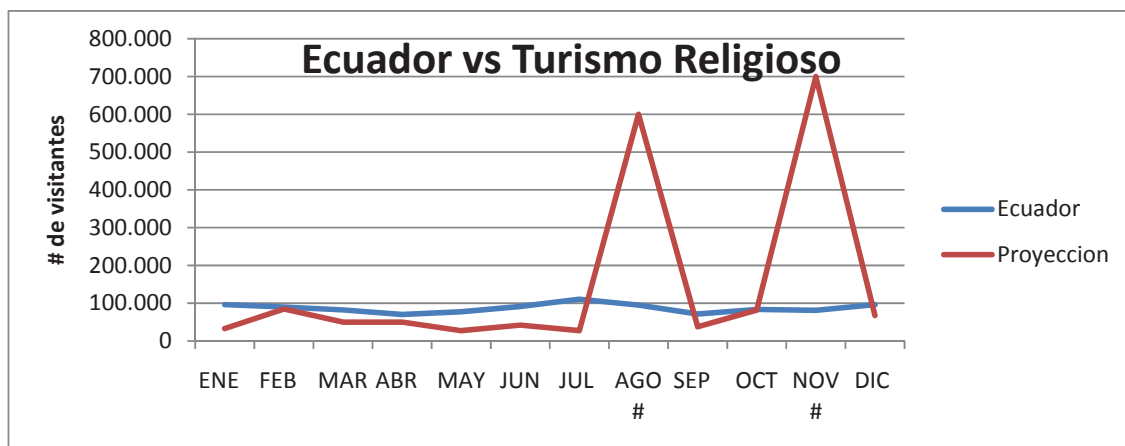
Fuente: Elaboracion Propia

<sup>^</sup>Dirección Nacional de Migración (2008 - 2010)

Tal como se puede apreciar en el cuadro superior. La estacionalidad del turismo religioso interno, comprada con el turismo receptivo que tiene el Ecuador, usando como base sus peregrinaciones más grandes, así como un pequeño resumen de sus santuarios que se pueden base a de una proyección de la cantidad de gente que se dirige a las procesiones y peregrinaciones, basado en el hecho de que cada pueblo o ciudad se dirige a su propia peregrinación a proseguir observamos que el turismo religioso interno, atrae a

la misma cantidad de gente que el Ecuador como un todo, promocionado hacia el exterior. A este caso hay el Ecuador posee 80 Santuarios reconocidos por la conferencia episcopal ecuatoriana, sin tomar en cuenta a demás santuarios, que están en proceso de acreditación, y ubicados solo en la zona de estudio, la cual ha sido concentrada entre la zona Andes y la zona Costa de Ecuador, particularidad que se deriva en, es sabido que en el Ecuador, debido a su gran fervorosa religiosa, cada semana hay por lo menos una fiesta religiosa católica que atrae a la población, además de las poblaciones aledañas y es parte fundamental del turismo interno que se realiza en el país.

Tabla 5.21. Estacionalidad del Turismo Religioso



Fuente: Elaboración Propia<sup>6</sup>

<sup>6</sup>Dirección Nacional de Migración (2008 - 2010)

#Datos basados no en una proyección, sino que en estadísticas actuales

Pero debemos notar, de la misma manera como se nos presenta ya en el grafico, que el Turismo Religioso, solo enfocado a la parte interna, es un

<sup>6</sup> Proyección en base a que el 80% de la población ecuatoriana es católica y de ese porcentaje el promedio en América Latina es 10% es practicante y otro 10% se toma en base a la gente que realiza peregrinaciones por costumbre o tradición. Estadísticas basadas en estudios en España y Argentina. Se han tomado estos datos por no existir datos del Ecuador o de países más cercanos a Ecuador.

Los datos para la proyección se han sacado en base a las proyecciones que existen del Instituto Geográfico Militar IGM acerca del crecimiento de la población para el año 2010. En abril se toma un dato diferente, por ser este un dato atípico que llega a ser de 2.240.000 ya que las celebraciones de Semana Santa se realizan en todo el territorio nacional, y por lo tanto se toma el promedio de los meses dentro del rango, es decir el dato ha sido cambiado.

turismo que sobrepasa, ya en teoría, sin datos reales es excepción de las festividades que se realizan en agosto y noviembre, que son las festividades de la Virgen del Cisnes y la Virgen del Quinche respectivamente, la concentración real del turismo esta aquí en el país, y aquí en el país es donde se debe desarrollar.

Aparte de este caso también debemos notar que el Turismo Religioso, también cuenta de una estacionalidad, no basada en los periodos vacacionales de la gente, está basada en algo mas grande, no tan elástico como lo es el turismo donde las crisis económicas, políticas y hasta tecnológicas no llegan a afectar de una manera muy sensible en la disminución de los peregrinos, en más, se puede hasta concluir muchas de las crisis que ha tenido el país han servido para unir a la religiosidad de los Ecuatorianos, provocando así que este turismo, sin ir más lejos, sea el que despunte cuando en las economías nacionales de los países han estado en un decrecimiento. Si una parte del turismo, en este caso el turismo cultural religioso, se puede mantener de manera casi intacta comparada con toda la industria interna del país, también se puede prever que en el caso internacional, las crisis religiosas sean de otra manera, y no se comporten de la manera exacta al resto de la industria.

### 5.2.1 Paquetes y Estrategia

Para poder ofrecer un producto turístico, como el que se presenta en este trabajo de investigación se debe crear una combinación de servicios, para que los mismos vendidos de forma conjunta, a un precio global lleven a la creación de un producto nuevo, con una presentación diferente al mercado. Pero para que el producto pueda llegar a ese punto debe tener componentes que lo caractericen y lo diferencien (García Panco, 2006).

- **Actividad principal:** el recurso o actividad que supone la motivación principal por la que esperamos que el turista se desplace al destino
- **Servicio de alojamiento:** si la duración del paquete lo requiere
- **Servicio de restauración:** Comidas

- **Actividades complementarias** guías, entradas a lugares de vistas, material para realizar la actividad principal, otras actividades complementarias, etc.
- **Transporte** Desde el lugar de origen, o bien desde un punto de encuentro hasta el lugar donde se realiza la actividad, etc.

### 5.2.2 Clasificación por tipos de Producto/Paquete

Por supuesto, antes de llegar a la creación del producto, se procederá a explicar su clasificación por el tipo del producto / paquete

Esta clasificación, no se la conoce como una clasificación estricta o excluyente pero sirve como indicador a la hora de la fabricación del producto y el diseño de sus componentes.

Las clasificaciones que pueden existir son:

- Según su estructura
- Según sus componentes
- Según el público

Dentro del tipo de productos que se puede generar en un área, que son muy diferentes, existe el objetivo de hacerlos más atractivos y accesibles para los consumidores que se puede resumir en dos estrategias base: **Vía precio:** de forma que al agrupar servicios el resultado sea atractivo económicamente para el consumidor.

- **Vía valor agregado:** que el atractivo, singularidad, notoriedad y valor intrínseco, así como la participación en la actividad versus la pasividad o contemplación, cuanto más experto consumidor turístico es el cliente al que nos dirigimos, más importancia dará al Valor Agregado.

Para nuestro estudio dentro de la clasificación de los productos aquel que más se identifica con el trabajo es la clasificación según sus componentes. Siendo el turismo religioso ya de por sí mismo un turismo especializado su clasificación está dentro de los que se componen por temas

Siempre se debe asegurar que las actividades sean compatibles con el tipo de público, que estén distribuidas de acuerdo a requerimientos de tiempo, de participación, de organización, de esfuerzo físico, de condiciones atmosféricas, etc. (García Panco, 2006) Asimismo es necesario tener cuidado de no cargar el paquete con demasiadas actividades, que hagan que le turista pase la estancia corriendo de un sitio a otro sin tiempo para disfrutar, o que no se pueda cumplir la agenda. (Turísticos, 2004)

Los productos combinados permiten transmitir una sensación de seguridad y de variedad al visitante, sobre todo si se trata de una zona poco conocida. De esta forma el visitante de proximidad puede tener la seguridad de que no se va pasar el día buscando los lugares y que va a disfrutar de diferentes actividades que van a hacer que el día resulte entretenido. (García Panco, 2006)

**Temáticos:** quiere decir basados en un tema. Es una forma más sofisticada de producción turística, porque se trata de, a partir de un hilo conductor, relacionar todas las actividades del paquete, o al menos la mayoría, con dicho hilo conductor, de una forma creativa, amena y que ayude al visitante a aprender algo.

Para construir un producto temático que funcione es necesario tener en cuenta una serie de reglas básicas:

- *El tema debe ser atractivo, sencillo, de interés para el público general.* No se trata de banalizar la historia, el arte, la geología, pero sí de presentarlo de una forma que motive un desplazamiento por motivos de ocio. Un buen inventario puede servir de partida para seleccionar los temas, a partir del estudio de las fichas de recursos que se relacionan con otras, es más factible encontrar hilos conductores interesantes.

- *La tematización debe ser clara y fácilmente perceptible* (Actividades relacionadas con el tema) Por ejemplo, tomemos una “Ruta de Rumiñahui”. Puede ser un nombre atractivo para un *producto combinado*, que incluya travesía a caballo, caminata, almuerzos y pernoctación en una cabaña. Si queremos traducir esto en un *producto temático*, debemos trabajar en la teatralización, la atmósfera, incluso los accesorios, las comidas, el lugar de pernoctación, etc. Reconstruir la atmósfera. O bien incluir en un mismo paquete diferentes lugares y actividades todos relacionados con la historia del general de Atahualpa, e hilados entre sí con la historia /historias del mismo.

Asimismo, podemos armar tres tipos diferentes de tematización:

*Tema circular*, Diferentes fases del mismo tema en diferentes periodos del año.

*Tema general* Un tema en concreto y la misma ruta a lo largo de todo el año. Las variaciones no tienen que ver con la época del año.

*Tema Puntual* Aprovechando acontecimientos, circunstancias o momentos puntuales, se pueden estructurar productos temáticos, por ejemplo en época de cosecha de maíz, o tematizar un determinado aspecto dentro de un producto temático.

## **CAPITULO VI**

### **APLICACIÓN DEL TURISMO RELIGIOSO PARA EL DESARROLLO DEL ECUADOR**

En este capítulo, se maneja y relaciona todas aquellas buenas prácticas de sostenibilidad para el turismo religioso, así también se mostrara la estructuración de los diferentes manuales para el manejo de esta subdivisión del turismo cultural. Se adjunta también los criterios, usados, en base a los diferentes métodos de inventarización que existen en el país, cambiados y adaptados para las diferentes necesidades que se presentan en el modelo del turismo cultural religioso.

Este turismo, no presenta las mismas necesidades que el turismo cultural pero, si posee leyes, o reglamentos excluyentes en ciertas cosas. El sistema de sostenibilidad para Iglesias, donde el Patrimonio Cultural de la Iglesia se llama a “todos aquellos bienes que Iglesia creó, recibió, conservó y sigue utilizando para el culto, la evangelización y la difusión de la cultura. Son testimonio y prueba de la fe de un pueblo. Son también creaciones artísticas, huellas históricas, manifestaciones de cultura y civilización” (Cultural D. d., 1997), que en esencia, es la misma función de un museo, y que por lo tanto la sostenibilidad del Patrimonio Cultural de la Iglesia dentro de cada país, se relaciona directamente con la museología.



## 6.1 Ficha de atractivos/recursos

<b>IMAGEN</b>		<b>1. NOMBRE</b>	
		<b>2. TIPO</b> <b>SUBTIPO</b> <b>CATEGORIA</b>	
<b>3. DESCRIPCION</b>			
<b>4. USO (SIMBOLISMO)</b>			
<b>5. ESTADO CONSERVACION</b>		<b>6. CENTRO URBANO MAS CERCANO</b>	
<b>7. ESTILO</b>		<b>8. DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>9. UBICACIÓN</b> PROVINCIA: CANTON: PARROQUIA:		<b>10. TEMPORALIDAD DE ACCESO</b> DIAS AL AÑO: DIAS AL MES: HORAS AL DIA:	<b>11. HORARIOS:</b>
LOCALIZACION: Lat. Long.		<b>13. TRANSPORTE:</b> FRECUENCIA	<b>12. PRECIO:</b>
<b>15. INFRAESTRUCTURA BASICA</b> AGUA ENERGIA ELECTRICA ALCANTARILLADO		<b>14. INFRAESTRUCTURA VIAL</b> TIPO SUBTIPO ESTADO VIAS	
		<b>16. TIPO ACTIVIDAD (CODIGO)</b>	
<b>17. PERSONA DE CONTACTO:</b> generalmente el sacerdote o encargado del templo			<b>TELEFONO</b>
<b>18. OBSERVACIONES:</b>			
<b>19. Ficha realizada por</b>			<b>20. Fecha</b>

Fuente: Elaboración Propia

- **Nombre:**

Nombre del atractivo. Si tiene más de uno, o en diferentes lenguas, o si se conoce de formas diferentes, registrar todos.

- **Tipo, Subtipo, Categoría:**

De acuerdo a lo recogido al comienzo de esta guía., se trabaja sobre 4 categorías: Museos y Manifestaciones Culturales, Folklore, Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas contemporáneas, acontecimientos programados.

Tabla 6.2. Subdivisiones de la Categoría Manifestaciones Culturales

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
MANIFESTACIONES CULTURALES	2.1 HISTORICAS	a) Arquitectura Civil Religiosa Militar b) Zonas Históricas Ciudades Sectores Conjuntos parciales c) Minas Antiguas d) Sitios Arqueológicos Zonas arqueológicas Conjuntos Aislados e) Museos Religiosos Coloniales Arqueológicos Históricos Técnicos Artísticos Generales Etnográficos f) Colecciones Particulares
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
MANIFESTACIONES CULTURALES	2.1 ETNOGRAFIA	a) Grupos étnicos b) Arquitectura vernácula c) Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares d) Música y danza

		e) Artesanías -Instrumentos musicales -Tejidos, indumentaria -Máscara -Alfarería -Metales -Cueros Pielés -Madera -Piedras -Tejidos en paja -Objetos rituales -Pintura -Imaginería -Armas f) Ferias y mercados g) Comidas y bebidas típicas h) Chamanismo
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
	2.2 REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICAS	a) Explotaciones mineras b) Explotaciones agropecuarias c) Explotaciones industriales d) Obras técnicas e) Centros científicos y técnicos Zoológicos y acuarios Jardines botánicos Bibliotecas z) Viveros -Orquidearios -Explotación Piscícola a) Museos b) Obras de arte c) Pintura d) Escultura e) Galería z) .....
	2.3 REALIZACIONES ARTÍSTICAS CONTEMPORANEAS	
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
MANIFESTACIONES CULTURALES	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	a) Artísticos Música Danza Teatro Festivales cine Exposiciones

	<ul style="list-style-type: none"> <li>b) Fiestas</li> <li>Religiosas</li> <li>Concursos</li> <li>Corridas Toros</li> <li>Carnavales</li> <li>c) Vida Nocturna</li> <li>d) Gastronomía</li> <li>e) Rodeos</li> <li>f) Ferias y Congresos</li>   <li>g) Eventos</li> <li>deportivos</li> <li>h) Peleas gallos</li> <li>i) Gastronomía</li> <li>j) Vida nocturna</li> </ul>
--	---

Fuente: Guía para la Elaboración de productos turísticos,

- **Descripción:**

Descripción resumida, del atractivo, como por ejemplo sus parques, su construcción sus plantas, naves y cúpulas, es decir, aquella arquitectura y estructura de la manifestación o del atractivo para poder plantear opciones de uso y de visita.

- **Uso (simbolismo)**

Historia básica del lugar y su uso principal. Detallar si existen peregrinaciones y la fecha de las mismas. Su simbolismo es la cultura permanente que posee el lugar, todas las manifestaciones que usan como centro, ya sea de inicio o de final, al lugar.

- **Estado de Conservación:**

Si se han realizado remodelaciones o rescate del lugar, si se la está realizando o en que fechas se la realizo. Este apartado nos permite saber si es que se está realizando esfuerzos de conservación del lugar para así mediante un programa de buenas prácticas ser capaces de mantener su estado de conservación.

- **Centro Urbano más cercano:**

Acceso desde la ciudad principal más grande que se ubica cerca del lugar, así también el poblado más cercano donde se pueden hallar servicios básicos.

Este apartado nos ayudara al momento de hacer las rutas, así también, nos muestra cual es la afluencia mínima que puede llegar a tener basado en estos datos.

- **Estilo**

Todas las manifestaciones culturales-religiosas cuentan de un estilo diferente que las caracteriza, este estilo es muy importante porque nos permite evaluar la época, el tiempo de construcción y los materiales usados. En base a esto nuestra calificación será más real, debido a que la originalidad e identidad de cada atractivo.

- **Difusión atractivo**

Si el atractivo es conocido nacionalmente, provincial, parroquial o solo de sus alrededores. Este aspecto, se basa en la información que se tiene de cada atractivo, como se lo promociona, y si es que existen datos de atractivos cuyas características sean similares en otras ciudades y/o países.

- **Ubicación**

Detalle de la ubicación que permita su localización: cantón, Parroquia y sector, al menos. Si se posee geoubicación o geolocación también incluir. En ciertos atractivos, su geolocación no será exacta ya que en el Ecuador no existe un programa donde se detalle este punto.

- **Temporalidad de acceso:**

En caso de que su acceso sea limitado, ya sea por carreteras, fenómenos naturales, o cualquier otro fenómeno que afecte o altere la temporalidad de acceso, identificar cual es este fenómeno, y a su vez incluir las fechas en que se ha presentado el mismo.

- **Horarios**

Dentro de las manifestaciones cultural-religiosas siempre se debe tomar en cuenta sus horarios, esto se debe a que no todas están las 24 horas del día abiertas, y muchas de ellas mantienen estrictos horarios de visita. Cuando el horario en netamente el horario común, es decir de 8 am a 4 pm por favor señale que N/A (No aplica)

- **Precio**

Ciertos lugares, que poseen una alta concentración de visitantes han tomado la precaución de establecer tarifas para la visitación de sus atractivos. Siempre se debe tener en cuenta que este costo incurre en costos hacia el paquete, el consumidor o la agencia. Detallar los precios de la visita. Si el atractivo aun no es pagado, por favor deje este espacio en blanco.

- **Transporte**

¿Cuál es la conectividad del atractivo? Esta es la pregunta que se contesta en este apartado. Se analizan las rutas de transporte más usados, su frecuencia y qué tipo de transporte es.

- **Infraestructura vial**

Primer, segundo o tercer orden, asfaltada, pavimentada, lastrada, y que tipo de vehículos pueden ingresar al área

- **Infraestructura básica**

Qué tipo de infraestructura básica posee el lugar, es decir, que servicios básicos tiene y si estos están conectados a la red nacional, pública o privada.

- **Tipo de actividad**

Tabla 6.3. Clasificación de Actividades por tipo

TIPO	ACTIVIDAD	DETALLE	
C AS CONTEMPLATIVAS	<b>Visitar V</b>	Entrar en recintos o espacios: museos, iglesias, centros culturales, edificios históricos, etc.	(D/N) Estas actividades pueden ser diurnas y/o nocturnas
	<b>Pasear P</b>	Recorrer en auto o a pie disfrutando del paisaje	
V VIVENCIALES	<b>Comer y Beber G</b>	Degustar la gastronomía tradicional	
	<b>Asistir A</b>	A espectáculos, sea al aire libre o en recintos cerrados	
	<b>Comprar C</b>	Visitar establecimientos comerciales, mercados, talleres artesanos	
	<b>Practicar Deportes D</b>		
	<b>Participar P</b>	Aprender una técnica, participar en una fiesta, en una tarea, aprender una lengua, una receta de cocina	

Fuente: Metodología para inventario de atractivos

- **Persona de contacto**

Generalmente aquel que está encargado del lugar. En caso de este tipo de atractivos, se debe adjuntar el número de teléfono del despacho parroquial, ya que cada iglesia o santuario tiene una oficina de contacto.

- **Observaciones**

Cualquier dato de interés que no se encuentre incluido en las entradas anteriores. Se puede incluir acotaciones a la descripción, uso, simbolismo.

También se puede poner otras manifestaciones culturales que cuenten como base de las mismas al atractivo

- **Ficha realizada por** Identificación del autor / autores
- **Fecha:** Fecha del levantamiento

## **6.2 Instructivo para utilizar la ficha de evaluación de atractivos**

Esta labor tiene lugar luego de realizadas las actividades de campo y será de exclusiva responsabilidad del Supervisor del Trabajo, quien deberá consignar su nombre en la ficha.

En esta ficha de evaluación, a más del nombre de la provincia y del atractivo, se calificará las variables, registrando en cada casilla el valor en números enteros asignados a cada factor de esa variable, sin sobrepasar los puntos máximos señalados.

En el casillero JERARQUIA, se debe anotar, en números romanos la jerarquía del **II** a **IV**, que corresponda según el rango dentro del cual se ubica la cifra de puntos totales escrita en la casilla anterior.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

### **JERARQUIA IV:**

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

### **JERARQUIA III:**

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno,



y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

### **JERARQUIA II:**

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

#### **6.2.1 Evaluación de los atractivos**

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden entre los elementos de ese conjunto, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información. El proceso de evaluación de los siguientes parámetros conduce a la asignación de una jerarquía.

Los rangos son:

<b>26 a 50</b>	<b>puntos:</b>	<b>Jerarquía II</b>
<b>51 a 75</b>	<b>puntos:</b>	<b>Jerarquía III</b>
<b>76 a 100</b>	<b>puntos:</b>	<b>Jerarquía IV</b>

No se toman en cuenta los atractivos de Jerarquía I o los que están de 1 a 25 puntos, debido a que dentro de la importancia de las manifestaciones no existe lugar que no tenga merito o rasgo llamativa. Esto se debe a que las manifestaciones culturales-religiosas son únicas en cada lugar, no se repiten y siempre forman parte del patrimonio.

Puede, eso sí, que una manifestación de este tipo no se halle dentro del patrimonio estudiado del país, pero por este mismo hecho simplemente se ha considerado no delegar los puestos de baja importancia al estudiar y usar la

jerarquización, como aquellos lugares que siempre son algo nuevo para el patrimonio del país.

Si es q existiese un atractivo cuya calificación sea en este rango, se lo tomara en cuenta como actividad suplementaria. Se incluirá su descripción dentro del atractivo más cercano con la calificación de Jerarquía II o más de 25 puntos.

Tabla 6.4. Evaluación y Jerarquización de Atractivos

<b>1.- NOMBRE</b>		<b>2.- JERARQUIA</b>	
<b>3.- UNICIDAD</b>	<b>25% Valor</b>	<b>4.- Calidad</b>	<b>50% Valor</b>
Local	2	Valor Intrínseco	15
Provincial	4	Valor Extrínseco	15
Nacional	7	Entorno	10
Internacional	12	Estado de Conservación	10
<b>4.- APOYO</b>	<b>10% Valor</b>	<b>5.- Carácter Religioso</b>	<b>15% Valor</b>
Acceso	3	Carácter muy Alto	5
Servicios	3	Carácter Alto	5
Vialidad	2	Carácter Medio	5
Frecuencia	2		
<b>Total</b>	<b>% Valor</b>		

Fuente: Elaboración Propia

## 6.2.2 Definición de variables y factores

- **Calidad:**

Es la medida del interés de un atractivo, inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motivan la visita de corrientes turísticas.

- a) *Valor intrínseco*: Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza; es decir escénico, científico, artístico, cultural, etc.
- b) *Valor extrínseco*: Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por hecho o factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes históricos).
- c) *Estado de conservación*: Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo. Para el caso de acontecimientos programados se considera la organización, contenido, programación y cumplimiento del evento.
- d) *Entorno*: Se refiere al ambiente físico-biológico y socio-cultural que rodea un atractivo. Dado que es susceptible de mejoramiento se han asignado 10 puntos como valor máximo.

- **Apoyo:**

Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo, para contribuir a su difusión y apuesta efectiva en el mercado.

- a) *Acceso*: Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al atractivo turístico.
- b) *Servicios*: Este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en un automóvil. Se evalúa también en este factor la

acción de los comercializadores del turismo en pro de la promoción de los atractivos. Dentro de este punto se evalúa si el atractivo posee los servicios básicos ya sea agua, energía eléctrica y alcantarillado.

- c) *Vialidad*: Siendo que esta categoría deberá estar dentro de los servicios, se lo toma aparte por el hecho de que la vialidad, es decir, su infraestructura vial es siempre cambiante. El estado de las vías influye mucho en la comercialización de este tipo de atractivos.
- d) *Frecuencia*: Se busca que dentro de la frecuencia se logre calificar a las empresas de transporte masivo dedicadas a brindar el servicio. Se analiza en base al tipo de vehículo, la frecuencia del mismo transporte y el tiempo aproximado de viaje.

- **Unicidad:**

Es la variable que denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado.

- a) *Local*: Este factor está referido al grado de conocimiento del atractivo dentro del área municipal.
- b) *Provincial*: El conocimiento o difusión abarca una o más provincias.
- c) *Nacional*: El área de difusión abarca la totalidad del país.
- d) *Internacional*: El atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países. Son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo.

- **Carácter Religioso**

Este valor se lo utiliza en cuanto su carácter religioso depende o es dependiente de ser un recurso característico de la cultura religiosa del Ecuador

*Carácter Religioso Muy Alto*

*Carácter Religioso Alto*

*Carácter Religioso Medio*

Se usan solamente tres criterios ya que dentro de la cultura religiosa el carácter bajo no se lo puede definir, ya que este está definido por las devociones, las cuales no se puede llegar a medir el nivel de fervorosa religiosa. Por cuanto esta herramienta es mas para uso en base al uso o simbolismo del atractivo.

### **6.3 Manual de Sostenibilidad para el Turismo Religioso**

El turismo religioso es una actividad que se la realiza en los diferentes lugares que poseen, arte, arquitectura, cultura cuyo centro o base de desarrollo es la religión. Para el caso del Ecuador, se cuenta con 2 tipos principales de religiones. La primera es la religión de la tierra, de la Pacha Mama, que tienen los indígenas, y es el legado de nuestros antepasados. La segunda, es la que adquirimos por la conquista española, la religión católica, la misma que, como en todo proceso de sincronización con otra cultura, adapto ciertas costumbres de la Pacha Mama, para poder así crecer, y ser aceptada por los habitantes del país.

Esta sincronización que se da entre las 2 culturas basadas en las diferentes religiones existentes, dan por resultado una religión dominante, si, pero la misma posee rasgos y características que se vuelven únicos, fruto de la idiosincrasia de cada pueblo.

Este manual, se enfoca en cómo establecer un sistema de protección de esta cultura religiosa en sus diferentes ámbitos de desarrollo, y al mismo tiempo propone pautas, a seguir para un turismo religioso sostenible.

La propuesta de un turismo religioso sostenible radica principalmente, en crear las condiciones para su propia sostenibilidad institucional –en recursos humanos, infraestructura y logística que le permita realizar una moderna gestión, adecuada a los requerimientos, necesidades y oportunidades del medio.

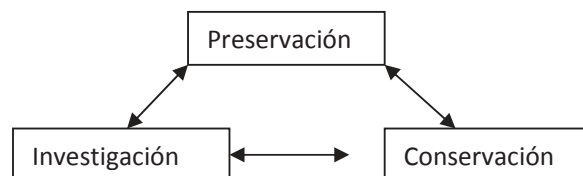
Y paralelamente en posibilitar la generación de recursos a los miembros de la comunidad y el desarrollo local, por medio de la implementación conjunta de

proyectos y actividades de preservación activa de los recursos patrimoniales ejerciendo un usufructo responsable del patrimonio cultural y natural.

Se debe tomar en cuenta que la conservación sostenible de una iglesia se parece mucho en modelo, al de un museo, debido a las características que los 2 poseen, claro q existen sus diferencias, pero que dentro de este manual, el mismo puede llegar a parecerse al de un museo, y el modelo aquí explicado se puede aplicar en otros aspectos.

Este sistema, se basa en el sistema conocido como PRC<sup>7</sup> por sus siglas en ingles que involucra a los tres aspectos más importantes dentro de del manejo de este ambiente. (Van Merish, 1992)

Grafico 6.1. Sistema PRC para manejo del Turismo Religioso



Fuente: Georgina Decarli, "Un Museo Sostenible", EBook, UNESCO, 2004

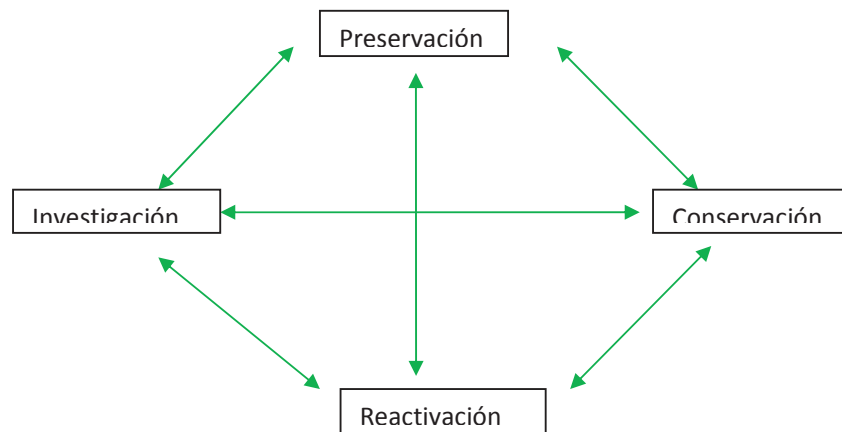
Pero este ambiente puede volverse un sistema muy cerrado que no admite cambios, así como también puede convertirse en un sistema autónomo y hasta un poco retrograda. Esto se debe a que los lugares que mantienen un sistema de este tipo son lugares que no admiten la entrada a agentes extraños, y normalmente la posibilidad de que el desarrollo de aquel ambiente se vea invadido por estos agentes extraños no es una opción. Por lo tanto para que este sistema no se vuelva dañino para sí mismo debe contar con otra opción, donde "la integración física en su ambiente y la democratización total de las funciones, que este concepto propone, requiere de nuevos acercamientos

<sup>7</sup> Preservation, Research and Conservation

donde se deben encontrar las maneras de estimular y guiar estos desarrollos.”  
(Van Mensh, 1983)

Esta nueva propuesta busca, que un sistema abierto, debe permitir su retroalimentación con el patrimonio integral y el establecimiento de una nueva relación con la comunidad. A esta nueva función la denominamos la función de Reactivación.

Grafico 6.2. Sistema PRC con enfoque al Desarrollo



Fuente: Georgina Decarli, “Un Museo Sostenible”, EBook, UNESCO, 2004

Todas estas funciones poseen un esquema y una definición fundamental, así como también, cada función cuenta con sus respectivas subdivisiones para su estudio y desarrollo completo.

**Preservación:** tal como su nombre lo indica, dentro de la preservación se busca lo mejor para cada colección de arte o para la parte arquitectónica.

- *Conservación:* se ocupa de mantener las colecciones en su estado primario, sin que el tiempo muestre sus efectos, para garantizar la originalidad de los objetos, además de que su función sea la que debe ser.
- *Restauración:* busca devolver la integridad primaria al objeto para que este sea capaz de seguir cumpliendo su función

- *Registro y Documentación:* donde cada objeto es registrado en su estado primario, en caso de necesidad de recurrir a una restauración, así también su registro, para el inventario patrimonial de la nación, su pronta ubicación y clasificación dentro de la categoría que le corresponde. Esto facilitara en un futuro los cruces de información, así como la organización de colecciones completas.

**Investigación:** es la función que guía el discurso de las exhibiciones, la documentación y el material gráfico y audio-visual asociado. Se basa en el conocimiento y manejo experto de la temática de las colecciones. Comprende, entre otras, las funciones de: sugerir la actualización de colecciones y adquisiciones para completarlas; investigación y la elaboración de guiones científicos. (Decarli, 2004)

**Comunicación:** Función que ya habla acerca de la convivencia con el público. Se determinan en esta funciones, las opciones y reglas a seguir para que el proceso sea lo más suave y continuo posible.

- *Educación:* función generada en cada una de sus actividades. Se ocupa de la aplicación de teorías del aprendizaje y el conocimiento a las propuestas comunicacionales para sus públicos.
- *Diseño de exhibiciones:* es la función que tradicionalmente caracteriza al sistema, como su medio predilecto, para comunicar al público la información sobre su temática y colecciones. Para este diseño se debe tomar en cuenta los lenguajes, recorridos, colecciones así como la selección de materiales visuales y auditivos, que puedan dar más fuerza a la misma. (Decarli, 2004, pág. 82)
- *Relaciones Públicas:* donde se busca la relevancia de la institución a nivel local y nacional. Con públicos externos o internos.



**Reactivación:** El área o función de reactivación, busca ya la creación de un sistema sostenible. Dentro de este sistema se busca a la población como una aliada en las funciones que se realizan en el sistema, y se les enseña a colaborar con el desarrollo de su propia área mediante el apoyo a este nuevo sistema. (Decarli, 2004, pág. 83)

- *Diagnóstico de recursos patrimoniales:* esta función está dirigida a investigar otros lugares en la región que puedan servir como áreas complementarias, a las colecciones que se usan ya en el sistema, y también a la implementación del sistema para la conservación de las nuevas áreas que se agreguen.
- *Censo y registro de recursos humanos de la comunidad:* se busca dentro del recurso humano, gente que aporte cabalmente con conocimiento, o cultura a las funciones del sistema, y se mantiene un censo de los mismos, para que, en caso de necesidad se sepa a qué persona exactamente recurrir. También se mantendrá una biblioteca de audio/video testimonial para emergencias.
- *Organización de proyectos productivos:* aquí se busca la participación de la comunidad en la creación de proyectos para el sistema que proyecten y ayuden a su desarrollo.
- *Capacitación a la comunidad:* función que busca desarrollar en la comunidad capacidades, conocimientos y técnicas de conservación, restauración y comunicación, así como el desarrollo de habilidades y destrezas que puedan ser de utilidad para elevar el nivel y calidad de vida de la comunidad.

Para llegar a esta propuesta se requiere de adaptaciones en la forma de trabajo, demandando principalmente mayor autonomía,, capacidad de trabajo en equipo y un alto nivel de compromiso y responsabilidad. (Decarli, 2004)

La gestión del sistema debe preocuparse prioritariamente en fortalecer los vínculos entre los involucrados en las relaciones de dependencia. Dentro de esta propuesta las líneas de acción para que el sistema sea sostenible son las siguientes:

En el Exterior: respondiendo a las demandas y ofertas del medio

- Estar informado de los “nuevos escenarios” que se dan en la región, si es que se debe complementar una visita, ya sea con otro sitio cultural o un sitio natural.
- Hacer uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)
- Desarrollar la imagen del museo, así como la creación de un manual de marca para la misma.
- Conocer las demandas del turismo cultural y ambiental. Estar al tanto de las corrientes de cambio, y moverse a través de ellas.

En el Entorno: trabajando con la comunidad como socia/aliada

- Detectar y compartir información sobre el patrimonio. En caso del Ecuador, se trabajará de la mano con el INPC.
- Crear servicios y productos culturales con la comunidad, para que el sistema sea completo y así también aporte al desarrollo. Si aceptamos que las comunidades, como creadoras y/o herederas de su patrimonio, (...), y que poseen la experiencia y capacidad para hacerlo, entonces, sectores o miembros de la comunidad no sólo son aliados estratégicos, sino también socios potenciales en el desarrollo de actividades y proyectos conjuntos (Decarli, 2004).
- Desarrollar proyectos productivos con viabilidad económica

En el Interior: reorientando nuestro trabajo hacia los detalles artísticos, culturales y arquitectónicos.

- Organizar un equipo de trabajo y la comunicación interna
- Diversificar las fuentes de financiamiento y competir por la atracción del público.

### **6.3.1 Medidas de Seguridad y Comportamiento**

Las medidas de seguridad son aquellas medidas que se deben tomar para establecer, fortificar y resguardar el buen estado de los productos, para que se los pueda mantener en un estado de conservación primario, y evitar a toda

costa las restauraciones profundas. Se debe siempre mantener el producto en óptimas condiciones de conservación. Así su preservación, conservación y comunicación será siempre veraz, no basada en especulaciones y a su vez dará resultados de calidad.

- Las visitas de grupos (10 a 30 personas como máximo), se realizarán, preferentemente, de martes a sábado. Con el fin de facilitar la visita y evitar las molestias que se puedan originar por la concurrencia con otros grupos numerosos, se recomienda la cita previa telefónica. En caso de no existir manera de contacto telefónico se recomienda, también acercarse al encargado de dicho lugar y adelantar o mejorar el contacto.
- Los grupos de niños menores de 12 años deberán ir acompañados de un adulto, por cada 15 menores.
- El acceso se interrumpe 30 minutos antes del cierre (venta de tickets, en caso de existir). El aviso de desalojo de las salas comienza 10 minutos antes del cierre.
- Se debe conservar el ticket, o en su defecto alguna identificación de entrada durante la visita, por si le fuese solicitado en algún momento de la misma.
- Se ruega dejar aquellos objetos, a cargo del guía o en su defectos en el medio de transporte utilizado para el traslado, que por sus características (paraguas, objetos punzantes...) o volumen (bolsos grandes, mochilas, paquetes...) sean susceptibles de causar daño.
- No se permite el acceso o permanencia:
  - descalzo, con vestimenta o calzado húmedo, con el torso desnudo y, en general con ropa en notorio mal estado o falta de aseo personal;
  - con ropas o símbolos que inciten a la violencia, el racismo o la xenofobia; en estado de embriaguez, o con notorios síntomas de alteración del comportamiento, provocación o incitación al desorden, o cualquiera que altere el normal funcionamiento del lugar.

- No está permitida la entrada de animales, salvo perros-guía, ni el acceso portando productos inflamables o tóxicos.
- No está permitido comer y/o consumir bebidas, fuera de las zonas o áreas habilitadas.
- No está permitido el paso por el interior de las zonas ajardinadas.
- Se ruega que los teléfonos móviles se silencien durante la visita, así como cualquier otro mecanismo o dispositivo con sonido abierto.
- Se autoriza, únicamente para fines no comerciales, la realización de fotografías y filmaciones en las que no se utilicen flash ni trípode.
- Con el fin de facilitar la visita y garantizar la conservación y seguridad de los fondos, se ruega atender en todo momento a las indicaciones de los recepcionistas, vigilantes de sala o guías.
- No podrán acceder a las instalaciones, o en su caso permanecer en las mismas, aquellas personas que hayan demostrado o manifestado su negativa a cumplir cualesquiera de las normas de acceso o comportamiento.

## CAPITULO VII

### DETALLE FINANCIERO

Para poder organizar la parte financiera, se deben tomar en cuentas los diferentes aspectos que según sus cambios afectan directamente a los costos del paquete.

Se conoce que el turismo es diferente a la hotelería, debido a que el turismo se enfoca en la utilización de la infraestructura ya existente, y de los servicios que se prestan, en sí, el turismo es aquel que junta y maneja a los diferentes aspectos que la industria turística tiene, por esta razón, la mejor manera de enfocar y desarrollar la industria es mediante el turismo. “El concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo forman” (Sancho, y otros, 2008, pág. 46). Pero ya usando la definición de la OMT destacamos: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Sancho, y otros, 2008, pág. 47). Ya con esta definición, y entendiendo claramente que es el turismo se puede proseguir al análisis financiero.

## 7.1 Análisis de Costos Fijos

### Cuenta 7.1. Detalle para análisis Financiero

Cuenta	Cargo	Max 10 pax		Max 25 pax		Max 40 pax	
Grupo	Transporte		100		100		150
Grupo	Hospedaje	27	270	24	600	20	800
	Alimentación	20	200	20	500	20	800
Guía + Chofer	Hospedaje	10	20	10	20	10	30
	Alimentación	20	40	20	40	20	60
<b>TOTAL</b>			<b>630</b>		<b>1260</b>		<b>1840</b>
<i>Imprevistos</i>		5%	31,5		63		92
<b>Total Neto</b>			<b>661,5</b>		<b>1323</b>		<b>1932</b>
<i>Impuesto IVA</i>		12%	67,38		146,76		213,84
<i>Servicio</i>		10%	56,15		122,3		178,2
<b>Total Después Impuestos</b>			<b>785,03</b>		<b>1592,06</b>		<b>2324,04</b>

Fuente: Elaboración Propia

Dentro del análisis financiero se tomara en cuenta lo siguiente:

### Cuenta 7.2 Transporte del Grupo

Cuenta	Cargo	Max 10 pax	Max 25 pax	Max 40 pax
Grupo	Transporte	100	100	150

Fuente: Elaboración Propia

Todos los cargos por transportes, sea en autobús, auto, taxi, o avión, es decir, aquella actividad que requiera la utilización de cualquier medio de transporte, deberá ser tomada como una carga por día.

## Cuenta 7.3. Hospedaje y Alimentación Grupo

Cuenta	Cargo	Max 10		Max 25		Max 40	
		pax		pax		pax	
Grupo	Hospedaje	27	270	24	600	20	800
	Alimentación	20	200	20	500	20	800

Fuente: Elaboración Propia

Aquellas actividades relacionadas con la hospitalidad, u hotelería, los cargos se realizaran, por noche de estadía o pernoctación, tomando en cuenta siempre que dentro de este gasto, se debe sumar al precio, los gastos de estadía del chofer, y del guía encargado del grupo.

Para los gastos de alimentación, primero se debe decidir, el modelo a seguir. El primer modelo es el de plato individual donde, se separan las comidas, para obtener un precio individual de cada una y también se da un poco mas de libertad a los turistas en cuanto a sus opciones de degustar la gastronomía del país, a diferencia, está el sistema ahora más conocido como “Plan Completo” o de 3 comidas, donde se busca ya tener un detalle de los platos a consumir por el turista. Este modelo, puede ser de beneficio para la empresa, pero también puede acarrear muchas complicaciones en cuanto a las preferencias culinarias de un grupo.

## Cuenta 7.4. Chofer/Guía

Cuenta	Cargo	Max 10		Max 25		Max 40	
		pax		pax		pax	
Guía +	Hospedaje	20		20		20	
Chofer	Alimentación	40		40		40	

Fuente: Elaboración Propia

Siempre, se debe tomar en cuenta que el guía y el chofer también van a utilizar los servicios que se dan a los huéspedes. Por lo tanto siempre se debe aumentar, los gastos preestablecidos para el guía y el chofer en cuanto a la alimentación y hospedaje. Ciertos lugares, sobre todo en hospedaje ofrecen precios más accesibles a los guías y choferes.

## Cuenta 7.5. Imprevistos

<b>TOTAL</b>		<b>630</b>		<b>1260</b>		<b>1810</b>
<i>Imprevistos</i>	5%	31,5		63		90,5

Fuente: Elaboración Propia

Ya una vez establecido esto, se debe siempre tomar un valor de aproximadamente el 5% para imprevistos, siendo estos, gasolina, imprevistos de alojamiento, posibles medicinas, y demás inconvenientes que puedan aparecer en el tour.

## Cuenta 7.6. Impuestos

<b>Total Neto</b>		<b>661,5</b>		<b>1323</b>		<b>1900,5</b>
<i>Impuesto</i>						
<i>IVA</i>	12%	67,38		146,76		210,06
<i>Servicio</i>	10%	56,15		122,3		175,05

Fuente: Elaboración Propia.

Luego de ya tener los precios se procede con el cálculo de los impuestos, se debe tener muy claro que los servicios de transporte de pasajeros gravan un 0% de IVA (Ecuador Impuestos), mientras que los servicios de hospedaje y alimentación gravan el 12% de IVA, y el 10% de servicios.

Una vez ya establecido el procedimiento, se procede a empaquetar, o a definir cuáles serán los paquetes de venta de viajes. Tomemos muy en cuenta que los pasos anteriores nos detallan como se haría el presupuesto por noche o por estadía. Ahora en base a los tiempos normales, para un tour, se sacan los costos aproximados.

De acuerdo al paquete, se suman o multiplican los valores obtenidos en el primer cuadro de cuentas. Esto es de acuerdo a los parámetros ya establecidos anteriormente en alimentación, hospedaje y transporte. Se dividiría también en resultados dependiendo del número de paquetes que estaríamos promocionando.



Tabla 7.1. Empaquetado y Armado de Paquetes

Cuenta	Max 10 pax			TOTAL	Max 25 pax			TOTAL	Max 40 pax			TOTAL
	T	H	AL		T	H	AL		T	H	AL	
<b>3 Días 2 Noches</b>	300	580	720	<b>1600</b>	300	1240	1620	<b>3160</b>	450	1640	2520	<b>4610</b>
<b>5 Días 4 Noches</b>	500	1160	1200	<b>2860</b>	500	2480	2700	<b>5680</b>	750	3280	4200	<b>8230</b>

Fuente: Elaboración Propia<sup>8</sup>

Cabe resaltar, que los totales aquí expresados, aun no han sido gravados con los porcentajes respectivos de impuestos e imprevistos, como tampoco con los porcentajes de utilidades.

Una vez determinado los precios reales de los paquetes en las diferentes cuentas, ya sea en paquetes de 3 días y 2 noches o en los paquetes de 5 días y 4 noches. Procedemos a establecer los precios, siguiendo los mismos pasos anteriormente mencionados.

Todos estos cuadros son una proyección de los costos fijos, estos costos, son los predominantes dentro de una operadora de viajes. Costos extras están tomados en la cuenta de imprevistos.

En ese proceso no se han tomado en cuenta los seguros a usar por los pasajeros. En el mercado hoy por hoy, existen diferentes aseguradoras que se manejan por el tiempo del viaje, con diferentes montos de cobertura. Estas tarjetas son a elegir por el pasajero y a elegir por la agencia de viajes, y tomando en cuenta estos factores se ha dejado este apartado como opcional. Sin embargo se adjunta 2 ejemplos tomados de diferentes aseguradoras que tienen un alto posicionamiento en el mercado nacional como lo son Assist-Card y BlueCard. Los servicios de asistencias brindan coberturas integrales, no solo

<sup>8</sup> Dentro del cuadro las abreviaturas son las siguientes: "T" equivale a Transporte, "AL" equivale a alimentación y "H" equivale a Hospedaje.

prestaciones médicas, sino también otras prestaciones que se adecuen al paquete adquirido por el usuario, tales como: asistencias legales, financieras, coberturas de equipaje, repatriación, etc. En el caso de Assist Card podemos tomar el siguiente ejemplo de tarifario, en este caso del producto clásico. (Assist Card, 2010)

Tabla 7.2. Tarifario Assist Card Classic<sup>9</sup>

PLAN	Precio Día	Multitrip 30	Multitrip 60	Precio Día Long Stay	Long Stay Anual
<b>Classic</b>	<b>USD 6</b>	<b>USD 149</b>	<b>USD 220</b>	<b>USD 2,40</b>	<b>USD 884</b>
<b>Premium</b>	<b>USD 10</b>	<b>USD 249</b>	<b>USD 374</b>	<b>USD 4,00</b>	<b>USD 1.456</b>
<b>Privileged</b>	<b>USD 18</b>	<b>USD 599</b>	<b>USD 999</b>		
<b>Latina</b>	<b>USD 4</b>	<b>USD 105</b>	<b>USD 154</b>	<b>USD 1,60</b>	<b>USD 582</b>

Fuente: Assist Card. Tarifario y Cobertura

De la misma manera podemos observar que el mismo tipo de tarifario existe para la otra tarjeta BlueCard. (Bluecard, 2010)

Tabla 7.3. Tarifario Blue Card Turista

Tipo	Día	Precio Día
<b>Turista</b>	<b>3</b>	<b>10</b>
	<b>4</b>	<b>13</b>
	<b>5</b>	<b>16</b>
	<b>6</b>	<b>19</b>
	<b>30</b>	<b>96</b>
	<b>60</b>	<b>192</b>

Fuente: BlueCard Tarifario y Cobertura

<sup>9</sup> Los términos en Inglés se encuentran en este idioma, debido a que así se maneja el sistema. No se ha hecho traducción alguna por no interferir con definiciones del proveedor.

Las asistencias de viaje son productos distintos a los seguros de viaje, sin embargo se suele creer que son lo mismo. La diferencia básica radica en la forma de prestación de las coberturas, puesto que una asistencia de viaje (sea nacional o internacional) tiene como meta brindar algún tipo de prestación de manera directa en el mismo momento que sucede un imprevisto; mientras que un seguro de viaje tiene como función reembolsar las sumas gastadas por el asegurado, posteriormente al imprevisto y hasta un límite máximo de cobertura. (Benvenuto Haase, 2008)

Tabla 7.4. Cuadro Financiero de Paquetes (Costos Fijos)

	10 PAX		25 PAX		40 PAX		
	3D -	5D -	3D -	5D -	3D - 2N	5D -	
	2N	4N	2N	4N		4N	
<b>TOTAL</b>	<b>1600</b>	<b>2860</b>	<b>3160</b>	<b>5680</b>	<b>4610</b>	<b>8230</b>	
<i>Imprevistos</i>	5%	80	143	158	284	230,5	411,5
<b>Total Neto</b>		1680	3003	3318	5964	4840,5	8641,5
<i>Impuesto IVA</i>	12%	165,6	300,36	362	655,68	526,86	946,98
<i>Servicio</i>	10%	138	250,3	302	546,4	439,05	789,15
<b>Total Después Impuestos</b>		1983,6	3553,7	3982	7166,1	5806,41	10378
<i>Costo x Pax</i>		198,36	355,37	159	286,64	145,16	259,44

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis ya de cada uno de los paquetes, y sus posibilidades de venta en el mercado se propone las siguientes bases.

Se mencionaran 3 escenarios. Cada escenario consta de:

- Diferentes porcentajes de utilidad.
- Se puede observar que cada escenario, se divide a su vez en tres columnas que contienen un análisis de costos fijos con diferentes valores para la utilidad.
- Nótese que todos los escenarios buscan el Punto de Equilibrio en base a la primera cantidad de personas cuya utilidad es del 0%, por lo tanto, los escenarios se subdividen en:

- Escenario 1: Se busca el punto de equilibrio con 10 turistas o pasajeros.
  - Escenario 2: Se busca el punto de equilibrio con 25 turistas.
  - Escenario 3: Se busca el punto de equilibrio con 40 turistas.
- Se adjunta una fila pequeña en donde se muestra la utilidad real, en base al P.V.P. aproximado del paquete.
  - La primera columna, es la columna en donde se hace el estudio del punto de equilibrio para el paquete, en todas las rutas. O en su defecto, es un paquete armado en base a una utilidad del 0%
  - Las fórmulas usadas no son muy complejas, es mas se usa principalmente sumas, divisiones y uso de porcentajes para obtener los distintos valores mas adelante detallados.
  - El punto de equilibrio, se detalla que la cantidad mínima de ventas para los paquetes es el mismo que esta expresado en la fila.

Tabla 7.5. "Ruta Norte A" ESCENARIO 1

		P.E		UTL 20%		UTL 50%	
		3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		<b>1650</b>	<b>2910</b>	<b>1650</b>	<b>2910</b>	<b>1650</b>	<b>2910</b>
Transporte		350	550	350	550	350	550
Hospedaje		580	1160	580	1160	580	1160
Alimentación		720	1200	720	1200	720	1200
<b>TOTAL</b>		<b>1650</b>	<b>2910</b>	<b>1650</b>	<b>2910</b>	<b>1650</b>	<b>2910</b>
<i>Imprevistos</i>	5%	82,5	145,5	82,5	145,5	82,5	145,5
<b>Total Neto</b>		<b>1732,5</b>	<b>3055,5</b>	<b>1732,5</b>	<b>3055,5</b>	<b>1732,5</b>	<b>3055,5</b>
<i>Impuesto IVA</i>	12%	165,9	300,66	165,9	300,66	165,9	300,66
<i>Servicio</i>	10%	138,25	250,55	138,25	250,55	138,25	250,55
<b>Total Después Impuestos</b>		<b>2036,7</b>	<b>3606,7</b>	<b>2036,65</b>	<b>3606,7</b>	<b>2036,7</b>	<b>3606,7</b>
<b>CON UTILIDADES</b>				<b>2443,98</b>	<b>4328,1</b>	<b>3055</b>	<b>5410,1</b>
<b>COSTO P/PAX</b>				<b>204</b>	<b>361</b>	<b>204</b>	<b>361</b>
<b>PVP</b>		<b>205,00</b>	<b>365,00</b>	<b>245,00</b>	<b>435,00</b>	<b>299,00</b>	<b>535,00</b>
<b>PTO. EQUILIBRIO</b>		<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>UTL Real</b>		<b>0,66</b>	<b>1,20</b>	<b>20,30</b>	<b>20,61</b>	<b>46,81</b>	<b>48,33</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.6. "Ruta Norte A" ESCENARIO 2

	P.E.		UTL 20%		UTL 50%		
	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>3210</b>	<b>5730</b>	<b>3210</b>	<b>5730</b>	<b>3210</b>	<b>5730</b>	
Transporte	350	550	350	550	350	550	
Hospedaje	1240	2480	1240	2480	1240	2480	
Alimentación	1620	2700	1620	2700	1620	2700	
<b>TOTAL</b>	<b>3210</b>	<b>5730</b>	<b>3210</b>	<b>5730</b>	<b>3210</b>	<b>5730</b>	
<i>Imprevistos</i>	5%	160,5	286,5	160,5	286,5	160,5	286,5
<b>Total Neto</b>		3370,5	6016,5	3370,5	6016,5	3370,5	6016,5
<i>Impuesto IVA</i>	12%	362,46	655,98	362,46	655,98	362,46	655,98
<i>Servicio</i>	10%	302,05	546,65	302,05	546,65	302,05	546,65
<b>Total Después Impuestos</b>		4035,01	7219,13	4035,01	7219,13	4035,01	7219,13
<b>CON UTILIDADES</b>			4842,012	8662,956	6052,515	10828,695	
<b>COSTO P/PAX</b>			161	289	161	289	
<i>PVP</i>		165,00	289,00	199,00	350,00	239,00	430,00
<i>PTO. EQUILIBRIO</i>		24	25	20	21	17	17
<i>UTL Real</i>		2,23	0,08	23,30	21,21	48,08	48,91

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.7. "Ruta Norte A" ESCENARIO 3

	P.E.		UTL 20%		UTL 50%		
	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>4740</b>	<b>8420</b>	<b>4740</b>	<b>8420</b>	<b>4740</b>	<b>8420</b>	
Transporte	500	800	500	800	500	800	
Hospedaje	1660	3320	1660	3320	1660	3320	
Alimentación	2580	4300	2580	4300	2580	4300	
<b>TOTAL</b>	<b>4740</b>	<b>8420</b>	<b>4740</b>	<b>8420</b>	<b>4740</b>	<b>8420</b>	
<i>Imprevistos</i>	5%	237	421	237	421	237	421
<b>Total Neto</b>		4977	8841	4977	8841	4977	8841
<i>Impuesto IVA</i>	12%	537,24	964,92	537,24	964,92	537,24	964,92
<i>Servicio</i>	10%	447,7	804,1	447,7	804,1	447,7	804,1
<b>Total Después Impuestos</b>		5961,9	10610	5961,94	10610,02	5961,94	10610,02
<b>CON UTILIDADES</b>			7154,33	12732,024	8942,91	15915,03	
<b>COSTO P/PAX</b>			149	265	149	265	
<i>PVP</i>		150,00	269,00	199,00	319,00	229,00	400,00
<i>PTO. EQUILIBRIO</i>		40	39	30	33	26	27
<i>UTL Real</i>		0,64	1,41	33,51	20,26	53,64	50,80

Fuente: Elaboración propia

Dentro de los escenarios, las rutas más largas, por ser estas las que abarcan provincias de la costa, tienen una tarifa mayor de transporte. Según las imágenes de las rutas se observara, que estas dos rutas, partes del circuito Andes Norte o Circuito Norte, incluyen provincias de la costa, y partiendo del pensamiento lógico que el transporte ya en esta dirección es más caro, se aumenta un valor proporcional a las distancias a recorrer.

Tabla 7.8. "Ruta Norte B" ESCENARIO 1

	P.E.		UTL 20%		UTL 50%		
	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>1675</b>	<b>2935</b>	<b>1675</b>	<b>2935</b>	<b>1675</b>	<b>2860</b>	
Transporte	375	575	375	575	375	575	
Hospedaje	580	1160	580	1160	580	1160	
Alimentación	720	1200	720	1200	720	1200	
<b>TOTAL</b>	<b>1675</b>	<b>2935</b>	<b>1675</b>	<b>2935</b>	<b>1675</b>	<b>2860</b>	
<i>Imprevistos</i>	5%	83,75	146,75	83,75	146,75	83,75	143
<b>Total Neto</b>		1758,8	3081,8	1758,75	3081,8	1758,8	3003
<i>Impuesto IVA</i>	12%	166,05	300,81	166,05	300,81	166,05	291,36
<i>Servicio</i>	10%	138,38	250,68	138,375	250,68	138,38	242,8
<b>Total Después Impuestos</b>		2063,2	3633,2	2063,18	3633,2	2063,2	3537,2
<b>CON UTILIDADES</b>				2475,81	4359,9	3094,8	5305,7
<b>COSTO P/PAX</b>				206	363	309	531
<i>PVP</i>		207,00	364,00	249,00	439,00	309,00	535,00
<i>PTO. EQUILIBRIO</i>		10	10	8	8	7	7
<i>UTL Real</i>		0,33	0,19	20,69	20,83	49,77	51,25

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. 9. "Ruta Norte B" ESCENARIO 2

	P.E.		UTL 20%		UTL 50%		
	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>3235</b>	<b>5755</b>	<b>3235</b>	<b>5755</b>	<b>3235</b>	<b>5680</b>	
Transporte	375	575	375	575	375	575	
Hospedaje	1240	2480	1240	2480	1240	2480	
Alimentación	1620	2700	1620	2700	1620	2700	
<b>TOTAL</b>	<b>3235</b>	<b>5755</b>	<b>3235</b>	<b>5755</b>	<b>3235</b>	<b>5680</b>	
<i>Imprevistos</i>	5%	161,75	287,75	161,75	287,75	161,75	284
<b>Total Neto</b>		3396,75	6042,75	3396,75	6042,75	3396,75	5964
<i>Impuesto IVA</i>	12%	362,61	656,13	362,61	656,13	362,61	646,68
<i>Servicio</i>	10%	302,175	546,775	302,175	546,775	302,175	538,9
<b>Total Después Impuestos</b>		4061,54	7245,655	4061,535	7245,655	4061,535	7149,58
<b>CON UTILIDADES</b>			4873,842	8694,786	6092,303	10724,37	
<b>PRECIO P/PAX</b>			162	290	244	429	
<i>PVP</i>		163,00	290,00	199,00	350,00	249,00	430,00
<i>PTO. EQUILIBRIO</i>		25	25	20	21	16	17
<i>UTL Real</i>		0,33	0,06	22,49	20,76	53,27	50,36

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.10. "Ruta Norte B" ESCENARIO 3

	P.E.		UTL 20%		UTL 50%		
	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>4765</b>	<b>8445</b>	<b>4765</b>	<b>8445</b>	<b>4765</b>	<b>8370</b>	
Transporte	525	825	525	825	525	825	
Hospedaje	1660	3320	1660	3320	1660	3320	
Alimentación	2580	4300	2580	4300	2580	4300	
<b>TOTAL</b>	<b>4765</b>	<b>8445</b>	<b>4765</b>	<b>8445</b>	<b>4765</b>	<b>8370</b>	
<i>Imprevistos</i>	5%	238,25	422,25	238,25	422,25	238,25	418,5
<b>Total Neto</b>		5003,3	8867,25	5003,25	8867,25	5003,25	8788,5
<i>Impuesto IVA</i>	12%	537,39	965,07	537,39	965,07	537,39	955,62
<i>Servicio</i>	10%	447,83	804,225	447,825	804,225	447,825	796,35
<b>Total Después Impuestos</b>		5988,5	10636,5	5988,47	10636,55	5988,465	10540,47
<b>CON UTILIDADES</b>			7186,16	12763,85	8982,698	15810,705	
<b>PRECIO P/PAX</b>			150	266	225	395	
<i>PVP</i>		150,00	269,00	199,00	319,00	229,00	400,00
<i>PTO. EQUILIBRIO</i>		40	40	30	33	26	26
<i>UTL Real</i>		0,19	1,16	32,92	19,96	52,96	51,80

Fuente: Elaboración propia

Así también las demás rutas, constan con atractivos que están ubicados en radios cercanos y dentro de las mismas provincias centrales de aquella ruta. Por lo tanto se puede utilizar un escenario donde se resuman las demás rutas.

Tabla 7.11. ESCENARIO 1

		P.E.		UTL 20%		UTL 50%	
		3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		<b>1600</b>	<b>2860</b>	<b>1600</b>	<b>2860</b>	<b>1600</b>	<b>2860</b>
Transporte		300	500	300	500	300	500
Hospedaje		580	1160	580	1160	580	1160
Alimentación		720	1200	720	1200	720	1200
<b>TOTAL</b>		<b>1600</b>	<b>2860</b>	<b>1600</b>	<b>2860</b>	<b>1600</b>	<b>2860</b>
<i>Imprevistos</i>	5%	80	143	80	143	80	143
<b>Total Neto</b>		1680	3003	1680	3003	1680	3003
<i>Impuesto IVA</i>	12%	165,6	300,36	165,6	300,36	165,6	300,36
<i>Servicio</i>	10%	138	250,3	138	250,3	138	250,3
<b>Total Después Impuestos</b>		1983,6	3553,7	1983,6	3553,7	1983,6	3553,7
<b>CON UTILIDADES</b>				2380,32	4264,4	2975,4	5330,5
<b>PRECIO P/PAX</b>				198	355	198	355
<b>PVP</b>		199,00	359,00	249,00	439,00	299,00	535,00
<b>PTO. EQUILIBRIO</b>		10	10	8	8	7	7
<b>UTL Real</b>		0,32	1,02	25,53	23,53	50,74	50,55

Fuente: Elaboración propia



Tabla 7.12. ESCENARIO 2

	P.E.		UTL 20%		UTL 50%		
	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>3160</b>	<b>5680</b>	<b>3160</b>	<b>5680</b>	<b>3160</b>	<b>5680</b>	
Transporte	300	500	300	500	300	500	
Hospedaje	1240	2480	1240	2480	1240	2480	
Alimentación	1620	2700	1620	2700	1620	2700	
<b>TOTAL</b>	<b>3160</b>	<b>5680</b>	<b>3160</b>	<b>5680</b>	<b>3160</b>	<b>5680</b>	
<i>Imprevistos</i>	5%	158	284	158	284	158	284
<b>Total Neto</b>		3318	5964	3318	5964	3318	5964
<i>Impuesto IVA</i>	12%	362,16	655,68	362,16	655,68	362,16	655,68
<i>Servicio</i>	10%	301,8	546,4	301,8	546,4	301,8	546,4
<b>Total Después Impuestos</b>		3981,96	7166,08	3981,96	7166,08	3981,96	7166,08
<b>CON UTILIDADES</b>			4778,352	8599,296	5972,94	10749,12	
<b>PRECIO P/PAX</b>			159	287	159	287	
<b>PVP</b>		163,00	290,00	199,00	350,00	239,00	430,00
<b>PTO. EQUILIBRIO</b>		24	25	20	20	17	17
<b>UTL Real</b>		2,34	1,17	24,94	22,10	50,05	50,01

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7.13. ESCENARIO 3

	P.E.		UTL 20%		UTL 50%		
	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	3D - 2N	5D - 4N	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>4690</b>	<b>8370</b>	<b>4690</b>	<b>8370</b>	<b>4690</b>	<b>8370</b>	
Transporte	450	750	450	750	450	750	
Hospedaje	1660	3320	1660	3320	1660	3320	
Alimentación	2580	4300	2580	4300	2580	4300	
<b>TOTAL</b>	<b>4690</b>	<b>8370</b>	<b>4690</b>	<b>8370</b>	<b>4690</b>	<b>8370</b>	
<i>Imprevistos</i>	5%	234,5	418,5	234,5	418,5	234,5	418,5
<b>Total Neto</b>		4924,5	8788,5	4924,5	8788,5	4924,5	8788,5
<i>Impuesto IVA</i>	12%	536,94	964,62	536,94	964,62	536,94	964,62
<i>Servicio</i>	10%	447,45	803,85	447,45	803,85	447,45	803,85
<b>Total Después Impuestos</b>		5908,9	10557	5908,89	10556,97	5908,89	10556,97
<b>CON UTILIDADES</b>			7090,67	12668,36	8863,335	15835,455	
<b>PRECIO P/PAX</b>			148	264	148	264	
<b>PVP</b>		149,00	265,00	199,00	319,00	229,00	400,00
<b>PTO. EQUILIBRIO</b>		40	40	30	33	26	26
<b>UTL Real</b>		0,86	0,41	34,71	20,87	55,02	51,56

Fuente: Elaboración propia

Se presenta también la estimación de costos y gastos en base a la producción media de un negocio de turismo. Esta producción por lo tanto tiende a ser solo una estimación del crecimiento que tendrá la compañía pero a su vez, es una estimación muy pesimista al mismo hecho de que una empresa líder en un mercado aun no explotado y sin productos sustitutivos que le puedan hacer una competencia directa, y así mismo con una propuesta innovadora en un mercado que poco a poco esta llegando a sus límites de producción en paquetes normales, por así decirlos, que ya han estado presentes en el mercado por más de 15 años., esta empresa puede llegar a niveles mucho más altos de producción. (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Productividad (MCPEC))

Tabla 7.14 Plantilla de Estimación de Ingresos y Gastos

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1 Inmuebles	\$2.000					
2 Maquinaria	\$0					
3 Equipos y Muebles	\$3.000					
4 Gastos Legales	\$1.000					
Capital de Trabajo	\$4.796					
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$20.000</b>	<b>\$26.000</b>	<b>\$30.000</b>	<b>\$45.000</b>	<b>\$65.000</b>
5 Ventas Anuales Estimadas		\$20.000	\$26.000	\$30.000	\$45.000	\$65.000
<b>Total Costos y Gastos</b>		<b>\$19.183</b>	<b>\$25.622</b>	<b>\$26.079</b>	<b>\$27.754</b>	<b>\$30.648</b>
<b>Costos</b>		<b>\$1.000</b>	<b>\$1.000</b>	<b>\$1.000</b>	<b>\$1.000</b>	<b>\$1.000</b>
6 Costo de Producción		\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000
<b>Gastos</b>		<b>\$18.183</b>	<b>\$24.622</b>	<b>\$25.079</b>	<b>\$26.754</b>	<b>\$29.648</b>
<b>de Personal</b>		<b>\$9.683</b>	<b>\$15.782</b>	<b>\$15.885</b>	<b>\$17.193</b>	<b>\$19.705</b>
7 # Promotores		1	1	1	1	2
8 # Empleados		1	2	2	2	2
9 # Obreros		0	0	0	0	0
Sueldo Mensual						
10 Promotores		\$300	\$300	\$300	\$400	\$300
11 Sueldo Mensual		\$300	\$400	\$400	\$400	\$400

	<i>Empleados</i>							
12	<i>Sueldo Mensual Obreros</i>		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	<i>Gastos Sueldos Promotores</i>		\$3.600	\$3.600	\$3.600	\$4.800	\$7.200	
	<i>Gastos Sueldos Promotores</i>		\$3.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600	\$9.600	
	<i>Gastos Sueldos Promotores</i>		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
	<i>Cotización IESS 13°</i>		\$803	\$835	\$868	\$903	\$939	
	<i>14°</i>		\$600	\$624	\$649	\$675	\$702	
	<i>14°</i>		\$480	\$499	\$519	\$540	\$562	
	<i>Fondo de Reserva</i>		\$600	\$624	\$649	\$675	\$702	
13	<i>Inflación estimada</i>		4%					
	<b>Administrativos</b>	#	Valor Mensual	\$8.500	\$8.840	\$9.194	\$9.561	\$9.944
14	<i>Arriendos</i>	12	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
15	<i>Suministros</i>	12	\$200	\$2.400	\$2.496	\$2.596	\$2.700	\$2.808
16	<i>Servicios Básicos</i>	12	\$150	\$1.800	\$1.872	\$1.947	\$2.025	\$2.106
17	<i>Generales</i>	12	\$150	\$1.800	\$1.872	\$1.947	\$2.025	\$2.106
18	<i>Legales</i>			\$1.000	\$1.040	\$1.082	\$1.125	\$1.170
19	<i>Permisos y Patentes</i>			\$1.500	\$1.560	\$1.622	\$1.687	\$1.755
	<b>Resultado Operativo</b>			\$817	\$378	\$3.921	\$17.246	\$34.352
20	<i>Amortización</i>	tasa	9%	\$2.775	\$2.775	\$2.775	\$2.775	\$2.775
	<i>Depreciación</i>			\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000
	<i>Participación Laboral</i>			\$0	\$0	\$22	\$2.021	\$4.586
	<i>Impuesto a la Renta</i>			\$0	\$0	\$31	\$2.862	\$6.497
	<b>Resultado Neto</b>			-\$10.796	-\$2.958	-\$3.398	\$93	\$8.587
								\$19.492

Fuente: Template Financiero – Empresa Ecuador

Tabla 7.15 Ratios e Indicadores

Crecimiento Ventas	34,3%
Crecimiento Costos y Gastos	12,4%
VAN	\$2.251,71
TIR	13%
Empleos Creados (3er año)	3

Fuente: Template Financiero – Empresa Ecuador

Ya con una tasa interna de retorno del 13% y un Valor Actual Neto cuyo valor es positivo, se observa la viabilidad del proyecto en base a los datos proporcionados anteriormente. Este análisis es adjuntado al análisis de los productos y paquetes que ofrece la empresa mas su impacto específico es en el nivel de ventas.

Tabla 7.16. Plantilla de Formulas

B	C	D	E	F	G
6	Inmuebles	\$2.000			
7	Maquinaria	\$0			
8	Equipos y Muebles	\$3.000			
9	Gastos Legales	\$1.000			
10	Capital de Trabajo	<b>F17/4+F20/4</b>			
11					
12	<b>Total Ingresos</b>			<b>F13</b>	<b>G13</b>
13	Ventas Anuales Estimadas			\$20.000	\$26.000
15	<b>Total Costos y Gastos</b>			<b>F17+F20</b>	<b>G17+G20</b>
17	<b>Costos</b>			<b>F18</b>	<b>G18</b>
18	Costo de Producción			\$1.000	\$1.000
20	<b>Gastos de Personal</b>			<b>F21+F37</b>	<b>G21+G37</b>
21				<b>SUMA(F29:F35)</b>	<b>SUMA(G29:G35)</b>
22	# Promotores			1	1
23	# Empleados			1	2
24	# Obreros			0	0
25	Sueldo Mensual Promotores			\$300	\$300
26	Sueldo Mensual Empleados			\$300	\$400
27	Sueldo Mensual Obreros			\$0	\$0
29	Gastos Sueldos Promotores			<b>F22*F25*12</b>	<b>G22*G25*12</b>
30	Gastos Sueldos Promotores			<b>F23*F26*12</b>	<b>G23*G26*12</b>

	Gastos						
	Sueldos						
31	Promotores				$F24 * F27 * 12$		$G24 * G27 * 12$
	Cotización						
32	IESS				$SUMA(F29:F31) * 11,15\%$		$F32 * (1 + \$E\$36)$
33	13°				$SUMA(F29:F31) / 12$		$F33 * (1 + \$E\$36)$
34	14°				$240 * SUMA(\$F\$22:\$F\$24)$		$F34 * (1 + \$E\$36)$
	Fondo de						
35	Reserva				$SUMA(F29:F31) / 12$		$F35 * (1 + \$E\$36)$
	Inflación						
36	estimada		4%				
			Valor				
			Mensual				
37	Administrativos	#			$SUMA(F38:F43)$		$SUMA(G38:G43)$
38	Arriendos	12	\$0		$D38 * E38$		$F38 * (1 + \$E\$36)$
39	Suministros	12	\$200		$D39 * E39$		$F39 * (1 + \$E\$36)$
	Servicios						
40	Básicos	12	\$150		$D40 * E40$		$F40 * (1 + \$E\$36)$
41	Generales	12	\$150		$D41 * E41$		$F41 * (1 + \$E\$36)$
42	Legales				$\$1.000$		$F42 * (1 + \$E\$36)$
	Permisos y						
43	Patentes				$\$1.500$		$F43 * (1 + \$E\$36)$
	Resultado						
45	Operativo				$F13 - F18 - F20$		$G13 - G18 - G20$
46	Amortización	tasa	9%		$PAGO(\$E\$46;5;SUMA(D6:D10))$		$PAGO(\$E\$46;5;SUMA(D6:D10))$
47	Depreciación				$20\% * SUMA(\$D\$6:\$D\$8)$		$20\% * SUMA(\$D\$6:\$D\$8)$
	Participación						
48	Laboral				$SI(F45 - F46 - F47 > 0; (F45 - F46 - F47) * 15\%; 0)$		$SI(G45 - G46 - G47 > 0; (G45 - G46 - G47) * 15\%; 0)$
	Impuesto a la						
49	Renta				$SI(F45 - F46 - F47 > 0; (F45 - F46 - F47 - F48) * 25\%; 0)$		$SI(G45 - G46 - G47 > 0; (G45 - G46 - G47 - G48) * 25\%; 0)$
	Resultado Neto		-\$6.000		$F45 - SUMA(F46:F49)$		$G45 - SUMA(G46:G49)$

Fuente: Template Financiero – Empeñe Ecuador

## CONCLUSIONES

- Se logro desarrollar, un nuevo manual, enfocado a la sostenibilidad del turismo religioso, basado en modelos actuales, que se podría implementar sin ningún problema, para que de esta manera, aquellos bienes patrimoniales puedan ser manejados por y para el desarrollo de las comunidades aledañas. Dentro de este manual, el turismo cultural religioso toma una nueva cara y es replanteado para ser enviado al mundo actual con una perspectiva fresca e innovadora
- Los productos han sido diferenciados, en circuitos y rutas, en base a una inventarización y jerarquización de los mismos, manteniendo un equilibrio entre todas las rutas propuestas, a la vez que han denotado que en el Ecuador existen suficientes recursos para este nuevo tipo de turismo.
- Se llego a la estructuración del posible modelo de manejo de paquetes enfocados en el turismo religioso. Su aplicación, por el hecho de ser ya paquetes para turismo se puede extender no solo al turismo religioso, sino al turismo en general. .
- Para llegar a la definición de un centro de recursos e información del turismo religioso, hará falta la reestructuración de las bibliotecas y centros de información en donde se pueda obtener dentro de la categoría cultural acceso al tema de la religión.
- Se puede, en conclusión, definir al turismo religioso en el Ecuador de la siguiente manera: *“Es aquel turismo que usa aquellos bienes patrimoniales, y no patrimoniales que contienen los rasgos culturales religiosos, únicos, que lo hacen una nueva alternativa para el desarrollo integral del Ecuador”*

- Aparentemente el Delphi es un procedimiento simple, fácilmente aplicable en el marco de una consulta a expertos. El método viene bien para las aplicaciones en la toma de decisiones, pero debe estar adaptada en función del objetivo del estudio para la prospectiva. En particular, no es necesario obtener a toda costa una opinión consensuada mediana, pero es importante poner en evidencia varios grupos de respuestas para el análisis de puntos de convergencia múltiples. En el caso de este estudio, sin duda el método Delphi es la mejor herramienta.

## BIBLIOGRAFÍA

Assist Card. (01 de Marzo de 2010). *Assist Card "The Travel Care Company"*. Recuperado el 24 de Junio de 2011, de <http://www.assist-card.com/>

Astigarraga, E. *El Metodo Delphi*. San Sebastian: Universidad de Deusto.

Benvenuto Haase, R. (2008). *Diseño de un proceso basado en la metodología del QDF para el desarrollo de productos de una empresa de asistencia internacional*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Bluecard. (01 de Marzo de 2010). *BlueCard "La Forma de Viajar Seguro"*. Recuperado el 24 de Junio de 2011, de <https://www.bluecardassistance.net/index>

Catholic.net. (s.f.). *Catholic.net*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2010, de <http://www.es.catholic.net/mariologiatodoacercademaria/>

Consultores de Marketing Systems. (2003). *Plan Integral de Marketing Turistico del Ecuador*. Quito: Ministerio de Turismo.

Cultural, D. d. (1997). Jornadas Nacionales de Delegados Diocesanos para el Patrimonio Cultural. *Patrimonio Cultural* , 10.

Cultural, M. d. (2008). *Decreto de Emergencia del Patrimonio Cultural*. Ecuador: Ministerio de Patrimonio Cultural.

Decarli, G. (2004). *Un Museo Sostenible: Museo y Comunidad en la Preservacion Activa de su Patrimonio*. San Jose, Costa Rica: UNESCO.

Diario el Hoy. (09 de Mayo de 1998). *La Gruta de la Paz mas que un Sitio Turistico*. Recuperado el 03 de Noviembre de 2010, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-gruta-de-la-paz-mas-que-un-sitio-turistico-89648-89648.html>

Ecuador Impuestos. (s.f.). *Cuales son los servicios gravados con 0% IVA*. Recuperado el 18 de Marzo de 2011, de <http://ecuadorimpuestos.com/content/view/50/1>

EFE. (s.f.). *El Comercio*. Recuperado el 26 de Febrero de 2011, de <http://elcomercio.pe/ediciononline/onlineindex.html>

El Financiero. (7 de Marzo de 2005). *El Financiero Digital*. Recuperado el 18 de Agosto de 2010, de <http://www.elfinanciero.com/index.html>

Fasiolo Urli, C. (., & Wallingre, N. (2008). Crecimiento y Factores de cambio del Turismo y la Hotelería. *Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros. Cuestiones del turismo y la hotelería*. Bueno Aires: Osmar Buyatti,.



- García Panco, A. (2006). *Guía para la estructuración de Productos Turísticos*. Quito: Distrito Metropolitano de Quito.
- Gómez, N. (1997). *Pasado y Presente de la Ciudad de Quito*. Quito: Municipio de Quito.
- Linstone, H., & Turoff, M. (1975). *The Delphi Method. Techniques and Applications*. Addison-Wesley.
- (15 de Septiembre de 2009). Los Milagros de la Virgen del Guayco en Guaranda. (S. Ron, Entrevistador)
- Macías, J. (2008). *Influencia del nivel de riesgo político y económico en el volumen de ingreso de turistas al Ecuador*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral (Tesis).
- Mama - Puma. (12 de Marzo de 2008). Leyenda del Cuicuno, El señor del Arbol. Toacazo, Latacunga, Ecuador.
- Medrano, A. (25 de Agosto de 2002). Se restaura mural en iglesia de Babahoyo.
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Productividad (MCPEC). (s.f.). *EmprendEcuador, (sf)*. Recuperado el 18 de Junio de 2011, de <http://www.emprendecuador.ec/portal/>
- Ministerio de Turismo. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 PLANDETUR 2020*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Mora de Valdivieso, T. (2008). *Loja de ayer. Relatos, cuentos y tradiciones*. Loja: Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrion, Núcleo de Loja.
- Muñoz González, R. (2010). *Marketing en el Siglo XXI*. Centro de Estudios Financieros.
- Navarro, J. G. (2007). *Contribuciones a la Historia del Arte en el Ecuador Vol. IV*. Quito: Fundación José Gabriel Navarro.
- Organización Mundial de Turismo. (2008). *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. UNWTO.
- Organización Mundial de Turismo. (2010). *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. UNWTO.
- Organización Mundial del Turismo. (1998). *Turismo panorama 2020*. Madrid: OMT.
- Pantoja Barco, R. A. (2008). *Afrodita barroca. Fragmentos para el estudio de una sensibilidad de la cultura: Popayán, Siglos XVII y XVIII*. Quito: Abya-Yala.
- Rebic, A. (1998). El peregrinaje en el Gran Jubileo del año 2000. *Santa Sede*, (págs. 5-6). Zagreb.
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., y otros. (2008). *Introducción al Turismo*. OMT.

- Tourism & Leisure Advisory Services. (2009). *Plan de Marketing Turístico del Ecuador 2010-2014 Turismo Internacional*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Tourism & Leisure Advisory Services. (2009). *Plan de Marketing Turístico del Ecuador 2010-2014 Turismo Interno*. Quito.
- Turísticos, G. N. (2004). *Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos*. Quito: Gerencia Nacional de Recursos Turísticos.
- Van Mensh, P. (1983). *Museological Revelance of Management Techniques, Lecture of Museology*. Leiden, Noruega: Reinwardt Academy.
- Van Mersh, P. (1992). *Museological Functions, Towards a Methodology of Museology PHD Tesis*. Yugoslavia: Universidad de Zagreb.
- Vasquez, G. (2005). *Guía Turística y Ecológica "Ecuador en la Mitad del Mundo"*. Productora Turística GV&Tour.
- ViajandoX. (s.f.). *ViajandoX*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2010, de <http://www.viajandox.com/viajandox.htm>

## **ANEXOS**

**Anexo 1:** Gruta de la Paz

**Anexo 2:** Iglesia del Santo Sepulcro

**Anexo 3:** Nuestra señora de la Presentación de el Quinche

**Anexo 4:** Santuario del Señor del Árbol Cuicuno

**Anexo 5:** Nuestra Señora de Baños de Agua Santa

**Anexo 6:** Iglesia de la Balbanera

**Anexo 7:** Santuario de la Virgen del Huayco o Guayco

**Anexo 8:** Gruta de Lourdes

**Anexo 9:** Santa Narcisa de Jesús

**Anexo 10:** Iglesia de El Morro

**Anexo 11:** Nuestra Señora de las Nubes

**Anexo 12:** Colonche

**Anexo 13:** Virgen de la Estrella del Mar

**Anexo 14:** Santuario de la Gruta de la Virgen del Rocío

**Anexo 15:** Iglesia de la Virgen de Guadalupe

**Anexo 16:** Santuario de la Virgen de El Cisne

**Anexo 17:** Ruta Andes Centro

**Anexo 18:** Ruta Costa Centro

**Anexo 19:** Ruta Austro

**Anexo 20:** Ruta Norte B

**Anexo 21:** Ruta Norte A

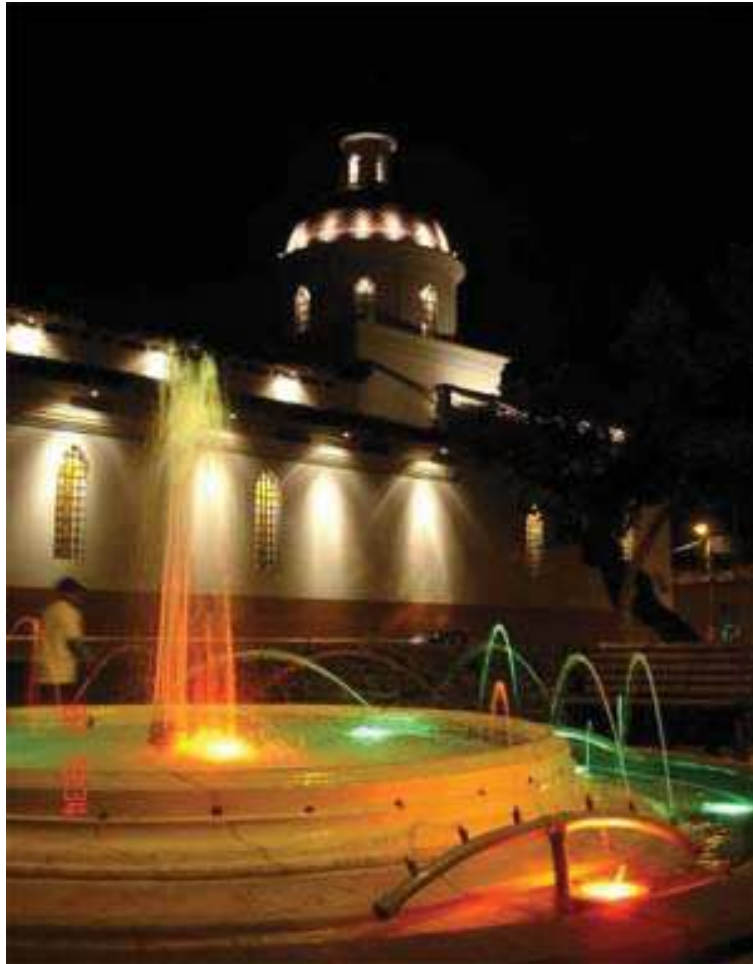
**ANEXO 1**  
**Gruta de la Paz**



**Fuente: Discovering Ecuador [en línea]**

< <http://www.discoveringecuador.com/sierra/quito/lagruta.htm> >

**ANEXO 2**  
**Iglesia del Santo Sepulcro**



**Fuente: Viajeros Atuntaqui [en Línea]**

< <http://www.estaentodo.com/sistema/viajeros/articulo.php?id=3422&tipo=30> >

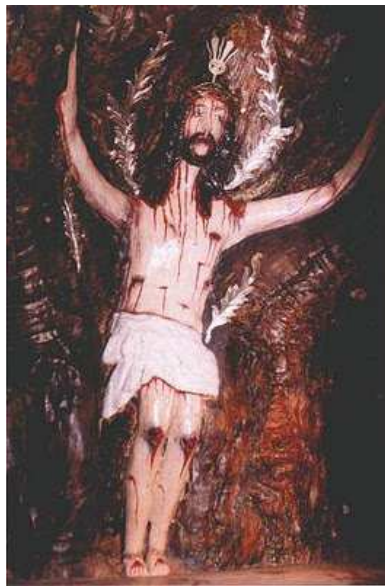
**Anexo 3**  
**Nuestra señora de la Presentación de el Quinche**



**Fuente: Panoramio [en línea]**

< [http://www.panoramio.com/user/474240?photo\\_page=18&comment\\_page=3](http://www.panoramio.com/user/474240?photo_page=18&comment_page=3) >

**Anexo 4**  
**Santuario del Señor del Árbol Cuicuno**



**Fuente: Mama Puma [en línea]**

< <http://mama-puma.blogspot.com/2008/03/leyenda-de-cuicuno.html> >



**Anexo 5**  
**Nuestra Señora de Baños de Agua Santa**



**Fuente: Mi Nube [en línea]**

< <http://www.minube.com/fotos/rincon/4609> >



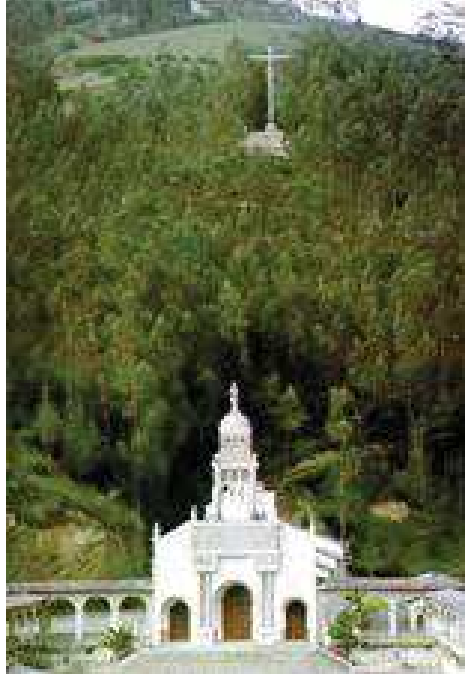
**Anexo 6**  
**Iglesia de la Balbanera**



**Fuente: INPC [en línea]**

< [http://www.inpc.gob.ec/noticias/inpc\\_balbanera\\_10](http://www.inpc.gob.ec/noticias/inpc_balbanera_10) >

**Anexo 7**  
**Santuario de la Virgen del Huayco o Guayco**



**Fuente: Enciclopedia del Ecuador**

< <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=2228&Let=>>

**Anexo 8**  
**Gruta de Lourdes**



**Fuente: Municipio de San Miguel de Bolívar**

<<http://ame.gov.ec/frontEnd/municipios/mainMunicipios.php?idSeccion=9159&idMunicipios=202>>

**Anexo 9**  
**Santa Narcisa de Jesús**



**Fuente: Narcisa de Jesús [en línea]**

< <http://www.narcisadejesus.com/Santuario.html> >

**Anexo 10**  
**Iglesia de El Morro**



**Fuente: Viva Playas [en línea]**

< <http://www.vivaplayas.com/iglesias/58-iglesia-colonial-de-el-morro> >

**Anexo 11**  
**Nuestra Señora de las Nubes**



**Fuente: Hotel Sun Beach [en línea]**

<

[http://www.hotelsunbeachsalinas.com/semana\\_santa\\_en\\_salinas\\_hoteles.html](http://www.hotelsunbeachsalinas.com/semana_santa_en_salinas_hoteles.html)

>

**Anexo 12**  
**Colonche**



**Fuente. CBMPLSA [en línea]**

< <http://www.youtube.com/watch?v=ENVcYiCbdWA> >

**Anexo 13**  
**Virgen de la Estrella del Mar**



**Fuente: Hotel Sun Beach [en línea]**

<

[http://www.hotelsunbeachsalinas.com/semana\\_santa\\_en\\_salinas\\_hoteles.html](http://www.hotelsunbeachsalinas.com/semana_santa_en_salinas_hoteles.html)

>



**Anexo 14**  
**Santuario de la Gruta de la Virgen del Rocío**



**Fuente: A lovely World Ecuador [en línea]**

< <http://www.alovelyworld.com/webequa/htm/es/equa31.htm> >

**Anexo 15**  
**Iglesia de la Virgen de Guadalupe**



**Fuente: Galería de Fundación Municipal Turismo para Cuenca [en línea]**

**< <http://www.flickr.com/photos/turismocuenca/> >**

**Anexo 16**  
**Santuario de la Virgen de El Cisne**

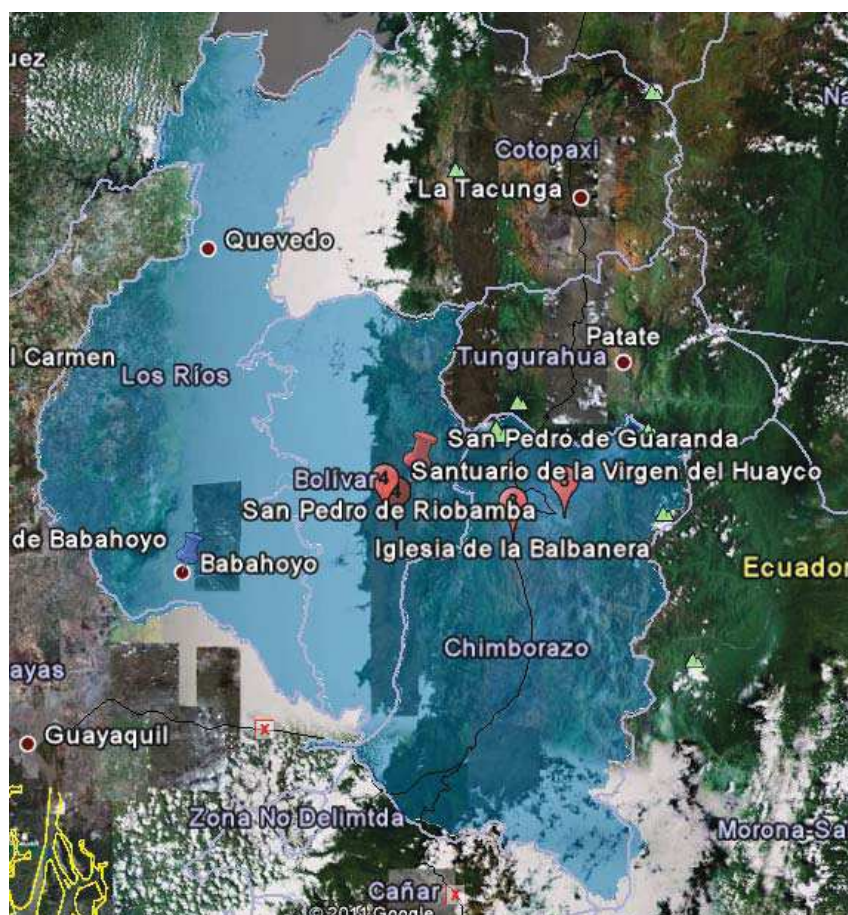


**Fuente: Viva Loja [en línea]**

< <http://www.vivaloja.com/content/view/325/172/> >

## Anexo 17

### Ruta Andes Centro



Atractivo	Geolocalización	Provincia	Jerarquía
Santa Rita de Babahoyo	1°48'16.11"S	Los Ríos	III
	79°32'7.92"O		
San Pedro de Guaranda	1°35'34.27"S	Bolívar	IV
	79° 0'2.49"O		
Gruta de Lourdes	1°42'0.00"S	Bolívar	IV
	79° 1'59.88"O		
Santuario de la Virgen del Huayco	1°40'13.26"S	Bolívar	IV
	79° 3'40.77"O		
Iglesia de la Balbanera	1°43'26.95"S	Chimborazo	III
	78°45'47.15"O		
San Pedro de Riobamba	1°40'28.81"S	Chimborazo	III
	78°38'39.19"O		

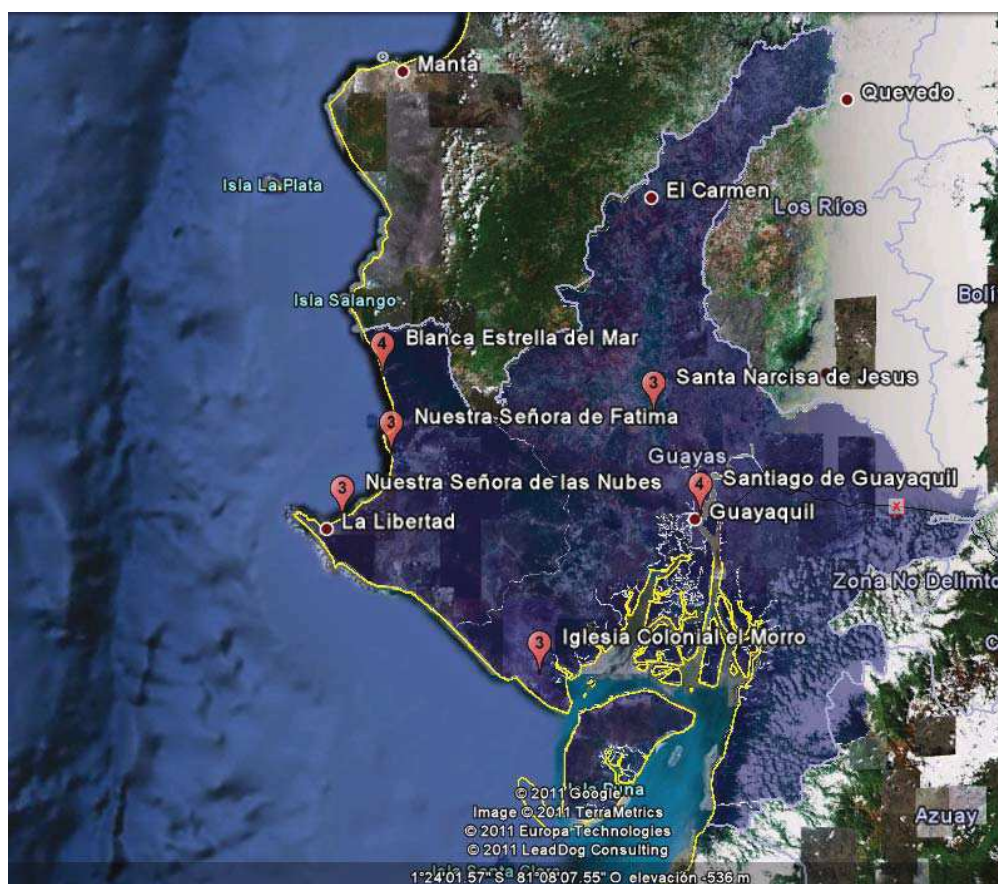
Fuente: Geolocalización provista por datos adquiridos en Google Earth

Jerarquía basada en Inventario de Atractivos. Metodología.



## Anexo 18

### Ruta Costa Centro



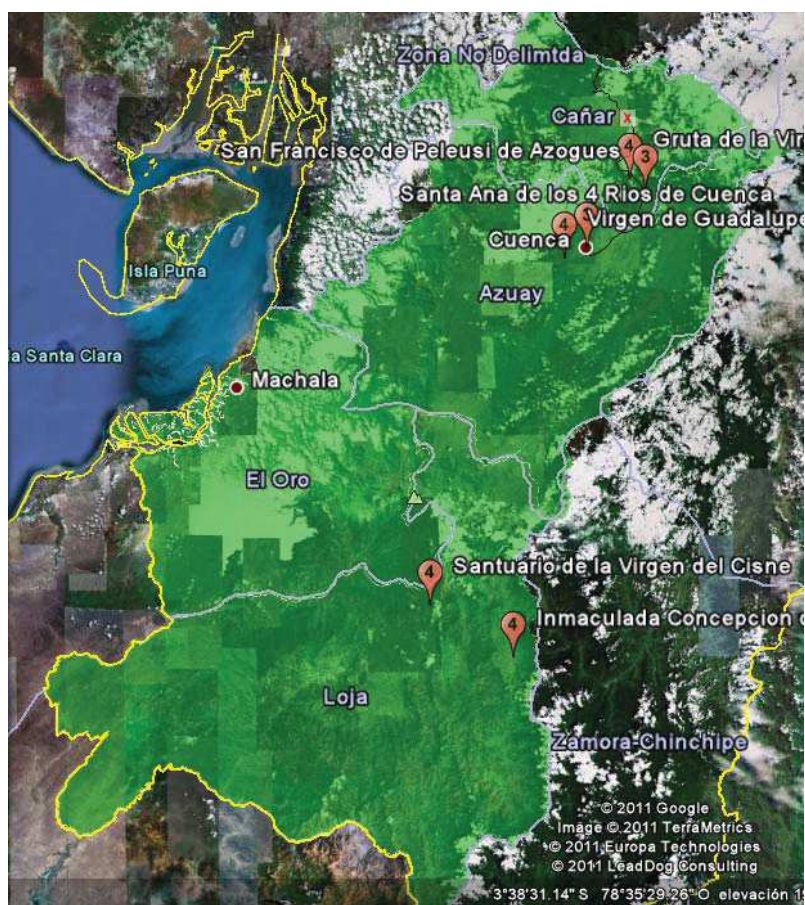
Atractivo	Geolocalización	Provincia	Jerarquía
Santiago de Guayaquil	2°11'43.09"S	Guayas	IV
	79°52'58.42"O		
Santa Narcisca de Jesús	1°54'57.22"S	Guayas	III
	80° 0'42.37"O		
Blanca Estrella del Mar	1°48'26.29"S	Santa Elena	IV
	80°45'34.61"O		
Nuestra Señora de Fátima	2° 1'28.64"S	Santa Elena	III
	80°44'10.28"O		
Nuestra Señora de las Nubes	2°12'19.14"S	Santa Elena	III
	80°52'20.34"O		
Iglesia Colonial El Morro	2°37'59.47"S	Guayas	III
	80°19'38.37"O		

Fuente: Geolocalización provista por datos adquiridos en Google Earth

Jerarquía basada en Inventario de Atractivos. Metodología.

## Anexo 19

### Ruta Austro



Atractivo	Geolocalización	Provincia	Jerarquía
Gruta de la Virgen del Rocío	2°42'43.41"S	Cañar	IV
	78°53'26.93"O		
San Francisco de Peleusí de Azogues	2°44'32.06"S	Cañar	III
	78°50'55.25"O		
Virgen de Guadalupe de Baños	2°55'25.20"S	Azuay	IV
	79° 3'54.93"O		
Santa Ana de los 4 Ríos de Cuenca	2°53'51.43"S	Azuay	III
	79° 0'17.39"O		
Santuario de la Virgen de El Cisne	3°51'2.38"S	Loja	IV
	79°25'35.30"O		
Inmaculada Concepción de Loja	3°59'28.51"S	Loja	III
	79°12'18.22"O		

Fuente: Geolocalización provista por datos adquiridos en Google Earth

Jerarquía basada en Inventario de Atractivos. Metodología.



## Anexo 20

### Ruta Norte B



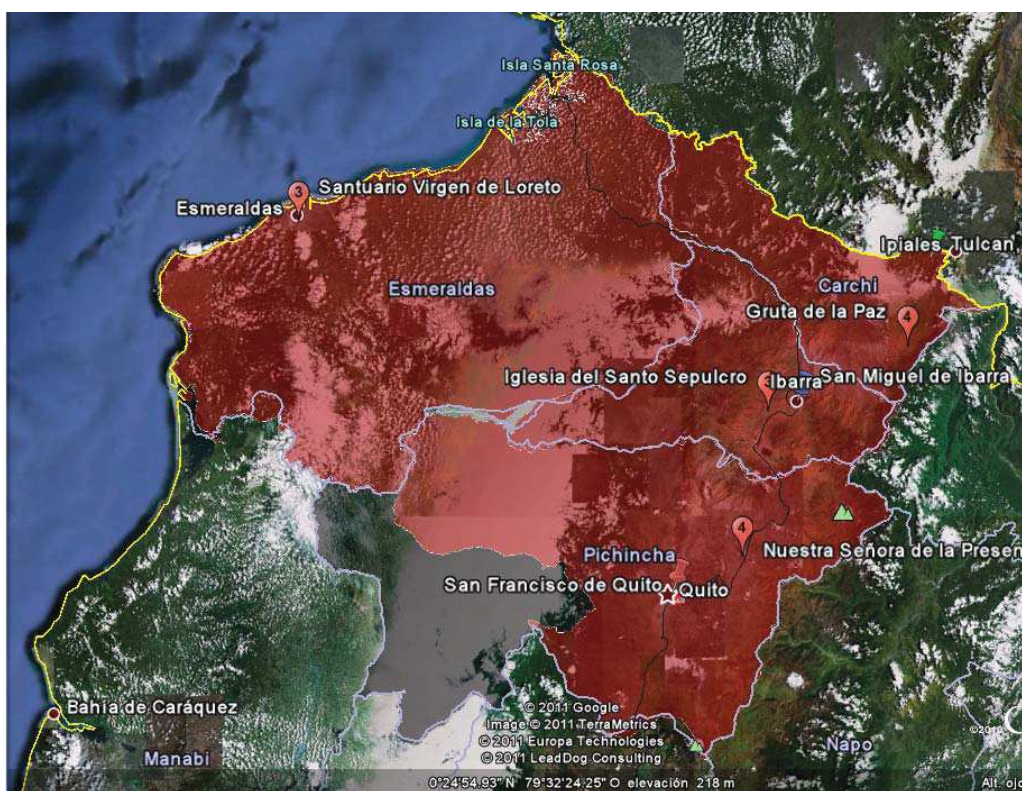
Atractivo	Geolocalión	Provincia	Jerarquía
Santuario del Señor del Árbol Cuicuno	0°45'0.00"S	Cotopaxi	III
	78°41'0.00"O		
Virgen Reina de la Fuente	0°46'56.36"S	Cotopaxi	II
	78°34'33.76"O		
San Vicente Mártir de La Tacunga	0°55'58.52"S	Cotopaxi	III
	78°36'56.35"O		
Santuario del niño Isinche	0°58'11.92"S	Cotopaxi	III
	78°42'48.86"O		
San Juan de Ambato	1°14'32.10"S	Tungurahua	III
	78°37'43.69"O		
Nuestra Señora Virgen Reina del Rosario de Agua Santa	1°23'48.79"S	Tungurahua	IV
	78°25'23.69"O		

Fuente: Geolocalión provista por datos adquiridos en Google Earth

Jerarquía basada en Inventario de Atractivos. Metodología.

## Anexo 21

### Ruta Norte A



Atractivo	Geolocalización	Provincia	Jerarquía
Santuario Virgen de Loreto	0° 55' 10.01" N	Esmeraldas	III
	79° 39' 45.95" O		
Tulcán	0°48'5.97"N	Carchi	II
	77°43'4.51"O		
Gruta de la Paz	0°32'0.19"N	Carchi	IV
	77°47'18.46"O		
San Miguel de Ibarra	0°21'34.11"N	Imbabura	III
	78° 7'42.56"O		
Iglesia del Santo Sepulcro	0°19'59.99"N	Imbabura	III
	78°13'0.01"O		
Nuestra Señora de la Presentación del Quinche	0° 6'39.82"S	Pichincha	IV
	78°17'44.49"O		
San Francisco de Quito	0° 12'53.27"S	Pichincha	IV
	78°30'25.62"O		

Fuente: Geolocalización provista por datos adquiridos en Google Earth

Jerarquía basada en Inventario de Atractivos. Metodología.