

Manual de práctica

MÓDULO: VENTA DE PAQUETES Y SERVICIOS TURÍSTICOS





Manual de práctica

MÓDULO: VENTA DE PAQUETES Y SERVICIOS TURÍSTICOS



ELABORACIÓN

María de Loures Larrea Paredes

EQUIPO TÉCNICO Y COLABORACIÓN

Palmiro Picasso Nieto Nasputh
Carmen Mercedes Zambrano Aguilar

ISBN: 978-9942-8934-2-0

VVOB EDUCATION FOR DEVELOPMENT

Lotte Staelens
Country Programmes Manager
Natalia Maldonado
Asesora Educativa

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Susana Oviedo
Ziette

CORRECCIÓN DE ESTILO

Sandra Ojeda Salvador



Primera edición, 2021

© VVOB Education for development
Dirección: Bourgeois N35-75, entre
Teresa de Cepeda y República
Teléfonos: +593 (2) 510 8481
www.ecuador.vvob.org
Quito, Ecuador

La reproducción parcial o total de esta publicación,
en cualquier forma y por cualquier medio mecánico o
electrónico, está permitida siempre y cuando sea autorizada
por los editores y se cite correctamente la fuente.

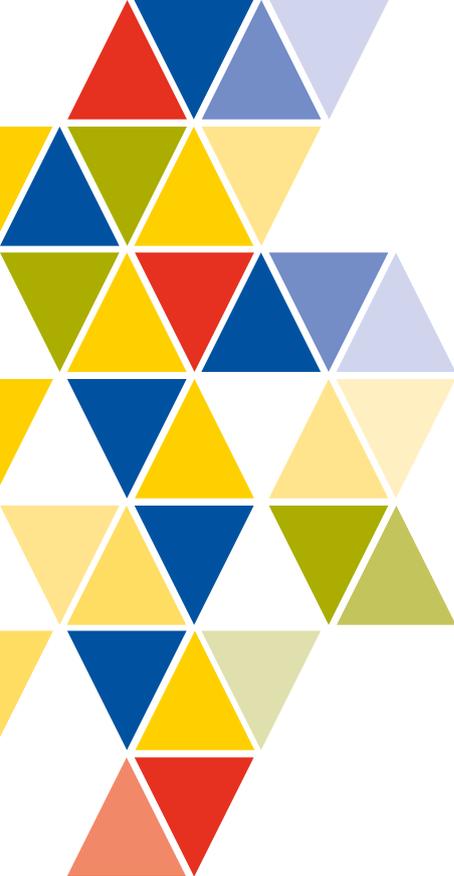
DISTRIBUCIÓN GRATUITA
PROHIBIDA SU VENTA

Índice

1: Introducción	7
2: Objetivo del manual	11
3: Descripción del módulo	15
Módulo 1: Venta de paquetes y servicios turísticos	17
Proyecto de aprendizaje	18
Fase 1: Presentación del proyecto	19
Fase 2: Planificación y organización	19
Fase 3: Indagación	20
Fase 4: Ejecución	22
Fase 5: Socialización	23
4: Visión general del módulo	25
Generalidades de la venta de paquetes turísticos	29
El turismo	29
Agencias de viajes	31
Clasificación de las agencias de viajes	32
Importancia y objetivo de las agencias de viajes	33
Funciones de las agencias de viajes en el sector del turismo	34
Funciones de las agencias de las agencias de viajes	35
Estructura organizacional de la agencia de viajes y funciones del personal	37
Área de ventas, paquetes y servicios turísticos	38
Personal técnico en ventas: identidad, rol profesional, características personales	38
Personal ejecutivo de ventas: competencias, atributos personales e inteligencia emocional.	41
Producto, paquete turístico y patrimonio cultural	43
Aclaración de los servicios incluidos en tour y los que no se incluyen en el paquete	44
Tipos de paquetes turísticos	45
Geografía turística y gestión ambiental	46
El patrimonio turístico	48
5: Las empresas turísticas	51
La empresa turística	54
Evolución de las empresas turísticas	56

Empresas turísticas y su clasificación	56
Tipos de empresas turísticas	57
Estructura organizativa y funciones de una empresa turística	59
Funciones de una empresa turística	60
Productos y servicios de una empresa turística	62
Instituciones que rigen la actividad turística	63
Las asociaciones empresariales de turismo	64
6: Las agencias de viajes	67
Agencias de viajes	70
Evolución histórica de las agencias de viajes en el Ecuador y el mundo	71
Áreas de una agencia de viajes	73
Funciones de una agencia de viajes	75
Tipos de agencias de viajes	76
7: Recopilación y tratamiento de información	79
Recopilación y tratamiento de información	83
Fuentes de información sobre servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales.	84
Información de la oferta turística	84
Información del mercado y recursos turísticos	85
Criterios Globales de Turismo Sostenible	87
Recopilación de información sobre servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales	87
Recopilación de información	88
Manejo de información, cálculos y porcentajes sobre servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales	91
8: Servicios y paquetes turísticos	93
Servicios y paquetes turísticos para el turismo emisor, receptivo e interno	96
Servicios y paquetes turísticos que ofrecen las agencias de viajes para el turismo emisor	98
Principales mercados emisores turísticos en Latinoamérica	99
Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo emisor del continente americano (norte, centro, sur y el Caribe)	101
Ejemplos de paquetes turísticos para el turismo emisor del continente americano (norte, centro, sur y el Caribe)	101
Servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo	126





Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo	127
Composición de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Sierra	128
Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Sierra	131
Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo, región Sierra	131
Composición de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Costa	136
Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Costa	137
Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo, región Costa	138
Composición de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Amazónica	143
Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Amazónica	144
Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo, región Amazónica	145
Composición y características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Insular	150
Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo, región Insular	151
Turismo interno	156
Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo interno	157
Componentes de los servicios y paquetes turísticos para el turismo interno	157
Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo interno	158
Objetivos para el Desarrollo Sostenible de los servicios y paquetes turísticos	161
9: Venta de servicios y paquetes turísticos	163
<hr/>	
Venta de servicios turísticos	167
Venta de servicios y paquetes turísticos	168
Proceso de venta en una agencia de viajes	168
Fases para considerar en el proceso para la venta de un paquete turístico	170
Técnicas para la venta de servicios y paquetes turísticos	170
Razones de compra de un servicio o paquete turístico	171
Proceso de compra	173

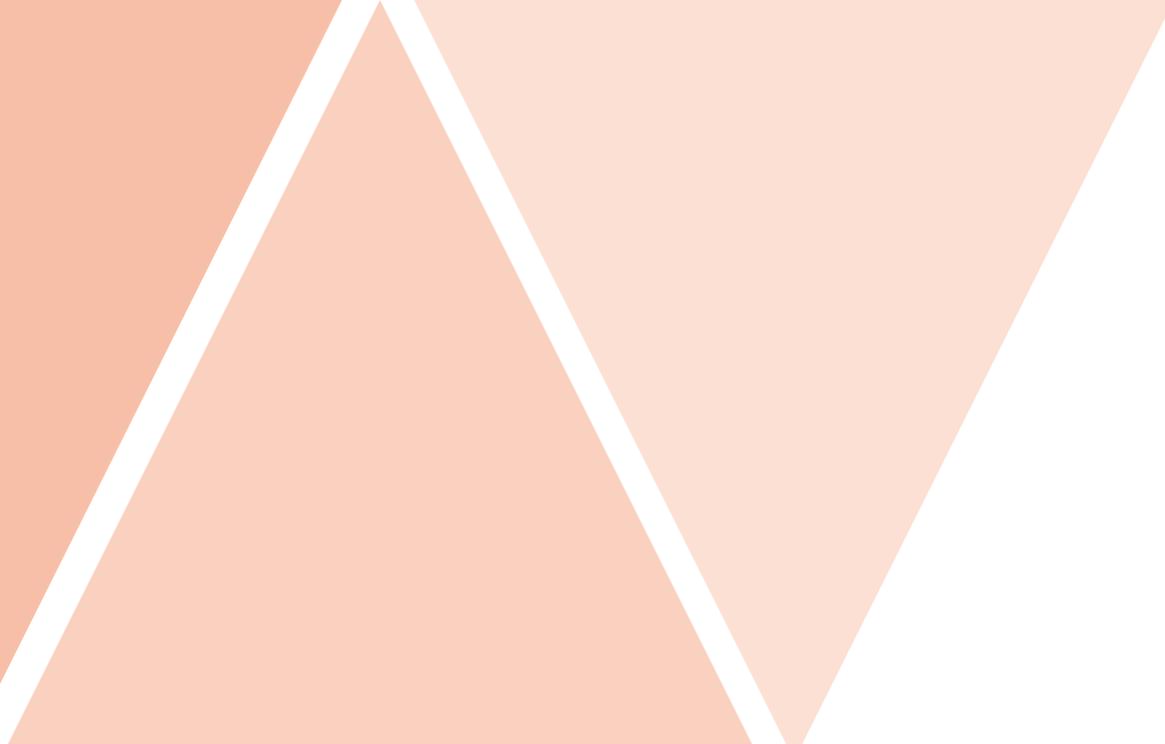
Objeciones de compra durante el proceso de venta de servicios y paquetes turísticos	174
Atención y manejo de objeciones, señales positivas y cierre de la venta	174
Política nacional de turismo	175
Políticas de servicio de una agencia de viajes	176
Política de ventas	177
Política de servicio posventa	177
Políticas de pago	177
Política de garantía	177
Conocer el proceso de registro de las ventas	178
Registro de ventas y organización de una base de datos	178
Organización de una base de datos para la venta de servicios y paquetes turísticos	179
Fases para la organización de una base de datos para la venta de servicios y paquetes turísticos	179
Costos y precios para la venta de servicios y paquetes turísticos	181
10: Atención a la clientela	183
La calidad en el servicio de atención a la clientela	187
Atención a la clientela	187
La clientela de la agencia de viaje	189
Normas de comportamiento para la atención a la clientela de una agencia de viajes	190
Reglas para seguir en la atención a la clientela de una agencia de viajes	192
Cómo manejar las quejas de la clientela	193
Atención a personas con capacidades especiales	194
Recomendaciones para la atención de personas con capacidades especiales	195
11: Anexos	199
12: Bibliografía	203





Introducción

1



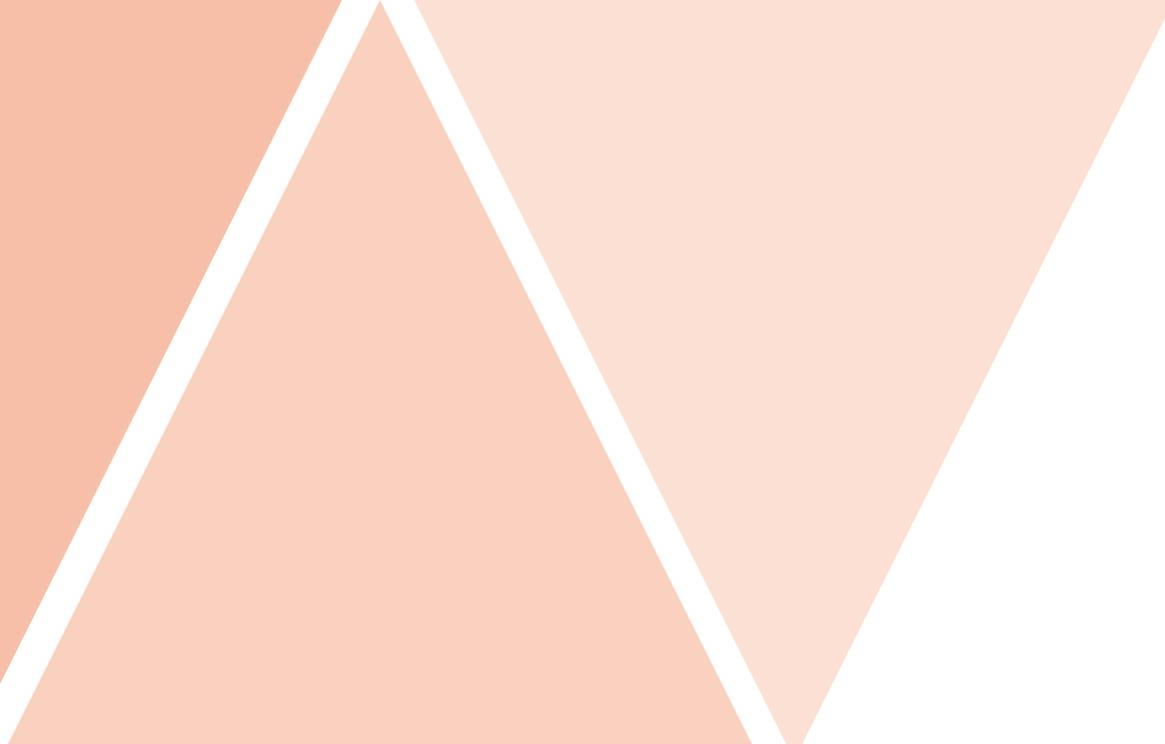
El Ministerio de Educación y VVOB Education for development han visto la necesidad de desarrollar en el estudiantado capacidades permanentes de aprendizaje y competencias integrales que contribuyan a la preparación para el trabajo, el emprendimiento y el acceso a la educación superior.

Ecuador, a corto plazo, se convertirá en un destino importante de turismo comunitario en América Latina. La diversidad de sus cuatro regiones, Galápagos, Costa, Andes y Amazonía, ofrece un potencial natural, cultural, histórico y económico.

Un turismo comunitario y sostenible tiene, como fundamento, buscar el bienestar de la población, mediante la promoción del desarrollo y fuentes de empleo, tomando en cuenta las dimensiones ecológicas, sociales y económicas del turismo. Pretende abrir nuevas oportunidades y alternativas de trabajo para las pequeñas y medianas empresas, así como para los sectores informales y rurales de la economía y, con ello, disminuir la exclusión social y económica, antes que expandir el tamaño total del sector. En ese sentido, la Organización Mundial del Turismo ha definido al turismo sostenible como aquel que “satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro” (Rainforest Alliance, s.f.).

**Objetivo
del manual**

2



El presente documento está diseñado para orientar a docentes del programa de enseñanza de Venta de paquetes y Servicios turísticos en el uso formativo del currículo de Bachillerato Técnico. El propósito de la aplicación de esta herramienta de apoyo es desarrollar en el estudiantado los conocimientos, las habilidades y las actitudes necesarias para trabajar el tema de turismo comunitario.

Esta guía ha sido concebida como herramienta para quienes ejercen la docencia, con base en las normas de competencias laborales del Ministerio de Turismo (Mintur), considerando los Criterios Globales de Sostenibilidad y Turismo Comunitario, mediante una metodología de Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP). Su objetivo es complementar el contenido curricular del Módulo 1 de la figura profesional de Ventas e Información Turística, con aspectos relacionados con el turismo comunitario, en función de fortalecer los conocimientos y las competencias de estudiantes del Bachillerato Técnico (BT) de esta figura profesional.

Debido a que el currículo de BT está estructurado con un enfoque de desarrollo de competencias, esta guía busca promover la autonomía docente, en la perspectiva de mediar en la gestión del aprendizaje y al grupo de estudiantes, como protagonistas de la construcción del conocimiento, a través de actividades prácticas y desafiantes.

Nota importante

El módulo tendrá una duración de 196 horas pedagógicas, que deberán ser distribuidas entre las actividades y los contenidos curriculares. En la presente guía, se incluye un aproximado de la duración de cada actividad; sin embargo, es importante mencionar

que dichos tiempos son únicamente una **recomendación**, por lo que subraya la total libertad de organizarlos de acuerdo con las necesidades de su grupo, siempre que se considere la duración total del módulo y los cronogramas institucionales.



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

**Descripción
del módulo**

3

Módulo 1: Venta de paquetes y servicios turísticos

UNIDADES DE TRABAJO		HORAS PEDAGÓGICAS
UT 1	Visión general del módulo	20 horas
UT 2	Las empresas turísticas	24 horas
UT 3	Las agencias de viajes	20 horas
UT 4	Recopilación y tratamiento de la información	12 horas
UT 5	Servicios y paquetes turísticos	
	5.1. Turismo emisor	30 horas
	5.2. Turismo receptivo	30 horas
	5.3. Turismo interno	20 horas
UT 6	Venta de servicios y paquetes turísticos	20 horas
UT 7	Atención a la clientela	20 horas
TOTAL		196 horas

En cada unidad de trabajo se tomarán en consideración las prácticas del turismo comunitario sostenible en las empresas de turismo, con la intención de ampliar, tanto en docentes como en estudiantes, los conocimientos sobre el turismo comunitario como un valor agregado al desarrollo de las competencias técnicas esperadas para su perfil.

Activación de conocimientos

Realice la activación del conocimiento del grupo de estudiantes. Esto le ayudará a determinar el nivel en que se encuentra el curso.

Sugerencias para activar conocimientos previos

- Los conocimientos previos son el punto de partida para conocer las estrategias que se plantearán en el curso, de acuerdo con el nivel de conocimiento del grupo de estudiantes.
- Antes de activar los conocimientos previos, es importante que converse con sus estudiantes sobre el propósito de esta etapa de aprendizaje y fije acuerdos que le permitan superar las dificultades e interrogantes que se presenten durante el desarrollo de las sesiones de clase.

Proyecto de aprendizaje

La presente guía está elaborada a partir de la metodología de Aprendizaje Basado en Proyectos, que fomenta la construcción del conocimiento y un aprendizaje direccionado hacia el desarrollo de competencias, mediante el estímulo de aspectos transversales, como trabajo en grupo, orden y preparación, gestión de materiales, recursos y tiempo, reparto de tareas e integración del grupo, aplicando criterios del turismo comunitario en las diferentes áreas geográficas donde se desarrolla la actividad turística.

En este contexto, se propone realizar un proyecto de aprendizaje, que deberá desarrollarse a lo largo de las unidades de trabajo durante las sesiones de clase, utilizando el material de apoyo incluido en esta guía. La formulación del proyecto podrá ser flexible para su aplicación en cualquier espacio geográfico.

El proyecto consiste en elaborar una **propuesta de paquetes turísticos comunitarios** que pueda ser aplicada en los establecimientos en los que se vendan paquetes turísticos en donde el grupo de estudiantes del BT de Venta e Información Turística realizan sus prácticas estudiantiles. El objetivo del proyecto apunta a que el estudiantado, mediante el desarrollo de la propuesta, aprenda sobre el turismo comunitario y pueda sugerir a establecimientos turísticos pequeños y medianos de su entorno, la aplicación de procesos para la elaboración de paquetes turísticos comunitarios.

Fase 1: Presentación del proyecto

En esta fase inicial, cada docente presenta a sus estudiantes el proyecto que van a desarrollar. Esta presentación incluye una explicación detallada de la propuesta de paquete, con la intención de que el estudiantado conozca las expectativas y los requerimientos que demanda la elaboración del proyecto. Se recomienda que el proyecto:

- Sea auténtico, es decir, aborde una problemática real del contexto del grupo de estudiantes.
- Esté vinculado con los objetivos de aprendizaje planteados en el currículo.
- Contemple varias estrategias de desarrollo.
- Incluya un producto final.
- Implice un aporte a la comunidad, en su elaboración.

Fase 2: Planificación y organización

En esta etapa, cada docente:

- 1.** Enumera los temas a tratar durante el desarrollo del proyecto.
- 2.** Define, en términos generales, los períodos de clases en los que se trabajarán las distintas fases del ABP.
- 3.** Prepara un cronograma de las actividades a ser desarrolladas por sus estudiantes, que les permita monitorear el avance del trabajo del proyecto según las fases.

A continuación, se integran equipos de 4 estudiantes aproximadamente y se asignan funciones, con el objetivo de promover el trabajo colaborativo y la participación equitativa de sus miembros. Esas funciones pueden ser:

- Coordinación del equipo
- Relatoría (presentación de la información)
- Gestión de los materiales del proyecto

Sugerencias para el trabajo en equipo

- Formular su propia opinión y compartirla con las demás personas.
- Escuchar y respetar a las demás personas.
- Utilizar argumentos para defender sus propias ideas.
- Hacer crítica constructiva frente a otras ideas u opiniones.
- Solicitar a las demás personas que argumenten su opinión.
- Lograr consenso en el grupo.

Fase 3: Indagación

En esta fase, cada equipo de estudiantes realizará una investigación autónoma sobre temas de turismo comunitario que no conocen, con el objetivo de obtener la información necesaria que les permita ir desarrollando el proyecto propuesto. Es indispensable partir de las experiencias y los conocimientos previos del estudiantado, a través de preguntas como: ¿qué sabemos?, ¿qué necesitamos conocer para desarrollar el proyecto? Para este proceso, se recomienda:

- Establecer lo que se necesita investigar.
- Determinar las fuentes de información.
- Acceder a la información.
- Sistematizar la información recogida.

Para introducir y guiar el proceso de investigación sobre turismo comunitario, quien facilita el proceso podrá plantear las siguientes preguntas:

- ¿Qué es turismo?
- ¿Qué saben sobre el turismo comunitario?
- ¿Cuáles son las bases del turismo comunitario?
- ¿Conoce ejemplos de turismo comunitario en el Ecuador o en países de la región?

Se recomienda delimitar el tiempo para esta fase y proveer suficientes materiales y fuentes de consulta para que cada equipo de estudiantes cuente con la información necesaria para desarrollar la propuesta. Sería ideal contactar con una persona experta en el tema de turismo comunitario, para que asista al aula y asesore al grupo de estudiantes en la elaboración de la propuesta.

A continuación, se recomiendan algunas actividades clave en el desarrollo de esta fase, que pueden ser utilizadas como fuente de evaluación formativa:

- Monitorear permanentemente el trabajo de los equipos, a través de preguntas de reflexión que permitan al estudiantado vincular lo que aprenden en la investigación con el desarrollo del proyecto.
- Considerar un momento para que los equipos intercambien sus aprendizajes.
- Sistematizar y visualizar colectivamente los conocimientos adquiridos por los equipos.
- Proponer en los grupos de trabajo una coevaluación y una autoevaluación de las funciones desempeñadas por cada estudiante, asignadas en la fase de planificación.

Los equipos de estudiantes deberán sistematizar la información investigada y organizarla de manera pertinente, con la finalidad de que esta sea clara y concisa para ser utilizada durante el resto del módulo.



Documentos sugeridos para la fase de investigación

- Guía de buenas prácticas de turismo del Ministerio de Turismo del Ecuador
- Guías específicas del Ministerio de Turismo del Ecuador
- Procedimiento de manejo del recurso agua
- Vinculación al desarrollo local
- Procedimiento para el manejo de energía
- Fomento y respeto a las culturas y poblaciones locales
- Rescate y protección del patrimonio histórico cultural
- Procedimiento para la cooperación de conservación de los recursos naturales



Propuesta de documentos

- Plan Estratégico del Turismo Comunitario del Ecuador

https://www.academia.edu/3760492/Propuesta_Plan_Estrat%C3%A9gico_del_Turismo_Comunitario_del_Ecuador

- El turismo comunitario

<http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>

- Parroquia La Avanzada: turismo comunitario actual

https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/_files/200003930-2dac92ea22/EE%2018.7.53%20Parroquia%20La%20Avanzada.%20Turismo%20comunitario%20actual..pdf

- Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el *community-based tourism* desde la comunidad

www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_2.pdf?origin=publish

- Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7YCV1rBUxx0C&oi=fnd&pg=PA7&dq=modelosde+turismo+comunitario+en+ecuador&ots=1XqoRH-cpWk&sig=FcaignYhZzcyEt8IWJDSAg5FTqM#v=onepage&q=modelosde%20turismo%20comunitario%20en%20ecuador&f=false>

- Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural:

www.pasosonline.org/Publicados/9211/PASOS24.pdf#page=9

- Configuración socioespacial del turismo comunitario: caso República del Ecuador

<http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/3430>

Fase 4: Ejecución

En esta fase, el estudiantado aplica los conocimientos adquiridos sobre venta de paquetes y servicios turísticos para elaborar el proyecto. Establecerá la relación entre los temas trabajados en el módulo 1 y la

información sobre turismo comunitario en los servicios turísticos, recabada durante la fase de investigación.

Asimismo, el grupo de estudiantes construirá una lista de cotejo que incluya indicadores de turismo comunitario, a partir de la investigación que desarrollaron, que puedan aplicar en los establecimientos de venta de paquetes.

A partir de la aplicación de esta lista de cotejo, el grupo de estudiantes tabulará y sistematizará la información con la que elaborará su proyecto de paquetes turísticos comunitarios.

Sugerencias para docentes

- Presente el proyecto de aprendizaje a realizarse durante el desarrollo de las unidades de trabajo contenidas en esta guía, sus objetivos y el producto final que se espera obtener.
- Exponga, antes de comenzar cada unidad de trabajo, los componentes del proyecto que se trabajarán, así como el producto (resultado) que se espera lograr en la unidad.
- Para la ejecución del proyecto, salvo otras consideraciones, mantenga los equipos de trabajo asignados inicialmente, con la finalidad de fomentar el trabajo en equipo y la solución de problemas.
- Motive a los equipos de estudiantes a plantear el proyecto al inicio del estudio del módulo formativo, de manera que su desarrollo contribuya a la adquisición de las competencias esperadas.
- Acompañe a los equipos en el desarrollo de la temática que facilitará la realización del proyecto.
- Haga el seguimiento del desarrollo del proyecto y su avance semanal (borradores, investigaciones, inquietudes, etc.).
- Retroalimentar a sus estudiantes a lo largo de todo el proceso.

Fase 5: Socialización

En esta fase, el estudiantado presenta el paquete de turismo comunitario (producto) que elaboró a partir del ABP a la comunidad educativa y a

socios del sector turístico de la zona. Se organizará un concurso intercolegial donde se premiará al mejor proyecto de turismo comunitario.

Para esta fase, se recomienda:

- Considerar aspectos logísticos y de movilización del estudiantado.
- Comunicar previamente a las personas beneficiarias del proyecto (representantes de las comunidades) sobre la visita del grupo y sus fines.
- Apoyar al estudiantado en la preparación del documento final de la propuesta, así como los documentos o recursos adicionales que requiera.
- Una vez efectuada la entrega del paquete de turismo comunitario, realizar una autoevaluación y coevaluación del proceso por parte del estudiantado.
- Preparar una evaluación final de parte de la persona que facilita el proceso.

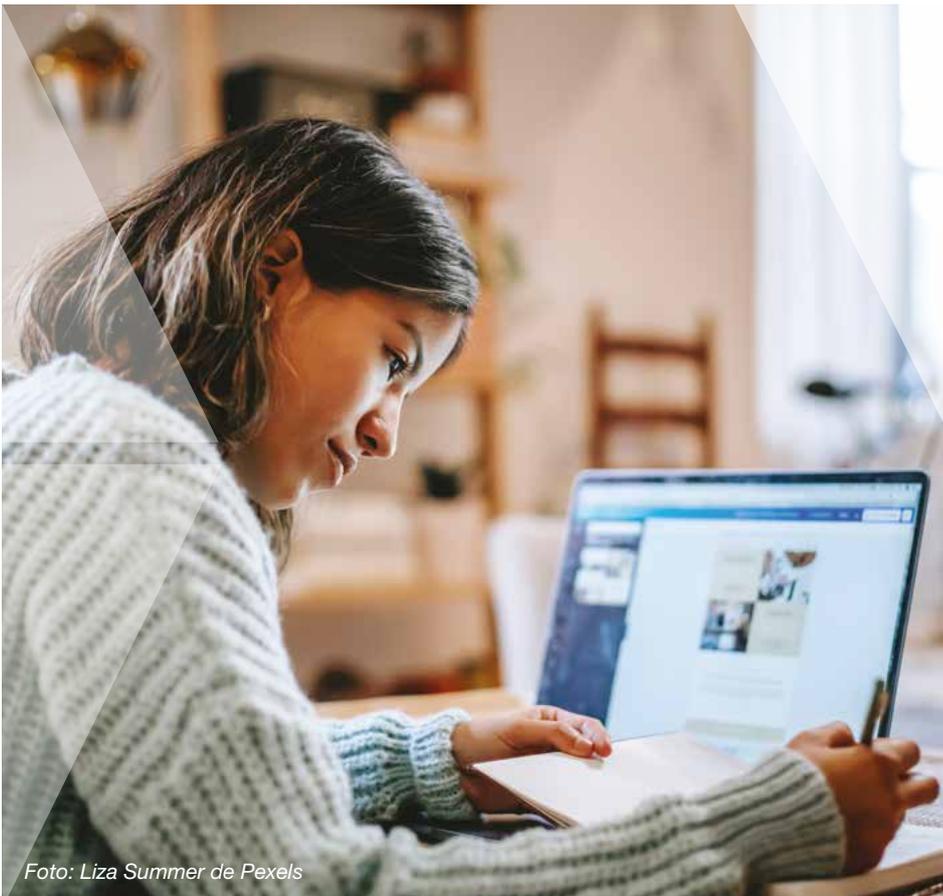


Foto: Liza Summer de Pexels

**Unidad de
trabajo 1:
Visión general
del módulo**

4

En esta unidad, el estudiantado realizará una introducción general al turismo: conocerá la definición, la clasificación y las funciones de las agencias de viajes, la estructura organizacional, los conceptos de productos y paquetes turísticos, la geografía y el patrimonio turísticos, con enfoque en turismo comunitario.



Objetivo de la unidad de trabajo:

Comprender el rol y el funcionamiento de las agencias de viajes y de las personas encargadas de la venta de paquetes dentro del sector turístico.

Procedimiento	Criterios de evaluación
Describir la función de las agencias de viajes en el sector turismo.	<ul style="list-style-type: none">• Argumenta la importancia y las funciones de las agencias de viajes en el sector de turismo.• Explica la diferencia que existe entre un paquete y un servicio turístico.• Describe el rol de las personas que desempeñan funciones técnicas en ventas de paquetes y servicios turísticos.• Identifica los rasgos de personalidad que debe tener una persona encargada de ventas de paquetes y servicios turísticos.• Identifica las competencias de personas que se desempeñan como ejecutivas de ventas de paquetes y servicios turísticos.• Diferencia las funciones de quien vende servicios y paquetes turísticos.
Diferenciar los conceptos de paquetes y servicios turísticos.	
Identificar el rol de quienes desempeñan funciones técnicas en ventas y características de su personalidad.	
Relacionar las competencias de personas que se desempeñan como ejecutivas de ventas, con los atributos personales requeridos para el cumplimiento de ese rol.	
Describir las distintas funciones de quien vende paquetes y servicios turísticos en las agencias de viajes.	
Argumentar la importancia de las capacidades de interacción en el proceso de venta de paquetes y servicios turísticos.	
Secuencia del desarrollo de la actividad	Tiempo estimado de ejecución
1. Activación de conocimientos	20 minutos
2. Términos turísticos	15 minutos
3. Definición y tipos de agencias de viajes	20 minutos
4. Importancia y objetivos de las agencias de viajes	10 minutos
5. Collage sobre funciones de las agencias de viajes	20 minutos
6. Matriz sobre áreas, personal y funciones	15 minutos

7.	Organigrama de una agencia de viajes	15 minutos
8.	Producto, paquete turístico	20 minutos
9.	Ejercicios de ubicación geográfica	25 minutos
10.	Patrimonio turístico	10 minutos
11.	Ideas de turismo comunitario	25 minutos
Proyecto de aprendizaje. Fase 4. Actividad 1		A criterio de cada docente

Generalidades de la venta de paquetes turísticos

El turismo es una de las principales actividades generadoras de ingreso dentro de un país. Por ello, las agencias de viajes deben ofertar paquetes turísticos que sean atractivos e innovadores para quienes los consumen. La venta de un paquete turístico conlleva comprender diferentes aspectos, como qué es el turismo, las motivaciones de viaje, entre otros que harán que las experiencias de viaje sean satisfactorias.

El turismo

Los viajes de ocio o trabajo, en la actualidad, pueden ser adquiridos por la persona que viaja o realiza turismo, utilizando un intermediario (agencias de viajes), o a través de un proveedor de servicios turísticos. La persona interesada en viajar puede acceder a la utilización de dichos servicios durante un período determinado, en una zona o región, y priorizar los atractivos naturales, culturales, así como las actividades que pueda realizar en el destino elegido. Un servicio turístico estará sujeto a un precio sugerido, pactado entre las partes.

Por este motivo, es importante que las empresas turísticas cuenten con profesionales con experiencia en venta de paquetes y servicios turísticos, para que brinden servicios de calidad a la persona que viaja, que garanticen la satisfacción esperada en la compra de un paquete turístico.

Actividad 1. Activación de conocimientos

1. Solicite a sus estudiantes elaborar un pasaporte viajero que incluya la siguiente información:

- Nombres y apellidos completos
 - Fotografía o imagen que le represente (puede dibujarse)
 - Lugares que ha visitado
 - Por qué viajó
 - Comida más exótica que ha probado
 - Lugar de sus sueños
 - Episodio extraño que ha experimentado en su viaje
- 2.** Motive a sus estudiantes para que aporten con unas primeras reflexiones sobre el turismo:
- ¿Por qué viajan las personas?
 - ¿Qué imagen tiene del turismo?
 - ¿Qué servicios buscan las personas cuando viajan?
- 3.** Con las respuestas a las interrogantes planteadas, a manera de conversatorio, pida a sus estudiantes que analicen lo aprendido en clase.
- 4.** Responda preguntas que puedan surgir y motive a su grupo de estudiantes a investigar más sobre las interrogantes planteadas.

Actividad 2. Términos turísticos

- 1.** En equipos de 4 estudiantes, pida que analicen los siguientes términos:
- Cliente
 - Turista
 - Viajero
- 2.** Concluido el trabajo en grupo, con sus estudiantes examine los conceptos y compare con los que se muestran a continuación.
- Cliente: persona que se contacta o relaciona con una agencia, ya sea en el plano familiar o de trabajo, y requiere información o contratar uno de los servicios turísticos que ofrece la empresa.

- Turista: persona que recorre un destino turístico, ya sea por distracción o recreación.
 - Viajero: persona que se moviliza de un lugar a otro utilizando los diferentes medios de transporte (aéreo, terrestre, marítimo).
- 3.** Complemente la información proporcionada por sus estudiantes y revisen las diferencias y la importancia entre cada uno de estos términos.

Agencias de viajes

Se define como la empresa privada intermediaria entre la clientela y los proveedores de servicios turísticos (hoteles, aerolíneas, cruceros, etc.), que organiza, elabora y ofrece toda clase de servicios y viajes turísticos combinados entre sí, para vender y comercializar toda infraestructura que pueda ser utilizada por los turistas en su lugar de destino escogido (CEUPE, 2019).

Actividad 3. Definición y tipos de agencias de viajes

Sugerencias para docentes

- Antes de iniciar, revise la información proporcionada en esta guía, relacionada con las agencias de viajes.
- Durante las actividades, recalque que no existen ideas “correctas” o “incorrectas”, y que no deben preocuparse de la opinión de otras personas de la clase. Recuérdeles que están construyendo juntos el conocimiento.

- 1.** A manera de introducción, formule las siguientes preguntas a sus estudiantes:
- ¿Qué agencias de viajes conocen en las zonas o lugares donde se desenvuelven?
 - ¿Conocen a qué segmento de mercado están enfocadas?
- 2.** Luego, pida a sus estudiantes ubicarse en círculo. En el centro coloque dos papelotes: en el primer papelote escriba “agencia de viajes”; en el segundo “tipos de agencias de viajes”. Entregue marcadores a sus estudiantes.

3. Solicite a sus estudiantes escribir las ideas que surgen en función de los títulos anotados en los papelotes. Esta actividad debe realizarse en un tiempo no mayor a 5 minutos.
4. Lea las ideas e invite a sus estudiantes a subrayar aquellas que consideren que no se relacionan con los temas propuestos.
5. Con sus estudiantes, encierren en un círculo las ideas más importantes.
6. Motive la discusión entre sus estudiantes y, al final, definan el concepto de agencia de viajes y sus tipos.

Clasificación de las agencias de viajes

Las agencias de viajes se clasifican en:



**Metropolitan
Touring**

Mayoristas >

Ofrecen toda clase de servicios y viajes combinados, para su venta a las agencias minoristas que no pueden ofrecerlos directamente a la clientela.

No hay contacto comercial con el público.

- Programan, organizan y ofrecen.
- Paquetes y servicios turísticos.
- Ejecutados por agencias de viajes operadoras.
- Vendidos por agencias de viajes y turismo.

Fuente: www.metropolitantouring.com



Turisa
Agencia de Viajes

Minoristas >

Comercializan los productos de las mayoristas, vendiéndolos directamente a la persona usuaria turística.

Fuente: www.turisa.com.ec

Actividad 4. Importancia y objetivos de las agencias de viajes

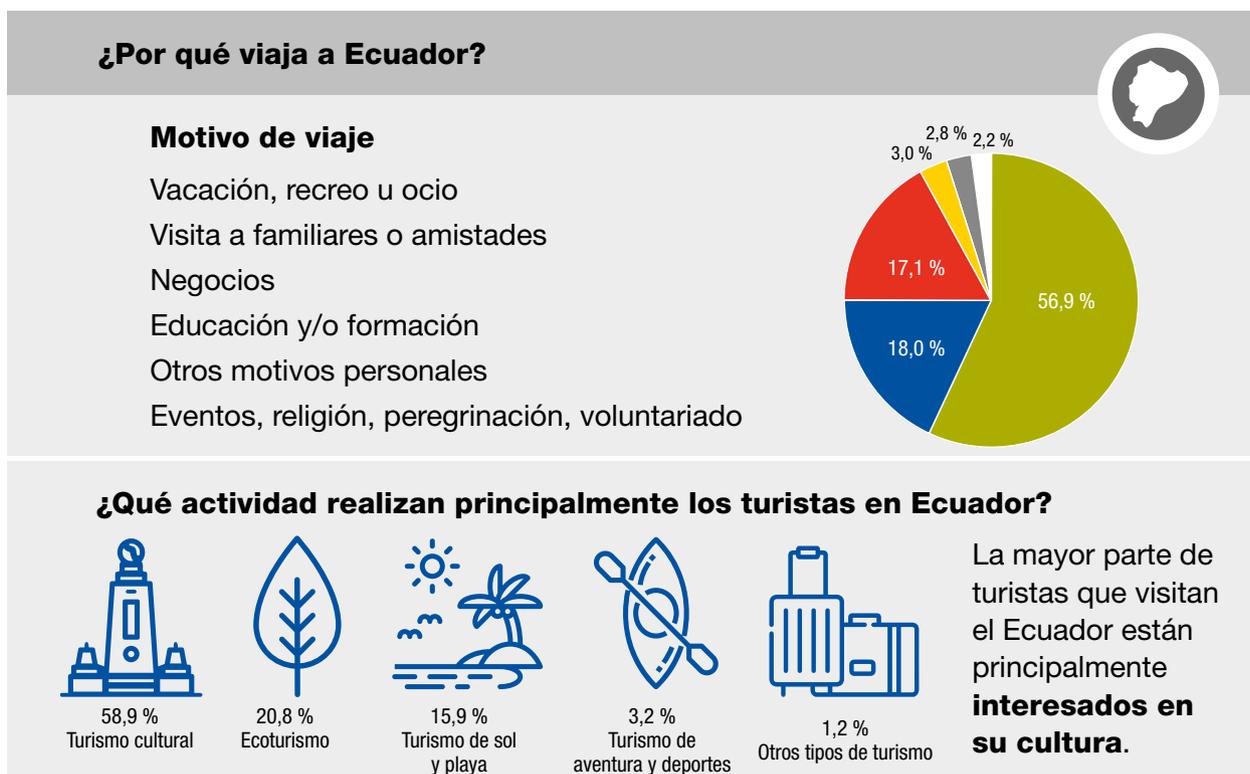
1. Solicite a sus estudiantes que, de forma individual, elaboren una lista de ideas acerca de la importancia y los objetivos de las agencias de viajes.

2. Propicie un conversatorio con sus estudiantes a partir de sus ideas y anote en el pizarrón aquellas que se relacionen con el tema.
3. Una vez anotadas las ideas, formule las siguientes preguntas:
 - ¿Consideran que las agencias de viajes son importantes para la realización de un viaje? ¿Por qué?
 - ¿Piensan que las agencias de viajes analizan dentro de los objetivos la elaboración de paquetes de turismo comunitario? ¿Por qué?
4. Obtenga conclusiones con sus estudiantes.

Importancia y objetivo de las agencias de viajes

Es el enlace y representante profesional entre quienes realizan turismo y las empresas prestadoras de los servicios turísticos. Además, está encargada de la promoción de los destinos locales, nacionales e internacionales.

Las agencias de viajes tienen como objetivo contribuir con el desarrollo de las comunidades, mediante la elaboración de proyectos, capacitación y promoción de los destinos turísticos, según su actividad y motivación.



Fuente: Ministerio del Interior, Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015

Actividad 5. Collage sobre funciones de las agencias de viajes

Sugerencias para docentes

- Revise previamente los contenidos que se incluyen en esta guía e introduzca a sus estudiantes en el tema.

1. Solicite a sus estudiantes que, en equipos de 4, armen un *collage* de las funciones que cumple una agencia de viajes, en el que incluyan aspectos relacionados con el turismo comunitario.
2. Solicite pegar los *collages* en el pizarrón y en conjunto establezcan las funciones que cumplen las agencias de viajes.
3. Trabaje junto con sus estudiantes para lograr que el aprendizaje sea significativo.
4. Obtenga conclusiones del tema y analice la importancia que tiene el turismo comunitario en las actividades de las agencias de viajes.

Funciones de las agencias de viajes en el sector del turismo

La interpretación que se viene haciendo durante los últimos años, sobre los procesos aplicados en el mercado turístico que existen en la actualidad, muestra una percepción generalizada de crisis y agotamiento del modelo turístico.

Con estos antecedentes, se busca crear planes turísticos y dinamizar el sector turístico en el Ecuador, con el fin de que se constituyan en nuevos instrumentos de planificación y gestión de los recursos turísticos, promovidos por el Ministerio de Turismo (Mintur), a partir del mejoramiento de la calidad de los destinos turísticos maduros y la dinamización de los destinos emergentes. Este nuevo modelo de intervención asume los principios de cooperación institucional y subsidiariedad, en la búsqueda de soluciones y compromiso en favor del desarrollo y turismo.

En la práctica, la función persuasiva de las agencias de viajes y operadores definirá su papel en el desarrollo del turismo, mediante el uso de las TIC para alcanzar sus objetivos. Deberán contar con los permisos y requisitos básicos para su operación, que integren aspectos de carácter ambiental, social y económico.

El trabajo en equipo, con la finalidad de obtener réditos económicos para quienes integran las empresas de servicios turísticos y la comunidad, permitirá generar un manejo adecuado del turismo comunitario con beneficios mutuos.



Funciones de las agencias de viajes

Función asesora



Para lograr este propósito, las agencias de viajes deberían contar con:

- Sistemas de reservas
- Internet
- Papelería para la venta de tours
- Banco de datos

Función de intermediaria

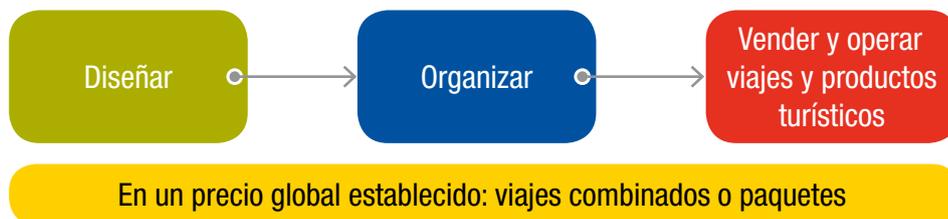


Esta función implica diferentes actividades: tramitar y mediar la reservación, distribuir y vender productos turísticos.

Esta función es básicamente desarrollada por las agencias minoristas, ya que son las que concretan la reserva y la venta de diferentes tipos de servicios.

Función organizacional

Esta función se encarga de:



Función contable

Se relaciona con llevar el control adecuado de los registros contables de las agencias. Estos registros son obligatorios, además de útiles, ya que sirven para conocer el estado financiero en que se encuentra la empresa.

Función social

Es muy importante, pues del buen trato que reciba el equipo de colaboradores dependerá la atención que reciba la clientela. Esto contribuirá al crecimiento de la empresa, a su estabilidad y, muy probablemente, a su expansión.

Función técnica

Se encarga de proyectar, elaborar y poner en marcha productos turísticos. Planificar significa diseñar los pasos que se deben llevar a cabo en los programas que se desea implementar. Diseñar viajes implica investigar a proveedores, hacer contratos, organizar y distribuir las plazas y controlar las operaciones.

Función administrativa

Esta función abarca la planificación, la organización, el mando y el control de todas las actividades que se realizan en la agencia. Algunas, sobre todo las grandes empresas, tienen departamentos que se encargan de desarrollar estas funciones.

Función comercial

Busca conectar a la agencia con el exterior, sea por medio de proveedores como de consumidores, y con ello mejorar las condiciones de ventas y compras de la empresa.

Función financiera

Se refiere a la buena administración de los recursos económicos de la agencia. Para lograrlo, es importante:

- Tener conocimiento y efectuar un análisis de la estructura económico-financiera de la empresa.
- Elaborar y analizar presupuestos.
- Implementar la metodología adecuada para generar ingresos; organizar y supervisar gastos, así como cobros y pagos, para que se realicen de manera oportuna.

Estructura organizacional de la agencia de viajes y funciones del personal

Actividad 6. Matriz sobre áreas, personal y funciones

Sugerencias para docentes

Antes de iniciar, pida a sus estudiantes que, en equipos de 4 integrantes, visiten una agencia de viajes e investiguen el personal que labora.

1. Formule las siguientes preguntas:
 - ¿Cuáles son las áreas con las que cuenta una agencia de viajes?
 - ¿Cuál es el personal que labora en las agencias de viajes visitadas?
 - ¿Cuáles son las funciones o competencias que desarrolla el personal?
2. Solicite a cada equipo elaborar una matriz en la que se encuentren las áreas, el personal y sus funciones.
3. Con sus estudiantes, analicen las diferencias existentes en cada una de las agencias visitadas.

Actividad 7. Organigrama de una agencia de viajes

1. Familiarice a sus estudiantes con la estructura organizacional de una agencia de viajes. Mencione las diferentes áreas que podrían estar integradas en una agencia de viajes.
2. Divida al aula en equipos de 3 estudiantes. Entregue, por sorteo, un área y pida que elaboren el organigrama de cómo estaría organizada esa área.

3. En el pizarrón, coloque un recuadro que diga: “Agencia de viajes”.
4. Cada equipo pasará al pizarrón, de acuerdo con el orden que usted señale, e irá completando el organigrama de la agencia de viajes.
5. Analice con sus estudiantes las funciones o competencias del personal que labora en cada área y cómo aplicaría los criterios de turismo comunitario en la contratación del personal.

Área de ventas, paquetes y servicios turísticos

Una agencia de viajes cuenta con un área de ventas, que se encarga de vender paquetes y servicios turísticos, así como asesorar y gestionar la logística de un viaje de turismo o negocios contratado por la clientela. También brinda información de los productos y destinos turísticos, trámites de estadía y partida, como las rutas para realizar un viaje.

Las agencias de viaje hacen uso de las TIC para realizar su proceso de venta; entre las más habituales están los *softwares* Sabre y Amadeus.

Los sistemas de reservas Amadeus y Sabre permiten tramitar reservas, cambios y cancelaciones. Estos *softwares* no solo se limitan a las aerolíneas, también cubren reservas en otro tipo de actividad turística (EOI. ES, 2015).

AMADEUS
Your technology partner

Sabre®

Personal técnico en ventas: identidad, rol profesional, características personales

Una agencia de viajes debe contar con profesionales con experiencia en ventas, para que la planificación y producción de viajes se adapten a las necesidades de la clientela. Estas personas deben contar con competencias genéricas y específicas como:



- Búsqueda de información
- Orientación estratégica. Orientación a la clientela. Iniciativa
- Adaptabilidad
- Trabajo en equipo y cooperación
- Desarrollar estudios de mercado turístico. Desarrollar y diseñar productos turísticos.
- Supervisar el desarrollo y funcionamiento de los productos.
- Llevar a cabo programas de comercialización turística.
- Gestionar estudios de calidad de los productos turísticos.

Se encargará de organizar y operar servicios y productos turísticos de acuerdo con las necesidades de la empresa, tales como:

- Diseño y organización de productos:
 - Preparación de itinerarios.
 - Programación de actividades sostenibles a desarrollar.
 - Determinación de costos.
 - Fijación del precio final.

- Contratación y selección de proveedores en todo el mundo:
 - Transporte terrestre, aéreo y fluvial
 - Hoteles
 - Agencias de viajes receptoras
 - Restaurantes, guías, etc.
 - Manejo y control de central de reservas
 - Manejo y control de base de datos (clientes y proveedores)
 - Gestión de equipos eventuales, como traslados, guías y operadores

La persona empleada por la agencia de viajes requiere, para su desempeño diario, manejar el siguiente perfil profesional:

- Excelentes habilidades de comunicación
- Trato agradable y amable
- Capacidad de trabajar bien bajo presión
- Interés por los viajes, atractivos naturales y culturales (turismo comunitario)
- Habilidades de trabajo en equipo
- Habilidades en uso de las TIC y de mecanografía (Educa, 2018)



“Un empleado de agencia de viajes debe formarse para gestionar los procedimientos de cambio de divisas y viajes de negocios. El cambio de divisas consiste en la compra y venta de moneda extranjera y en la emisión de cheques de viajero para clientes, así como en la gestión de la transferencia de dinero a clientes mientras están en el extranjero” (Educa, 2018).

Personal ejecutivo de ventas: competencias, atributos personales e inteligencia emocional

Las agencias de viajes deben contar con una primera línea de venta. Es el lugar donde el personal ejecutivo de ventas desempeña sus labores diarias. Es el primer contacto directo con la clientela donde se brinda una atención personalizada e información, asesoría de atractivos y servicios turísticos que comercializa y promociona una agencia de viajes.

Quien se desempeña como agente de viajes, tal como cualquier otro profesional del turismo, debe poseer una buena presentación personal, iniciativa, facilidad de palabra, sentido de responsabilidad; tener un trato amable y atento, así como facilidad para los idiomas.



Realiza investigación social permanente y atiende a las tendencias y modas del mercado turístico.



Realiza ventas, con el objetivo de persuadir a sus clientes a que compren un producto o servicio; en este caso, paquetes de viajes, noches de hotel, excursiones, vuelos, traslados, etc.

Las cualidades de una persona que se desempeña como agente de viajes, cuando se trata de proceder como vendedora, son:

- Actuar de manera extrovertida, tener buena disposición, cortesía y espíritu de servicio.
- Situarse en el lugar de su cliente.
- Ser organizada y prestar la máxima atención a lo que se hace.

Foto: William Fortunato de Pexels

Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

- Razonar rápidamente y con claridad.
- Poseer confianza en el producto o servicio turístico que está vendiendo.
- Ser sensible, atenta, detallista e innovadora.
- Ser equilibrada emocionalmente.

Para lograr una mayor eficiencia y productividad, la persona que se desempeña como agente de viajes debe contar con las siguientes características:

- Conocimiento del sistema turístico y cómo combinarlo de la mejor manera posible
- Conocimiento de la geografía turística nacional y mundial
- Conocimiento de cultura general y lectora asidua de noticias
- Capacidad para producir, programar y operar los servicios que la agencia de viajes comercializa y vende
- Capacidad de negociación
- Conocimiento del mercado turístico
- Capacidad de decisión, retención y síntesis
- Conocimientos de tarifas de hotel, autobús y avión (nacional e internacional)
- Manejo de las TIC y programas como (Excel, Word, Ilustrador y Photoshop)
- Manejo de sistema de reservas (Amadeus, Sabre y Travelport -Galileo o Worldspan)
- Conocimiento y manejo de redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram) de manera profesional
- Conocimiento de lo que son las agencias de viajes *on line*
- Conocimientos de marketing digital (Entorno Turístico, 2019)

Producto, paquete turístico y patrimonio cultural

El producto turístico es considerado como el conjunto de atractivos, servicios, infraestructura, equipamiento y establecimientos turísticos que satisfacen las necesidades y los requerimientos de turistas.

Un paquete turístico es el resultado de la combinación de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, atractivos naturales y culturales), que se promociona en busca de un beneficio común y la satisfacción del turista.



Actividad 8. Producto y paquete turístico

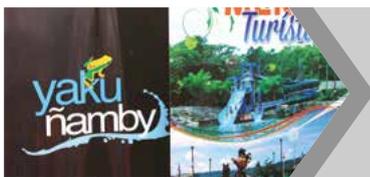
Sugerencias para docentes

Previamente, descargue el siguiente video: Video Institucional Empresa Pública de Turismo Ciudad Mitad del Mundo, Ecuador, enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=SGeqJUk-pGw#action=share>

1. Projete el video a sus estudiantes. Durante la proyección del video, solicite que anoten lo observado y pregunte:
 - ¿Creen que lo que observaron corresponde a un producto, a un paquete turístico o a ninguno? Motive a que argumenten su respuesta.

2. En equipos de 4 estudiantes, pida que elaboren una matriz en donde preparen una lista de ideas de lo que entienden por los términos: “producto turístico” y “paquetes turísticos”. Solicite que escriban las semejanzas y diferencias entre estos.
3. Genere un conversatorio en el que se presenten las ideas de los equipos y, junto con sus estudiantes, construyan los conceptos de producto y paquete turístico.
4. Pídales que establezcan diferencias y semejanzas entre los dos términos.
5. Obtenga conclusiones y aspectos positivos de la actividad.

Aclaración de los servicios incluidos en un tour y los que no se incluyen en el paquete



Nombre sencillo: que sea fácil de entender sugestivo para la clientela, que le motive a comprarlo.



Diseño geográfico: una representación del recorrido, generalmente con un mapa.



Inventario de recursos: atractivos turísticos que pueden ser visitados.



Inventario de la planta turística: prestadores de servicios turísticos.



Ruta definitiva: lista de atractivos y recursos a ser visitados.



Programación diaria: descripción detallada de las actividades a realizar en los diversos atractivos.

Fuente: CEUPE, 2019.

Tipos de paquetes turísticos

- **Programas de estancias:** combinan un medio de transporte y estancia (playa).
- **Circuitos (terrestres, aeroterrestres y larga distancia):** comprenden recorridos combinados con un medio de transporte aéreo o terrestre.
- **Viajes alternativos:** son ofertas especiales con destinos inéditos, medios de transporte y alojamiento no frecuente (aventura, montañismo, vacaciones activas).
- **Viajes a medida:** se elaboran de acuerdo con el requerimiento y precio global.

Actividad 9. Ejercicios de ubicación geográfica

Sugerencias para docentes

Antes de iniciar, revise la información que incluye la guía en relación con la geografía turística y gestión ambiental.

1. Solicite a sus estudiantes que escriban en sus cuadernos lo que entienden por geografía y geografía turística.
2. Con sus estudiantes, anoten en el pizarrón las ideas generadas y obtengan un concepto de los términos propuestos.
3. Solicite un mapa del Ecuador.
4. Realice ejercicios de ubicación geográfica.
5. Pida a sus estudiantes que, en una matriz, indiquen el tipo de atractivos turísticos que conocen en cada región.

Provincia	Sierra	Costa	Amazonía

Geografía turística y gestión ambiental

Para elaborar un paquete, la persona técnica y la que se desempeña como agente de ventas deben considerar los factores geográficos de la actividad turística que influyen en la generación de un producto o servicio turístico comunitario.



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Factores naturales paisaje turístico

Condiciones climatológicas. Vegetación (ecoturismo)



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Factores culturales

Cultura popular. Herencia histórica. El arte.
La religión. Vegetación (ecoturismo)

Actividad 10. Patrimonio turístico

1. Previo a la sesión, en equipos de 3 estudiantes, solicite que investiguen:
 - ¿Qué es el patrimonio cultural?
2. En el pizarrón, anote las palabras “patrimonio cultural” y pídale, a manera de juego de “párame la mano”, escribir la mayor cantidad de ideas relacionadas con los términos.
3. Con sus estudiantes, analicen los términos escritos en el pizarrón, tache las ideas repetidas y genere un concepto de los términos.

Actividad 11. Ideas de turismo comunitario

1. Solicite a sus estudiantes investigar acerca del patrimonio turístico más importante de cada provincia y registrarlo en una matriz.
2. En el pizarrón, escriba la lista de las provincias de Ecuador y pida a sus estudiantes que anoten el patrimonio cultural más importante de cada una de ellas.
3. En parejas o equipos de 3 estudiantes, solicite que establezcan los criterios de turismo comunitario que se deberían aplicar para conservar el patrimonio. Asigne una provincia a cada equipo.
4. Organice una plenaria para que cada equipo exponga sus propuestas.
5. A manera de conclusión, anote las propuestas (sin repetir las) y destaque aquellas que sean más originales.

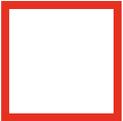
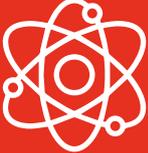


Foto: Edu Carbonetti de Pexels

El patrimonio turístico

Uno de los elementos que se debe incluir en la conformación de un paquete turístico es el patrimonio turístico con el que cuenta un país o región. El paquete debe estar conformado por los atractivos turísticos, la planta turística, la infraestructura y la superestructura turística.

El patrimonio turístico se clasifica en:

 <p>Patrimonio cultural</p>	 <p>Patrimonio natural</p>	 <p>Patrimonio cultural-natural</p>	 <p>Patrimonio construido</p>	 <p>Patrimonio intangible</p>
 <p>Museos/Colecciones de arte</p>	 <p>Museos/Colecciones de ciencias naturales</p>	 <p>Museos mixtos Colecciones culturales-naturales</p>	 <p>Casas históricas</p>	 <p>Carnavales</p>
 <p>Museos/Colecciones de ciencia y tecnología</p>	 <p>Jardines botánicos</p>	 <p>Sitios arqueológicos</p>	 <p>Recintos religiosos</p>	 <p>Rituales y celebraciones</p>
 <p>Museos/Colecciones de antropología</p>	 <p>Zoológicos y acuarios</p>	 <p>Museos - Comunidad</p>	 <p>Centros históricos Cementerios</p>	 <p>Expresiones artísticas</p>
 <p>Museos/Colecciones de historia</p>	 <p>Parques naturales</p>	 <p>Paisajes culturales</p>	 <p>Construcciones militares</p>	 <p>Saberes tradicionales</p>

Fuente: De Carli, 2006

Proyecto de aprendizaje

Fase 4: Ejecución

Actividad 1: Selección del sitio por parte de estudiantes para el desarrollo del proyecto de aprendizaje

1. Solicite a sus estudiantes que elijan el sitio o lugar donde plantearían un proyecto de turismo comunitario. Dicho proyecto puede estar ubicado en Sierra, Costa, Amazonía o región Insular.
2. La presentación del documento deberá incluir:
 - Nombre del sitio
 - Justificación de la elección del sitio
 - Marco teórico del lugar elegido que contemple:
 - Ubicación geográfica
 - Clima
 - Facilidades de acceso
 - Economía de la zona

**Unidad de
trabajo 2:
Las empresas
turísticas**

5

Las empresas turísticas, en la actualidad, mantienen un adecuado manejo de sus recursos económicos, humanos y técnicos, que les permite satisfacer la demanda de su potencial cliente (turista), con el fin de ofertar productos y servicios turísticos de calidad.



Foto: Baihaki Hine de Pexels

Objetivo de la unidad de trabajo:

Identificar los diferentes tipos de empresas turísticas, su estructura organizativa, funciones, productos y servicios que ofertan, como escenarios de trabajo del sector turismo.

Procedimiento	Criterios de evaluación
Explicar el rol que juegan las empresas turísticas en el sector turismo y su evolución histórica.	<ul style="list-style-type: none">• Conceptualiza el rol que juegan las empresas turísticas en las actividades del sector turismo.
Caracterizar los productos y servicios que ofertan los distintos tipos de empresas turísticas.	<ul style="list-style-type: none">• Diferencia las particularidades de la actividad principal de cada tipo de empresa turística.
Describir la estructura organizativa y funcional de las empresas turísticas, según su actividad principal.	<ul style="list-style-type: none">• Distingue las funciones de las áreas o los departamentos de los diferentes tipos de empresas turísticas.
Establecer las diferencias existentes entre una empresa turística y una asociación empresarial.	<ul style="list-style-type: none">• Identifica las funciones de las instituciones que rigen la actividad turística.
Secuencia del desarrollo de la actividad	Tiempo estimado de ejecución
1. Tipos de empresas turísticas	20 minutos
2. Estructura organizativa de la empresa turística	20 minutos
3. Productos y servicios turísticos	30 minutos
4. Asociaciones empresariales de turismo	30 minutos
Proyecto de aprendizaje. Fase 4. Actividad 2	A criterio de cada docente

La empresa turística

Es el aparato productivo social y económico, que administra los elementos productivos de una región o país, para convertirlos en bienes de consumo o servicios. Será capaz de gestionar, innovar, emprender y promover la actividad de los servicios turísticos de una determinada zona, región o país.

Como cualquier otra empresa, la importancia de una empresa turística gira en torno de llevar a cabo actividades y funciones relacionadas con los mercados productivos y con los mercados de productos y servicios, que han venido evolucionando durante su aparición, a partir del año 1945. Desde entonces, el turismo se convirtió en una industria internacional significativa para el desarrollo económico y social de un país. Las empresas turísticas han evolucionado con la especialización de las empresas, con fusiones empresariales verticales y horizontales, lo que ha dado origen a diferentes niveles operativos en varios segmentos del mercado.

El incremento de aerolíneas internacionales, el progreso significativo de la tecnología informática y la creciente flexibilidad en la programación de viajes han favorecido a la estructura y los atributos en la industria del turismo. Ello ha originado:



Acceso a vacaciones a diferentes grupos socioeconómicos



Globalización del turismo aéreo



Flexibilidad en los viajes organizados



Servicios turísticos especializados



Desarrollo informático para gestionar un viaje



Reconocimiento gubernamental al turismo

Fuente: Rivas, 2014

Actividad 1. Tipos de empresas turísticas

1. Solicite que, en equipos de 4 estudiantes, respondan las siguientes interrogantes:

- ¿Qué rol cumplen las empresas turísticas en el sector de turismo del país?
- ¿Cuál es la importancia de las empresas turísticas?
- ¿Qué actividades forman parte de las empresas turísticas?
- ¿Qué tipos de empresas turísticas existen?

2. Solicite a sus estudiantes presentar los tipos de empresas turísticas, su estructura y las funciones que cumplen.

3. Con la participación de cada equipo, obtenga conclusiones de los trabajos.

Evolución de las empresas turísticas

Para conocer la evolución de las empresas turísticas, es importante conocer, como antecedente, el origen y la evolución de las empresas en general. Estas nacieron con negociantes independientes, talleres de artesanos y gremios durante la Edad Antigua, y empezaron a fortalecerse como empresas grandes, después de las revoluciones burguesas y el desplome de la monarquía en el mundo. De esta forma, quienes realizaban actividades comerciales expandieron sus negocios y fueron adquiriendo los medios de producción y los talleres artesanales.

Los diversos tipos de empresas presentados a través de los siglos son el resultado de las necesidades económicas y sociales de la humanidad.

Reflexión turística:

“El mundo de los viajes camina hacia la personalización de la experiencia y la digitalización” (CONFEBUS, 2019).

Empresas turísticas y su clasificación

Se clasifican según su relación con la clientela. Pueden ser empresas directas o indirectas, y según el sector específico o actividad empresarial a la que pertenezcan.

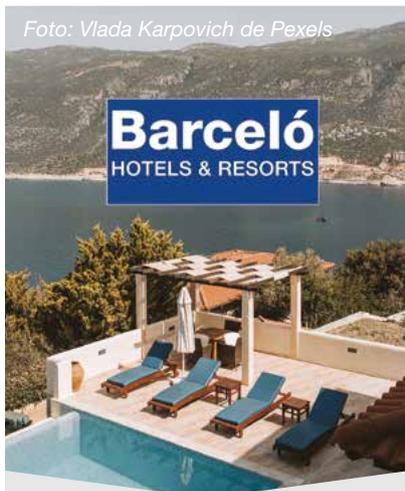
Por el sector, se clasifican en:

- **Sector primario:** son elementos básicos. Se encuentran directamente otorgados por la naturaleza.
- **Sector secundario:** agrupa todas las actividades industriales, es decir, los procesos de transformación.
- **Sector terciario:** integra todas las actividades que tienen como elemento básico el elemento humano que facilita servicios.

Se caracterizan por:

- Su forma jurídica
- Su tamaño
- El sector productivo donde se desarrolla la actividad
- Las relaciones con la clientela (Ramírez Cavassa, 2007)

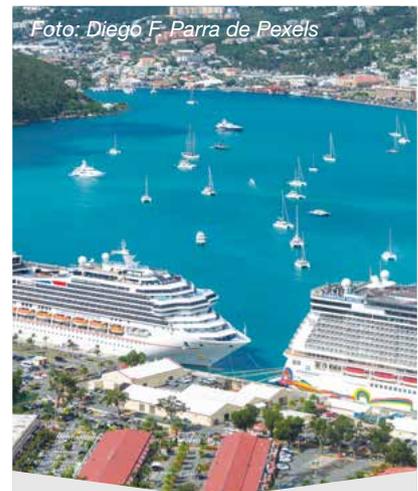
Tipos de empresas turísticas



Empresas turísticas directas: son aquellas cuyos bienes o servicios son adquiridos o contratados directamente por turistas, como hoteles, o restaurantes.



Empresas turísticas indirectas: son aquellas que producen para otras empresas, que después trasladan sus servicios o productos a turistas.



Empresas turísticas según su actividad empresarial: aquí es donde se identifican los diferentes factores y tipos de empresas que intervienen dentro de la cadena de consumo de turistas en un destino turístico (Boulló, 2006).

El sector turístico depende de diferentes organismos empresariales que la conforman y son parte importante de las empresas turísticas. Estos son:

- **Empresas de transporte y auxiliares:** transporte aéreo, terrestre y marítimo (cruceros).
- **Empresas de alojamiento:** hoteles, pensiones, apartamentos turísticos.
- **Empresas de alimentos y bebidas:** restaurantes, bares, catering.
- **Empresas de intermediación:** destacan tour de operadores y agencias de viajes.
- **Empresas dirigidas a actividades culturales y de ocio:** teatros, espectáculos, discotecas, zoológicos, parques de atracciones.
- **Empresas comerciales:** venta de productos para turistas, souvenirs, ropa, recuerdos.

Actividad 2. Estructura organizativa de la empresa turística

Sugerencias para docentes

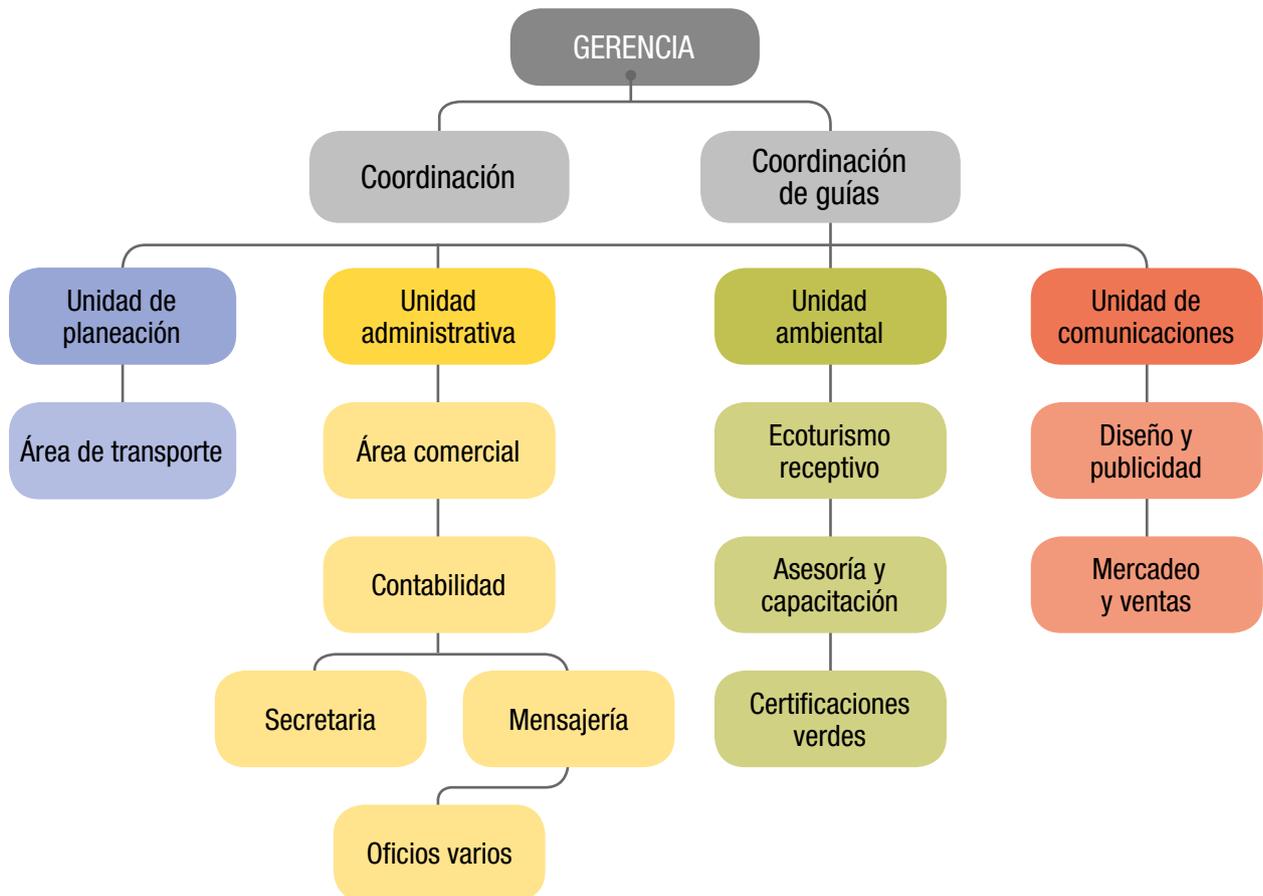
Antes de desarrollar la clase, solicite a sus estudiantes sus aportes para estructurar un organigrama de las empresas turísticas.

1. Divida la clase en 3 equipos y asigne una de las siguientes preguntas:
 - Si usted estuviera a cargo de la gerencia-administración de una empresa de turismo comunitario, ¿cómo organizaría cada unidad de la empresa?
 - ¿Cuál considera que es la línea de mando en la empresa turística?
 - ¿Qué unidad o área considera imprescindible en una empresa turística?
2. Solicite a una persona voluntaria anotar los aportes de cada equipo en el pizarrón.
3. Con los insumos proporcionados por sus estudiantes, elaboren en plenaria el organigrama estructural de una empresa turística, con sus respectivas unidades y áreas, así como las líneas de mando.

4. Solicite a cada estudiante escoger qué unidad o área le gustaría dirigir en una empresa turística, y explicar el porqué en sus cuadernos.
5. Agrupe a sus estudiantes según la unidad o área elegida y pida que un representante explique al resto de la clase el porqué de la elección.
6. Cierre la actividad con un conversatorio con las conclusiones obtenidas por sus estudiantes en esta actividad.

Estructura organizativa y funciones de una empresa turística

En la actualidad, está ligada con la incorporación de las TIC en la empresa turística, seguida de cambios en el modelo organizacional interno, que reemplazan las burocracias verticales por una empresa horizontal. Ello favorece el surgimiento de las nuevas empresas en red. Su objetivo es alcanzar la eficacia de la organización, por medio del desarrollo de una competitividad empresarial, flexibilidad y agilidad en el intercambio de información.



Fuente: Acerenza, 2006

Funciones de una empresa turística

Las empresas turísticas del Ecuador están enfocadas en cumplir una serie de funciones y normas, que persiguen para sacar su negocio adelante. Para ello, ofertan paquetes para el turismo comunitario, alineados con las regulaciones gubernamentales y la ley de turismo vigente en el país. Las funciones de una empresa turística son:



Fuente: López López & Curiel, 2010

Foto: Sora Shimazaki
de Pexels



Función del personal: hace referencia a las actividades de reclutamiento y selección del personal: integración, remuneración y valoración de puestos de trabajo.

Foto: Flickr Ministerio
de Turismo Ecuador



Función de compras: son actividades que se realizan para proveer a la empresa de las materias primas, contratación de suministros y servicios necesarios para desarrollar su actividad.

Foto: Freepik.com



Función de investigación: son actividades dedicadas al desarrollo técnico y tecnológico de los productos y servicios, de la forma de producirlos, prestarlos y de mejorar su calidad.

Foto: Flickr VVOB
Imágenes Ecuador



Función de operaciones o producción: son actividades que transforman los recursos en productos o servicios.

Foto: Pexels.com



Función de contabilidad y registro: es la utilización de un sistema de gestión de la información eficaz, para servir de apoyo a las decisiones empresariales.

Foto: Karolina
Grabowska de Pexels



Función financiera: son actividades para recaudar fondos financieros y dinero para desarrollar las actividades empresariales.

Foto: Flickr Ministerio
de Turismo Ecuador



Función comercial: son actividades como publicidad, venta, transporte, distribución y almacenamiento, que llevan el producto final o servicio hasta la clientela.

Actividad 3. Productos y servicios turísticos

Sugerencias para docentes

Revise los tipos de productos y servicios turísticos que se incluyen en la guía.

1. Escriba en el pizarrón los diferentes tipos de productos y servicios turísticos.
2. Divida al aula en 5 equipos de trabajo y entregue a cada uno un papel en el que consten dos productos y servicios turísticos.
3. Solicite a sus estudiantes escribir un concepto de cada producto o servicio y un ejemplo de cada uno de ellos.
4. Pida que un representante de cada equipo anote las ideas generadas y el ejemplo. Elaboren un listado con los tipos de productos y servicios propuestos.
5. Motive a sus estudiantes a analizar la importancia de cada tipo de producto y servicio expuesto por el resto de la clase.
6. Anote las conclusiones a las que llega el grupo.

Productos y servicios de una empresa turística

Las empresas turísticas ofrecen servicios y productos de manera física y digital, muy importantes en la cadena productiva del sector turístico. Se las puede considerar como las intermediarias entre cliente/turista y los servicios y productos ofrecidos en un destino turístico.

Es importante acotar que las empresas turísticas (agencias de viajes) no son propietarias de los servicios y productos.

Figura: Productos y servicios de una empresa turística

Las agencias de viajes no están alejadas del desarrollo de las TIC y se han visto obligadas a evolucionar a la par que sus clientes/turistas son más exigentes y cuentan con mayor información cuando se trata de viajar, tienen a su disposición la internet, teléfono, redes sociales o los servicios que ofrecen las empresas turísticas.

Los productos y servicios turísticos que ponen las agencias de viajes a disposición de clientes/turistas son:

Fuente: Entorno Turístico, 2019



- Alojamiento
- Transportación
- Alimentos
- Traslados
- Renta de autos
- Circuitos turísticos
- Excursiones
- Guía de turistas
- Paquetes turísticos
- Cruceros
- Excursiones locales
- Seguros de viaje
- Visas y permisos
- Congresos, seminarios y convenciones
- Espectáculos, eventos culturales, deportivos, ferias y exposiciones
- Estudios en el extranjero o intercambios juveniles
- *Wedding planner*

Fuente: Gonzales Cobreros, 1996

Producto turístico: conjunto de componentes tangibles e intangibles (recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos).

Servicios turísticos: conjunto de actividades dirigidas a producir beneficios personales que satisfagan las necesidades de clientes/turistas y ayuden al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.

Instituciones que rigen la actividad turística

Actividad 4. Asociaciones empresariales de turismo

1. Organice la clase en equipos de trabajo de 3 a 4 estudiantes, considerando género, etnia, actitud cooperativa y motivación.

2. Solicite a sus estudiantes desarrollar una investigación bibliográfica referente a la participación de las empresas, las asociaciones y los gremios de turismo en el Ecuador, y citar algunos ejemplos.
3. Para esta investigación, sugiera a sus estudiantes visitar la página: <http://optur.org/acerca-de-optur/>
4. Pida a sus estudiantes identificar las estrategias usadas por OPTUR y sus asociados para fomentar el desarrollo sostenible del turismo comunitario, en una zona o región a su elección.
5. Elija al azar un equipo y nombre un representante para que anote en el pizarrón las estrategias que cada equipo plantea.
6. Analice con sus estudiantes las ventajas y desventajas para realizar un turismo comunitario.

Las asociaciones empresariales de turismo

Las asociaciones empresariales de turismo son empresas del sector turístico que tienen ciertos intereses en común y trabajan conjuntamente bajo el mismo nombre de un organismo establecido y gestionado por ellas, con un solo objetivo en común, se denominan asociaciones empresariales de turismo.

Sus características son:

- Se consideran como agrupaciones constituidas y organizadas democráticamente.
- Realizan una actividad de forma colectiva y constante.
- No tienen ánimo de lucro.
- Trabajan de forma independiente del Estado, los partidos políticos y las empresas.

Entre las funciones que cumplen las asociaciones de turismo se encuentran:

- Fortalecer el desarrollo integral de la operación turística del turismo emisor, receptivo e interno del país.
- Representar a las personas asociadas en todas las instancias de participación del sector turístico (cuerpos colegiados del sector privado), y en aquellos de constitución mixta que se encuentren vigentes o se crearen a futuro.

A continuación, se presentan líneas de trabajo que realizan las asociaciones de turismo en el Ecuador:

- **Formación:** oferta y desarrollo de formaciones especializadas en turismo.
- **Publicaciones:** documentos e investigaciones relacionadas con turismo.
- **Jornadas y congresos:** espacios para el debate e intercambio de conocimiento y experiencia entre profesionales del turismo.
- **Calidad y certificación:** para empresas de turismo que trabajan con los mejores estándares del sector (turismo sostenible).
- **Proyectos:** innovación y desarrollo en materia de turismo.
- **Servicios:** Variados y ventajas para los socios (Goecuador, 2019).

***OPTUR** liderará el turismo receptivo en el Ecuador, fomentando la actividad responsable con el medioambiente, la comunidad y el mercado, mediante la formación de sus miembros, dentro de los más altos estándares de desempeño, y el impulso de normativas profesionales y éticas. Defender los derechos de los asociados a través de la participación en las decisiones políticas que afectan al sector y en la promoción del país a nivel nacional e internacional. Promover la integración, comunicación y unidad de sus asociados (OPTUR, 2019).*



Proyecto de aprendizaje

Fase 4: Ejecución

Actividad 2. Levantamiento, recopilación y tratamiento de la información para la elaboración de paquetes turísticos

1. El estudiantado deberá realizar una investigación de mercado que le permita conocer los productos y servicios turísticos que ofrecen las diferentes empresas.
2. Investigar la afluencia de turistas a la zona elegida inicialmente.
3. Elaborar una matriz que contenga los servicios, productos y atractivos que sirvan de insumo para elaborar el paquete turístico.



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

**Unidad de
trabajo 3:
Las agencias
de viajes**

6

La agencia de viajes proporciona una asistencia minorista, mediante la oferta de productos y servicios de forma directa a su cliente/turista. Una agencia de viajes vende un paquete que ofrece un mayorista de turismo. A su vez, vende boletos aéreos, como intermediaria de las líneas aéreas.



Foto: Freepik.com

Objetivo de la unidad de trabajo:

Caracterizar las funciones de las agencias de viajes, según su tipología, así como la evolución histórica que han experimentado en el Ecuador y el mundo.

Procedimiento	Criterios de evaluación
Establecer las funciones que cumple cada una de las áreas o departamentos de una agencia de viajes.	<ul style="list-style-type: none">Reconoce la función de cada área o departamento de una agencia de viajes.
Describir la evolución histórica de las agencias de viajes en el Ecuador y el mundo.	<ul style="list-style-type: none">Explica la evolución histórica de las agencias de viajes en el Ecuador y el mundo.
Diferenciar la función asesora, mediadora y productora que cumple una agencia de viajes, y caracterizar cada una de ellas.	<ul style="list-style-type: none">Ejemplifica las funciones: asesora, mediadora y productora de una agencia de viajes.
Identificar las funciones específicas que cumplen los diferentes tipos de agencias de viajes.	<ul style="list-style-type: none">Caracteriza los diferentes tipos de agencias de viajes.
Secuencia del desarrollo de la actividad	Tiempo estimado de ejecución
1. Evolución histórica de las agencias de viajes	15 minutos
2. Activación de conocimientos	20 minutos
3. Organigrama por áreas de una agencia de viajes	30 minutos
4. Visita a una agencia de viajes cercana	60 minutos
5. Tipos de agencias de viajes	25 minutos
Proyecto de aprendizaje. Fase 4. Actividad 3	A criterio de cada docente

Agencias de viajes

Las agencias de viajes constituyen un elemento propio de la actividad turística. Forman parte del sistema turístico y tienen como función principal presentar productos de calidad que satisfagan las necesidades de quienes consumen.

Actividad 1. Evolución histórica de las agencias de viajes

1. Forme equipos de 3 estudiantes para que respondan la siguiente pregunta:

- ¿Cuáles son los principales momentos históricos que conoce sobre la evolución de las agencias de viajes en el Ecuador y el mundo?

2. Comparta las respuestas y desarrolle la temática en función de estas.

Evolución histórica de las agencias de viajes en el Ecuador y el mundo

La evolución histórica de las agencias de viajes en el Ecuador hace alusión a varios acontecimientos y protagonistas importantes en la historia del país, relativos al crecimiento del sector turístico. Aunque en varias partes de la historia no se tenía conocimiento sobre esta actividad, furtivamente se aportaba para establecer, con el tiempo, el sistema turístico nacional.

Durante varias etapas de la historia ecuatoriana han intervenido las sociedades de nómadas, agrícolas y estatales, sin dejar de lado la presencia incásica, la Colonia, la Independencia y República.

El país ha tenido sucesos históricos importantes que contribuyeron al desarrollo del turismo nacional relacionado con la naturaleza (ecoturismo/turismo comunitario), lo cual generó los viajes de aventura. Entre ellos están:

- Se corona el Cotopaxi en 1872.
- Se corona el Chimborazo en 1880.

En la década de los años 40, según Caiza y Molina (2012), se experimentó el mayor impulso al sector turismo en el Ecuador.



Para inicios de 1900, en Ecuador existían ciertos hoteles que fueron fundamentales para el desarrollo del turismo.

La primera agencia de viajes se creó en 1947: Ecuadorian Tours. Esta agencia, hasta el momento, mantiene un flujo de turistas muy atractivo, e inició con la planificación de paquetes, recorridos y visitas por el país.

Metropolitan Touring se creó en 1953. Fomentó de manera ardua el turismo del Ecuador, así como aportó con la construcción de carreteras y terminales, promociones turísticas y organizaciones. Ello promovió el turismo interno y la acogida de visitantes del exterior.

En 1956 apareció Turismundial.

El 27 de diciembre de 1994 se creó el Ministerio de Turismo, entidad que buscó fortalecer e impulsar la actividad turística.

Actividad 2. Activación de conocimientos

1. Reflexione con sus estudiantes a partir de las respuestas dadas a las siguientes preguntas:

- ¿Qué importancia tienen las agencias de viajes en el sector turístico?
- ¿Cuáles son las características esenciales de una agencia de viajes?
- ¿Considera que una agencia de viajes nacional tiene el mismo organigrama funcional que una agencia de viajes internacional? Explique su respuesta.

2. Exponga imágenes de una agencia de viajes y formule las siguientes preguntas a sus estudiantes:

- ¿Qué reconocen en las imágenes?
- ¿Qué imágenes son familiares?
- ¿Por qué las conoce?
- ¿En qué contexto las vio anteriormente?
- ¿Qué representa cada una de ellas?

3. Genere un conversatorio en el cual solicite a sus estudiantes obtener conclusiones a partir de las respuestas a las interrogantes planteadas y construyan el conocimiento del tema.

Actividad 3. Organigrama por áreas de una agencia de viajes

1. En equipos de 4 integrantes, pida a sus estudiantes construir un organigrama que incluya las áreas que consideran que existen en una agencia de viajes.

2. Una vez concluido el trabajo en equipos, analice con sus estudiantes los organigramas propuestos, y comparen con el organigrama que se muestra más adelante.
3. Complemente la información aportada por sus estudiantes con los contenidos de la guía.
4. A partir del análisis efectuado con toda la clase, invite a sus estudiantes a reflexionar e intervenir a partir de las siguientes preguntas:
 - ¿Consideran que el organigrama elaborado por ustedes puede ser aplicado a cualquier tipo de agencia de viajes? Expliquen su respuesta.
 - ¿Qué aspectos creen que pueden influir para que un organigrama cambie de una agencia a otra?
 - Si tuvieran que organizar una agencia de viajes, ¿qué área siempre deberían considerar para su buen funcionamiento?
5. Finalmente, destine un momento para que sus estudiantes analicen la importancia de cada área y las funciones que se realizan en una agencia de viajes.

Áreas de una agencia de viajes

La agencia de viajes, en general, desempeña las siguientes funciones:

- Reservaciones y expedición de boletos aéreos
- Itinerarios (o planes de viajes)
- Venta de paquetes de excursiones y cruceros
- Reservaciones de hoteles y resort
- Reservaciones y renta de automóviles
- Reservaciones de recorridos y visitas a lugares de interés turístico, cultural y deportivo

Para el desarrollo de las actividades que realiza la agencia de viajes, se apoya en cada una de las áreas que la conforman y cumplen funciones específicas. Una agencia de viajes se compone de tres áreas en su estructura organizacional, que son esenciales para su funcionamiento:



Fuente: Rivas, 2014

Área de administración y financiera: maneja el correcto uso de los recursos económicos de la empresa y elabora los presupuestos. Gestiona el método más adecuado para controlar ingresos y gastos, cobros y pagos a proveedores.

Área técnica o producto: se encarga de diseñar, organizar, comercializar y operar los productos turísticos. Una agencia mayorista es la promotora de estas actividades básicas de la empresa.

Área comercial: mantiene el contacto inicial con su cliente/turista e involucra la atención, información y asesoría para vender los productos y servicios turísticos que la agencia ofrecerá a su consumidor final (Foster & Meza Staines, 1994).

Actividad 4. Visita a una agencia de viajes cercana

1. Planifique una visita de observación a una agencia de viajes cercana a su zona.
2. Solicite a sus estudiantes llevar a la observación de campo el organigrama de la agencia de viajes realizado en clase, para que puedan comparar entre lo aprendido y lo observado en la agencia visitada.
3. Al finalizar la visita, el grupo de estudiantes deberá preparar un informe que incluya objetivos de la salida, descripción de lo observado, comparación entre su organigrama y lo observado en la agencia, y conclusiones.
4. Realice retroalimentación oportuna a sus estudiantes sobre el informe elaborado.

Funciones de una agencia de viajes

- **Función asesora:** informa a su cliente/turista sobre las características de los destinos, los servicios que obtendrá, así como quién se los proveerá y los productos existentes.
- **Función mediadora:** gestiona la reserva y venta de los productos turísticos a través de los diferentes canales de distribución.
- **Función productora:** diseña, organiza, comercializa y opera los productos turísticos originados y ofertados.

Dentro de la estructura organizacional, cada área cumple funciones específicas. Para que la agencia de viajes desempeñe estas funciones, es fundamental contar con amplias fuentes de información, mediante varios sistemas:

- Sistemas de reservas (SCR) o sistemas globales de reservas (SGR)
- Conexión vía internet, para estar en contacto con su cliente/turista y con quienes proveen los servicios turísticos.



Foto: Porapak Apichodilok de Pexels

- Compilación de mapas, manuales técnicos, guías y bibliotecas especializadas de folletos.
- Base de datos, para ofrecer información exclusiva y personalizada sobre la clientela, muy útil para realizar campañas de comercialización de los productos y servicios turísticos.

Actividad 5. Tipos de agencias de viajes

1. Revise los tipos de agencias de viajes que se incluyen en la guía.
2. Escriba en el pizarrón los diferentes tipos de agencia.
3. Divida al aula en 5 equipos de trabajo y entregue a cada uno un papel en el que consten dos tipos de agencia.
4. Solicite a sus estudiantes investigar los principales tipos y funciones de las agencias de viajes (asesora, mediadora y productora).
5. Solicite escribir un concepto de cada agencia y señalar un ejemplo de cada una de ellas.
6. Escriba las conclusiones a las que llega el grupo.
7. Organice una presentación por equipo sobre los tipos de agencia de viajes asignados anteriormente y las funciones que cumplen.
8. En plenaria, establezcan las conclusiones a las que han llegado con esta actividad y anótenlas en la pizarra.

Tipos de agencias de viajes

En el ámbito de las agencias de viajes, existe una gran variedad. Estas se pueden clasificar de acuerdo con su tamaño, su canal de distribución y otros. Se resaltarán los más significativos, según su función y criterios de interés:

- **Agencias mayoristas o wholesaler:** ofrecen toda clase de servicios y viajes combinados para su venta a las minoristas que no pueden ofrecerlos directamente a sus consumidores.
- **Agencias minoristas o detallistas:** comercializan los productos de las mayoristas vendiéndolos directamente a su clientela turística.
- **Agencias emisoras (outgoing):** son aquellas que están situadas en el lugar de origen de las personas que desean viajar a otros lugares.

- **Agencias receptoras (*incoming*):** se sitúan en los lugares donde las personas que viajan desean ir; organizan viajes destinados a personas de otros lugares.
- **Agencias emisoras-receptoras:** organizan viajes hacia el lugar en el que están ubicadas, y viajes desde dicho lugar hacia otras partes.
- **Agencias turísticas:** organizan viajes de placer para tercera edad, viajes de lujo, etc.
- **Agencias especializadas en viajes corporativos:** organizan viajes de empresas.
- **Agencias consolidator:** especializadas en determinados mercados, ofrecen precios especiales y productos específicos. No venden directamente al público a través de agencias minoristas o internet.
- **Agencias *implant*:** se sitúan físicamente en la sede de otra empresa cliente, a la cual prestan sus servicios como agencia.
- **Agencias *on line*:** no tienen una sede física propiamente dicha a la cual acudir, sino que ofrecen sus servicios a su clientela a través de internet (Gouvea & Mori Niño, 2004).

Proyecto de aprendizaje

Fase 4: Ejecución

Actividad 3: Rutas de acceso

1. Establezca rutas de acceso a la zona donde se elaborará el paquete turístico.
2. Organice una base de datos que le permita registrar la información de las rutas y los accesos a la zona elegida, para el desarrollo del proyecto de aprendizaje.
3. Diagrame las rutas y los accesos de la zona elegida para el desarrollo del proyecto.

**Unidad de
trabajo 4:
Recopilación y
tratamiento de
información**

7

En la actualidad, se han producido grandes cambios en las prácticas y la utilización de la información por parte de quienes consumen turismo al planificar un viaje, tanto en diversidad como en número de fuentes consultadas, debido al crecimiento e importancia de las fuentes de información y al impacto producido por las TIC.



Foto: Andrea Piacquadio de Pexels

Objetivo de la unidad de trabajo:

Recopila y analiza la información para la venta de servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales.

Procedimiento	Criterios de evaluación
---------------	-------------------------

Identificar las fuentes de información para la venta de servicios y paquetes turísticos, diferenciando sus características.

Establecer las acciones necesarias para recolectar la información.

Clasificar y organizar la información recopilada, según su tipo.

Seleccionar y evaluar la información que se necesita para la venta de servicios y productos turísticos.

Manejar la información mediante el cálculo de porcentajes y medias, y presentarla en tablas, gráficos o resúmenes.

- Identifica las fuentes relevantes de información sobre servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales.
- Diferencia los sistemas de recolección de la información sobre servicios y paquetes turísticos.
- Reconoce las técnicas de clasificación y evaluación de la información.
- Calcula porcentajes y medias, a partir de la información y los datos entregados.

Secuencia del desarrollo de la actividad	Tiempo estimado de ejecución
--	------------------------------

1. Fuentes de información sobre servicios y paquetes turísticos

30 minutos

2. Información de la oferta turística

20 minutos

3. Información del mercado y los recursos turísticos

35 minutos

4. Manejo de información, cálculos y porcentajes sobre servicios y paquetes turísticos

45 minutos

Proyecto de aprendizaje.

Fase 4. Actividad 4

A criterio de cada docente

Recopilación y tratamiento de información

Esta unidad pretende identificar la relación existente entre el comportamiento de uso de las fuentes de información y las características de turistas, con la finalidad de conocer los aspectos de comportamiento de potenciales clientes y la importancia de las fuentes de información, dentro del proceso de venta de los servicios y paquetes turísticos.

Actividad 1. Fuentes de información sobre servicios y paquetes turísticos

1. Organice equipos de trabajo de 3 a 4 estudiantes, tomando en consideración criterios como género, etnia, actitud cooperativa y motivación.
2. Solicite que investiguen las fuentes de información turística disponibles y elabore una matriz que incluya datos relevantes sobre los servicios y paquetes turísticos.
3. Detalle las características y los tipos de información turística usados en el proceso de recopilación de datos, y determine cuáles son los más importantes para darlos a conocer.
4. Realice un ejercicio de tratamiento de la información recopilada por sus estudiantes sobre los servicios y paquetes turísticos, y saque conclusiones.

Sugerencias para docentes

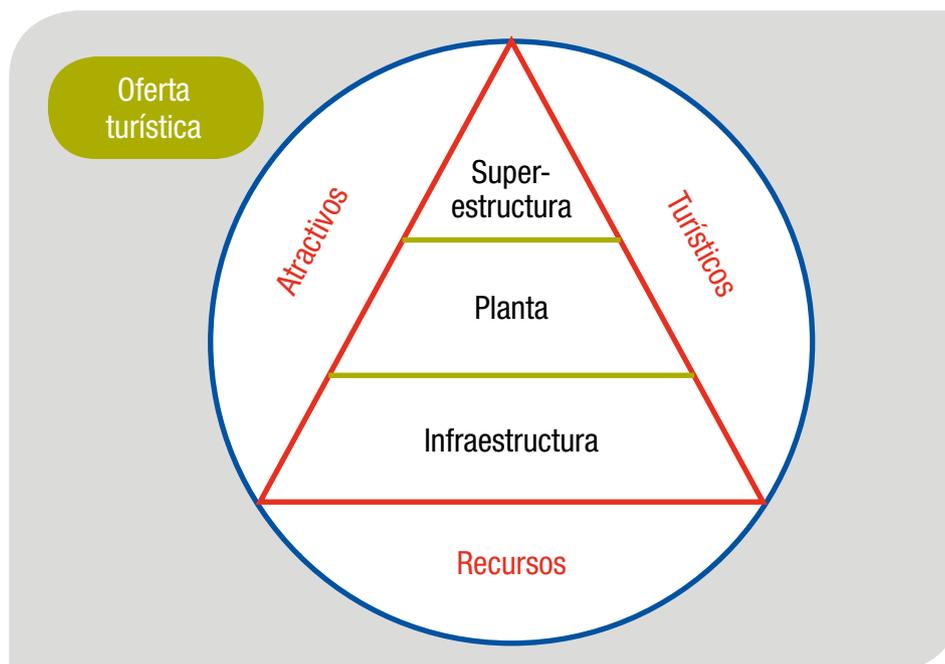
- Identifique fuentes relevantes de información de servicios y paquetes turísticos usadas por las agencias de viajes.
- Diferencie los sistemas de recolección de información para servicios y paquetes turísticos usados por el sector de turismo.
- Reconozca y analice las técnicas para clasificar y evaluar la recolección de información que deben usar quienes se desempeñan como agentes y/o personal de ventas de turismo.

Fuentes de información sobre servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales

Las fuentes de información que se encuentran a disposición de potenciales clientes les permiten contar con elementos necesarios para conocer el producto turístico y poder realizar la elección final del servicio requerido.

“Las empresas turísticas e instituciones públicas responsables de transmitir la información hacia los consumidores la pueden utilizar en el diseño e implantación de sus estrategias para la promoción” (Bigne Alcañiz, Fount Aulet, & Andreu Simó, 2000).

La información se debe considerar como una actividad de naturaleza turística, como parte imprescindible del proceso productivo, con la finalidad de atraer demanda a un destino.



Información de la oferta turística, del mercado turístico y de los recursos turísticos

Fuente: Monografias.com, 2011

Información de la oferta turística

La oferta turística está constituida por los servicios turísticos que se encuentran ubicados en un destino y que se los oferta a turistas de forma directa, por medio de la agencia de viajes, o indirecta, con un intermediario

o tours operadores como PULLMANTOUR, MUNDO SENIOR o TRAVEL PLAN, asociados a un precio y condiciones para la prestación del servicio.

Actividad 2: Información de la oferta turística

1. Solicite a sus estudiantes responder la siguiente interrogante:
 - ¿Qué elementos deberá tomar en consideración una agencia de viajes para obtener información de la oferta turística?
2. Solicite que registren las respuestas como una lluvia de ideas anotadas en papelotes, para luego pegarlas en el pizarrón.
3. Subraye las ideas que tengan similitud de conceptos.
4. Invite a sus estudiantes a analizar las fuentes de información de la oferta turística.

La información sobre características de los servicios que forman parte de la oferta turística incluye: el lugar de la prestación, las condiciones de la prestación, las tarifas y los precios.

Información del mercado y recursos turísticos

La información del mercado corresponde a la demanda. Esta incluye los datos que describen las tendencias, los intereses y las prácticas de consumo de clientes o turistas que se desplazan a un destino turístico y contratan los servicios que incluyen la oferta. Para eso, se requiere realizar estudios de mercado, siguiendo las siguientes pautas:

- Diseñar una campaña de encuestas.
- Elaborar un cuestionario.
- Identificar una muestra adecuada para la encuesta.
- Organizar el trabajo de campo.
- Analizar los datos obtenidos.

Contar con la información de un destino o recurso determinado se considerará como elemento básico para poder diferenciarse de la competencia. Le permitirá a una agencia de viajes crear la oferta de productos y servicios turísticos que cada cliente pueda consumir.

Los recursos turísticos pueden clasificarse en:



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Recursos turísticos finales

Hacen posible la estancia y manutención de cada turista en un destino (actividades lúdicas, culturales, deportivas y tiempo libre).



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Recursos de intermedios

Facilitan la estancia de cada turista que consumirá los servicios basados en recursos turísticos finales (alojamiento, restaurantes, agencias de viaje y oficinas de turismo).

Con el crecimiento del turismo y la demanda de servicios de información turística local, comunitaria, nacional e internacional, cuyo objetivo principal es gestionar todos los servicios afines con la atención, ubicación y sugerencias para visitantes, en función de los recursos y mercados turísticos, será posible que las empresas turísticas ofrezcan productos y servicios de calidad.

Actividad 3. Información del mercado y los recursos turísticos

1. Organice la clase en equipos de 4 estudiantes.
2. Solicite que desarrollen la organización de una base de datos, con la información turística del mercado ecuatoriano y los recursos con que cuenta la Sierra, Costa, Amazonía y región Insular (Galápagos).
3. Pida a sus estudiantes detallar las características y los tipos de mercado turístico que incluyan los recursos de la Sierra, Costa, Amazonía y región Insular (Galápagos).
4. Asigne a cada equipo una región.
5. Solicite clasificar los mercados turísticos comunitarios para ofertar paquetes y servicios en la Sierra, Costa, Amazonía y región Insular (Galápagos).
6. Invite a sus estudiantes a analizar la información en el Sistema Integrado de Información Turística (SIIT), disponible en el siguiente enlace: <http://mintur.turismo.gob.ec/>

7. Pida a sus estudiantes clasificar la información que pueden obtener en el SIIT y genere discusión entre los diferentes grupos.
8. Obtenga conclusiones y recomendaciones sobre las fuentes de información y los mercados turísticos usados más frecuentemente por las agencias de viajes, para ofertar sus servicios y paquetes turísticos.

Criterios Globales de Turismo Sostenible

- Demostrar una gestión sostenible del destino.
- Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad local y minimizar los impactos negativos.
- Maximizar los beneficios para el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos.
- Maximizar los beneficios para el medioambiente y minimizar los impactos negativos (GSTCOUNCIL, 2013).

Recopilación de información sobre servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales

En Ecuador, las oficinas turísticas o centros de información brindan y distribuyen la información de los principales centros de actividad turística del país. Dicha información se puede encontrar también en el Sistema Integrado de Información Turística (SIIT), del Mintur, que permite el acceso al inventario de atractivos turísticos con los que cuenta cada región (Sierra, Costa, Amazonía y Galápagos). Esto facilita a las agencias de viaje poder ofertar los servicios y atractivos disponibles en sus paquetes turísticos.

Foto: Ministerio de Turismo, 2019



Recopilación de información

Durante el proceso de recopilación de información, se requiere acceder a:

- **Fuente de información:** se considera a los diversos documentos que contienen datos para satisfacer una demanda de información o conocimiento. Estos pueden ser de carácter personal e institucional.
- **Sistema de información turística:** considerado como un proceso sistemático permanente para recopilar, analizar, ordenar y distribuir la información precisa para la planificación, acción y evaluación turística de un destino.
- **Recopilación de la información turística:** esta debe encontrarse siempre actualizada. Debe reflejar datos como la denominación, la dirección, los horarios, las tarifas, los datos de acceso, las fechas de celebración y las características básicas de los recursos de una determinada zona o región de un territorio, que permita atender a cualquier turista que solicite esta información.

Fuente: Bigne Alcañiz, Fount Aulet, & Andreu Simó, 2000



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Para recolectar información sobre servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales, se tomó como referencia criterios y aspectos que se detallan en la Guía de compilación de las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. En dicha guía se define que, para colectar la información, se requieren unidades de observación, que son entidades de las cuales se recibe información y se compilan estadísticas (oficinas de migración, fronteras, aeropuertos, hoteles, restaurantes, etc.).

Ejemplo 1:

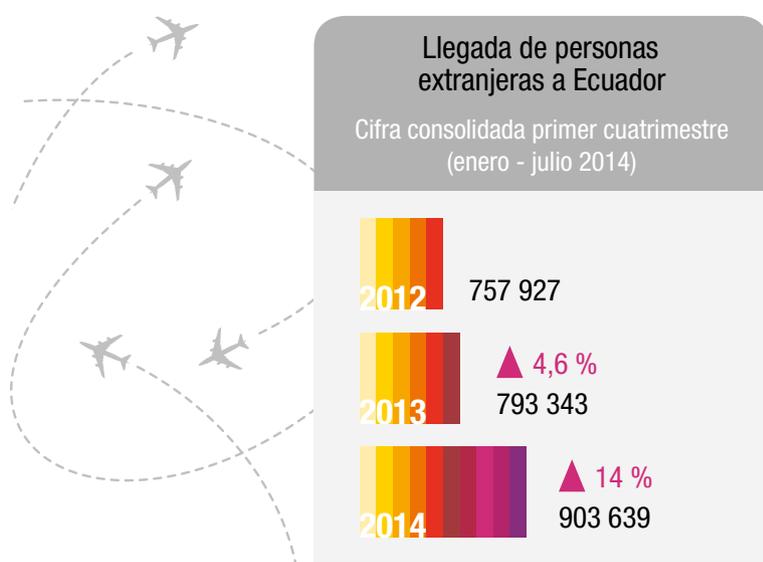
Un hotel con servicios de comidas y bebidas como unidad de observación. Cuenta con una entidad jurídica, orgánica o física, con identidad propia capaz de comunicar datos sobre sus actividades.

Unidades analíticas: son creadas por las estadísticas obtenidas, mediante la división o combinación de unidades de observación, con la ayuda de estimaciones e imputaciones, a fin de compilar estadísticas más detalladas y homogéneas que las que podrían obtenerse utilizando datos sobre las unidades de observación.

Ejemplo 2:

Las unidades analíticas del hotel podrían ser los servicios de alojamiento y los servicios de alimentos y bebidas, por cuanto se trata de unidades de producción homogéneas.

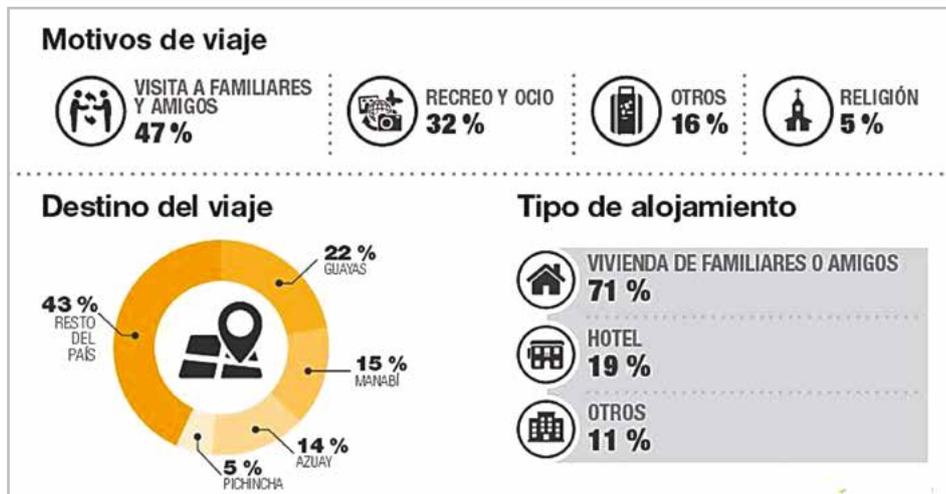
Las características principales de las unidades estadísticas de los viajes turísticos a considerar en la recolección de información sobre servicios y paquetes turísticos son:



- Motivo principal
- Tipo de producto turístico
- Duración
- Origen y destino
- Medios de transporte
- Tipos de alojamiento

Fuente: <https://www.turismo.gob.ec/llegada-de-turistas-a-ecuador-en-constante-crecimiento/>

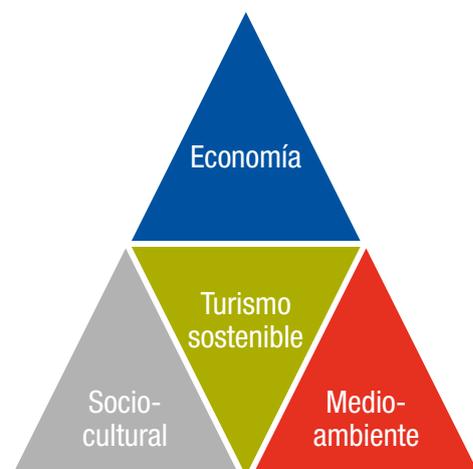
Contar con una clasificación adecuada del motivo/s para realizar viajes turísticos permitirá un manejo óptimo de la información de la empresa para ofertar servicios y paquetes turísticos. Los motivos de viaje se clasifican en:



Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador, plan estratégico institucional 2019-2021, perfil del turista ecuatoriano (2012).

- Motivos personales
- Vacaciones, recreo y ocio
- Visitas a amistades y familiares
- Educación y formación
- Salud y atención médica
- Religión/peregrinaciones
- Compras
- Tránsito
- Otros motivos
- Negocios y motivos profesionales

Una vez que la empresa o agencia de viajes cuenta con la información sobre los servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales, tiene que plantearse las siguientes interrogantes:



Qué tipo de producto turístico se puede ofertar?

Evaluando los recursos turísticos del país con la política de Estado en relación con las actividades vinculadas con el turismo, ¿qué se puede ofrecer a turistas para atraerles a una zona o región, que permita un desarrollo sostenible de la actividad turística?

¿Qué tipo de producto turístico se debe ofertar?

Segmentando la oferta y la demanda, en función de las características del mercado, con la finalidad de atraer turistas con interés en una oferta cultural, recreativa, conservacionista de un país, que tiene como objetivo el desarrollo económico y social.

¿Cómo se debe comercializar el producto turístico?

Con una red de distribución y ventas claramente determinada entre los tours operadores, las agencias de viajes y los países receptores, con el deseo de proyectar una imagen del país y su sector del turismo.

Fuente: Naciones Unidas, 2016

Manejo de información, cálculos y porcentajes sobre servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales

Actividad 4. Manejo de información, cálculos y porcentajes sobre servicios y paquetes turísticos

- 1.** En grupos de 4 estudiantes, solicite que respondan la pregunta:
 - ¿Qué entiende por el manejo de información turística nacional e internacional?
- 2.** Pida las respuestas como una lluvia de ideas anotadas en papelotes, para luego pegarlas en el pizarrón.
- 3.** Subraye las ideas que tengan similitud de conceptos.
- 4.** Introduzca a sus estudiantes en la manera de analizar y manejar información turística nacional e internacional.
- 5.** Examine el Sistema Integrado de Información Turística (SIIT) y describa las estrategias que utiliza el Mintur para analizar y manejar la información turística nacional e internacional, en el desarrollo del turismo comunitario.

6. Determine con sus estudiantes las estrategias más relevantes para manejar la información turística.

Proyecto de aprendizaje

Fase 4: Ejecución

Actividad 4: Elaboración del paquete de turismo comunitario

Con la información recopilada en la fase de indagación, en relación con el turismo comunitario, pida a sus estudiantes:

1. Elaborar un esquema para programar un tour, ruta o circuito.
2. Definir proveedores de servicios turísticos y presentarlos en una matriz.

**Unidad de
trabajo 5:
Servicios y
paquetes
turísticos**

8

En esta unidad se analizan aspectos referentes al turismo emisor, receptor e interno, a las características generales de los paquetes que venden las agencias de viajes; además, se conoce la forma de elaborar un paquete turístico y los aspectos a considerar para que sean atractivos e innovadores para las personas que consumen. Se presentan ejemplos de paquetes turísticos ofertados por agencias de viajes a diferentes destinos nacionales e internacionales.



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Objetivo de la unidad de trabajo:

Identificar las características de los servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales que venden las agencias de viajes para el turismo emisor, receptivo e interno.

Procedimiento	Criterios de evaluación
Reconocer las características generales de los servicios y paquetes turísticos que venden las agencias de viajes para el turismo emisor, receptivo e interno.	<ul style="list-style-type: none">• Explica las características generales de los paquetes y servicios turísticos que venden las agencias de viajes para el turismo emisor, receptor e interno.
Describir los servicios y paquetes turísticos que venden las agencias de viajes para el turismo emisor, receptivo e interno, en América del norte, América Central, América del Sur y el Caribe.	<ul style="list-style-type: none">• Clasifica los diferentes tipos de paquetes internacionales que venden las agencias de viajes.
Diferenciar los servicios y paquetes turísticos que se venden para el turismo emisor, receptivo e interno en Europa.	<ul style="list-style-type: none">• Describe la composición y las características de los principales servicios y paquetes turísticos que venden las agencias de viajes para el turismo emisor, receptor e interno en América, Europa, África, Asia y Oceanía.
Identificar los servicios y paquetes turísticos que se venden para el turismo emisor, receptivo e interno en África, Asia y Oceanía.	
Secuencia del desarrollo de la actividad	Tiempo estimado de ejecución
1. Activación de conocimientos	10 minutos
2. Visita de campo	60 minutos
3. Indagación bibliográfica de paquetes turísticos	20 minutos
Proyecto de aprendizaje. Fase 4. Actividad 5	A criterio de cada docente

Servicios y paquetes turísticos para el turismo emisor, receptivo e interno

Según el Mintur, el turismo emisor abarca las actividades que realizan visitantes fuera del país de su residencia habitual. En el Ecuador, según

estadísticas obtenidas por OPTUR, el ingreso de turismo emisor (extranjeros), desde año 2014 al 2017, asciende a 1 617 913 de visitantes.

Con estos antecedentes, será de gran importancia conocer las características generales de los servicios y paquetes turísticos que las agencias de viajes ofertan para este segmento de mercado (OPTUR, 2017).

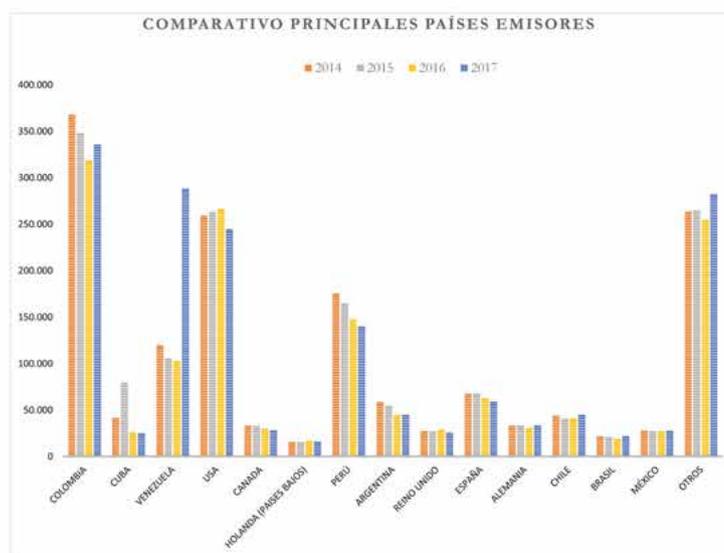
MOVIMIENTOS MIGRATORIOS POR MERCADO

Presenta información relativa a las entradas de extranjeros al Ecuador, según el país de procedencia.



COMPARATIVO DE INGRESOS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR DE LOS PRINCIPALES PAÍSES EMISORES DESDE EL 2014

PAÍS	2014	2015	2016	2017
COLOMBIA	368.079	348.151	318.868	335.724
CUBA	41.545	79.236	26.078	25.036
VENEZUELA	119.763	105.533	102.619	288.395
USA	259.406	263.081	266.989	244.672
CANADA	33.230	32.541	29.886	28.445
HOLANDA (PAISES BAJOS)	15.444	15.481	16.992	15.926
PERÚ	175.405	165.223	147.601	139.861
ARGENTINA	58.591	54.513	44.534	44.804
REINO UNIDO	27.126	26.782	28.908	25.866
ESPAÑA	67.623	67.545	62.984	58.903
ALEMANIA	33.303	33.209	30.881	33.505
CHILE	43.871	40.656	40.927	44.808
BRASIL	21.772	20.629	19.119	21.964
MÉXICO	27.974	27.104	26.925	27.585
OTROS	263.859	264.779	254.848	282.419
TOTAL	1.556.991	1.544.463	1.418.159	1.617.913



Fuente: Ministerio de Turismo

Actividad 1. Activación de conocimientos

1. Solicite a una persona voluntaria responder las siguientes interrogantes:

- ¿Qué entiende por turismo emisor, receptivo e interno?
- ¿Qué características conoce del turismo emisor, receptivo e interno?

2. Seleccione a un estudiante y solicítele que anote las ideas que expresa el resto de la clase en relación con las interrogantes planteadas.

Actividad 2. Visita de campo

1. Planifique una visita de campo, en la que sus estudiantes puedan obtener información de los diferentes paquetes turísticos ofertados en una agencia de viajes.

2. Solicite una matriz comparativa de los diferentes paquetes ofertados en agencias físicas versus los paquetes ofertados en agencias virtuales.

Servicios y paquetes turísticos que ofrecen las agencias de viajes para el turismo emisor

Las agencias de viajes ofertan productos y servicios turísticos dirigidos a potenciales clientes/turistas, con ayuda de los operadores turísticos certificados (turismo sostenible) y reconocidos en la industria del turismo.

Los servicios y paquetes turísticos que ofertan las agencias de viajes se pueden clasificar por:

- La organización de la prestación
- La modalidad de viaje
- La duración del programa
- El territorio de recorrido
- La propuesta o el tema
- La forma de operación
- Las personas usuarias del producto

Cada uno de los servicios y paquetes turísticos tiene características esenciales en su composición, como:

- Se sustenta en las características del (los) producto(s) - destino.
- Implica una cadena de producción y servicio, por lo que es integral.
- Cada paquete debe tener un componente de diferenciación.
- Se ofrece, con frecuencia, bajo el sello de una marca establecida.

“Desarrollan paquetes turísticos de calidad, que generen confianza en las agencias de viajes para que puedan ser disfrutados por el cliente/turista. Las agencias negocian con las aerolíneas nacionales e internacionales, para ofrecer mejores tarifas disponibles que complementan un paquete turístico” (Mafetulia, 2011).

Actividad 3. Indagación bibliográfica de paquetes turísticos

1. En equipos de 3 a 4 estudiantes, solicite que elaboren una matriz en la que establezcan los diferentes tipos de establecimientos, categorías y principales características.
2. Solicíteles realizar una investigación bibliográfica y virtual referente a las características de los paquetes turísticos para el turismo emisor, receptor e interno, que son ofertados en las agencias de viajes virtuales.
3. Sus estudiantes deberán exponer la información obtenida sobre los paquetes turísticos, a partir de los resultados obtenidos en su investigación.

Sugerencias para docentes

- Describa y relacione los principales servicios turísticos que ofertan las agencias de viajes para el turismo emisor y receptor a nivel internacional.
- Desarrolle la capacidad argumentativa de sus estudiantes en referencia con los principales servicios turísticos que ofertan las agencias de viajes a nivel internacional, para determinar la frecuencia de uso de estos.

Principales mercados emisores turísticos en Latinoamérica

Los principales mercados para el turismo emisor son:

- **Brasil:** mercado que ha evolucionado en los últimos años a nivel mundial, en lo que respecta a la emisión y el gasto en turismo.
- **Estados Unidos:** destino preferido para realizar turismo de compras (Miami o Nueva York). Los destinos de América Latina más frecuentados por turistas de Brasil son Argentina, México y Chile.
- **México:** debido a la cercanía con Estados Unidos, se convierte en el destino internacional favorito. Por debajo de Canadá, México se convierte en la segunda nación emisora de turismo a Estados Unidos. Las capitales europeas, como Londres, París, Roma y Madrid, también son destinos al alza para turistas de México.

- **Argentina:** entre los destinos extranjeros más visitados por turistas de Argentina, se encuentran los países americanos limítrofes como Bolivia, Uruguay, Chile, Brasil y Paraguay; además, prefieren cruceros por el Mediterráneo y el mar Caribe.
- **Colombia:** el turismo colombiano tiene una ventaja con su pasaporte: le permite ingresar a 119 países a nivel mundial, sin necesidad de hacer ningún tipo de trámite de visa o recibiendo una visa a la llegada al país de destino (CEUPE, 2019).

“El turista ecuatoriano ahora puede viajar a 93 países sin tramitar una visa como requisito de ingreso” (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2019).

América

- Argentina
- Bélice
- Bolivia
- Brasil
- Chile
- Colombia
- El Salvador
- Guyana
- Honduras
- Nicaragua
- Panamá
- Paraguay
- Perú
- Suriname*
- Uruguay
- Venezuela

Caribe

- Aruba
- Bahamas
- Bonaire: San Eustaquio y Saba
- Islas Vírgenes Británicas
- Islas Caimán
- Curazao
- Dominica
- República Dominicana
- Haití
- Jamaica
- San Cristóbal y Nieves
- Santa Lucía*
- San Martín
- San Vicente y las Granadinas
- Trinidad y Tobago
- Islas Turcas y Caicos

Medio Oriente

- Armenia*
- Baréin*
- Georgia
- Irán*
- Israel
- Jordania*
- Omán*
- Palestina
- Catar
- Turquía

Asia

- Bangladesh*
- Cambodia*
- China
- Hong Kong (SAR China)
- Indonesia
- Kazajistán
- Laos*
- Macao (SAR China)
- Malasia
- Maldivas*
- Nepal*
- Filipinas
- Singapur
- Corea del Sur
- Sri Lanka*
- Timor del Este

Europa

- Bielorrusia
- Moldavia
- Montenegro
- Rusia

África

- Benin*
- Islas de Cabo Verde*
- Islas Comoras*
- Djibouti*
- Egipto*
- Gambia
- Guinea - Bissau*
- Kenia*
- Madagascar*
- Malawi*
- Mauritania*
- Mauritius*
- Mozambique*
- Rwanda*
- Senegal*
- Seychelles*
- Somalia*
- Sudáfrica
- Tanzania*
- Togo*
- Uganda*
- Zambia*
- Zimbabwe*

Fuente: La Hora, 2018

Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo emisor del continente americano (norte, centro, sur y el Caribe)

Los servicios y paquetes turísticos para un turismo emisor tienen características específicas y generales relacionadas con el tipo de turismo al cual se dirige la oferta del producto o servicio planificado por una agencia de viajes.



A su vez, se deben considerar los efectos actuales y futuros, tanto económicos, sociales como ambientales, que satisfacen las necesidades de visitantes, del entorno y de las comunidades anfitrionas; con un manejo adecuado del turismo sostenible, cuando clientes/turistas planeen un viaje, tengan la opción de elegir aquellos proveedores que les ofrezcan garantías de calidad y de respeto a los derechos humanos y al hábitat o espacio ambiental que visitarán.

Ejemplos de paquetes turísticos para el turismo emisor del continente americano (norte, centro, sur y el Caribe)



NORTEAMÉRICA PAQUETE MIAMI Y ORLANDO CON CRUCERO POR LAS BAHAMAS

Bahamas Paradise es la única línea de cruceros que ofrece un crucero de dos noches a las Bahamas durante todo el año, colmados de diversión, entretenimiento y actividades para todas las edades.

El Grand Celebration navega todos los días de la semana, ofreciendo una enorme comodidad en las fechas, para que todos disfruten de un increíble crucero, independientemente de sus horarios. Con su excelente oferta en cruceros de fin de semana, no hay necesidad de utilizar un día de vacaciones para darse una escapada a bordo de este divertido barco. Los pasajeros que cuentan con mayor flexibilidad en sus agendas pueden aprovechar las increíbles promociones en cruceros selectos de 1 día durante la semana. La hora de embarque comienza al mediodía, y la salida es hasta las 18h00 p. m., por lo que el crucero también es conveniente para aquellos viajeros que tengan vuelos o conexiones desde los aeropuertos de West Palm Beach, Fort Lauderdale, Miami y Orlando.

PAQUETE DE 7 NOCHES EN MIAMI Y ORLANDO Y CRUCERO POR LAS BAHAMAS

SALIDAS 2018

AGOSTO 05 – 12 / 19 – 26 / 25 – 01 SEPTIEMBRE

Tarifa por tiempo limitado hasta agotar stock

PROGRAMA INCLUYE:

- Boleto aéreo en vuelo Quito – Miami // Orlando – Quito, vía AVIANCA AIRLINES
- Traslados aeropuerto / hotel Miami en servicio privado
- 2 noches de alojamiento en Miami en el HOTEL HOLIDAY INN EXPRESS 3*
- Plan desayuno buffet americano
- Miami *city tour*
- *Shopping tour* a Sawgrass Mills
- Cuponera de descuentos
- Traslado de Miami al puerto Palm Beach en servicio privado
- 2 noches de alojamiento en crucero en el GRAND CELEBRATION 3*
- Plan pensión completa
- Desayuno, almuerzos y cenas
- Restaurantes: Ocean View Buffet, Admiralty Club, Stellar Prime
- Gran teatro de las leyendas
- Casino, juegos al aire libre / barbacoa
- Recreación: 2 piscinas / 3 jacuzzis / piscina para infantes

- Clubs para personas menores de edad: Kruzers (edades entre 3 y 6), Club Chill (edades entre 7 y 12), Vibe (edades entre 13 y 17)
- Traslado de puerto Palm Beach a Orlando
- *Shopping tour* en Premium Outlet
- 3 noches de alojamiento en Orlando en el HOTEL BAYMONT INN UNIVERSAL 3*
- Plan desayuno buffet americano
- 1 almuerzo en Orlando en restaurante Andretti
- Traslados y entradas a:
 - 01 DÍA DE ADMISIÓN A MAGIC KINGDOM PARK
 - 01 DÍA DE ADMISIÓN A 3 ATRACCIONES DE MERLÍN:
 - Admisión al Museo de cera de Madame Tussauds
 - Admisión al Ojo de Orlando (The Orlando Eye)
 - Admisión al nuevo Acuario de Orlando (Sealife)
- Visita a Disney Springs con comida en Planet Hollywood
- Traslados hotel Orlando / aeropuerto Fort Lauderdale en servicio privado
- Eco Delta (impuesto gubernamental)
- Q de combustible
- Impuestos hoteleros
- IVA Turismo

PRECIOS POR PERSONA

- **7 noches:** Miami y Orlando
- **Hospedaje:** Holiday + Baymont inn + Celebration

COSTOS	TRIPLE	DOBLE	SENCILLA	INFANTES
Subtotal	USD 1 799	USD 1 873	USD 2 353	USD 1 589
IVA	USD 30	USD 31	USD 40	USD 27
Precio final	USD 1 829	USD 1 904	USD 2 393	USD 1 616

NO INCLUYE:

- Gastos no especificados en el programa, como lavandería, teléfono, etc.
- Propinas y Q de combustible USD 19 a pagar en el crucero por persona

- Propinas a guías, choferes y maleteros

¿CÓMO RESERVAR?

- Se requiere nombres y número de pasaporte de turistas.
- Se necesita copia a color de los pasaportes.
- Se debe realizar un abono de USD 200 por persona, para garantizar la reserva.
- El saldo se deberá cancelar como fecha máxima 45 días antes de la fecha de salida.

IMPORTANTE

- Acomodación en habitación triple es con base en 2 camas dobles.
- *Check in* en los hoteles es partir de las 15h00 p. m. y *check out* a las 12h00 a. m.
- GRATUIDADES PAGAN 40 % E INFANTES 20 % DE LA TARIFA EN DOBLE.
- Precios sujetos a cambio y disponibilidad al momento de la reserva en firme.
- Importante contar con visado múltiple (más de 2 entradas).
- 1 persona gratis por cada 15 personas adultas pagadas.
- El itinerario podría tener modificación de acuerdo con la fecha de operación y el horario de salidas de vuelo (Sol Caribe, 2019).



Foto: Freepik.com



CENTROAMÉRICA

PAQUETE CARNAVAL EN PANAMÁ CIUDAD Y PLAYA

Sus hermosas playas y la futurista ciudad de Panamá lo hacen irresistible a la hora de decidirse por un destino turístico, que mezcla la diversión de las compras con el relax de sus aguas cristalinas. Un viaje recomendado para lunas de miel y familias, o para un grupo de amigos con muchas ganas de divertirse. Ven a Panamá y disfrútalo.

PAQUETE DE 4 NOCHES

SALIDAS 2019 / MARZO 01 - 05

Para compra inmediata o hasta agotar *stock*

PROGRAMA INCLUYE:

- Boleto aéreo chárter Quito / Guayaquil - Panamá (BLB) - Quito / Guayaquil vía AEROREGIONAL
- Traslados aeropuerto - hotel - aeropuerto
- 2 noches de alojamiento en Panamá Ciudad en el HOTEL EUROSTARS 3*
- Desayunos tipo buffet diarios
- *City tour* panorámico en Ciudad de Panamá
- Excursión al canal de Panamá (entrada incluida)
- *Shopping tour* al Albrook Mall
- Cortesías:
 - 1 botella de ron (por habitación)
 - 1 chip celular (por habitación)
- Traslados Hotel Ciudad - Hotel Playa
- 2 noche de alojamiento en Panamá Playa en el HOTEL TOWN CENTER PLAYA BLANCA 4*
- Desayunos – Almuerzos – Cenas tipo buffet
- Restaurantes El Velero (a la carta), Panamá Canal (buffet), Make Sushi (a la carta)
- Snack bar y bocaditos ILIMITADOS
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas ILIMITADAS
- 6 bares cercanos al Resort Wet Bar (Active Pool), Lobby Bar, Disco Bar Pool Bar (Calm Pool), El Velero Bar
- Instalaciones: Kids Club, parque infantil, toboganes, piscina de agua salada

- Acceso a la piscina más grande de Centroamérica y el Caribe
- Recreación en la playa y la piscina
- Deportes acuáticos no motorizados
- Disfrute de noches temáticas con música y entretenimiento en vivo
- Espectáculos nocturnos
- Cobertura de hasta USD 10 000 para asistencia a turista y cancelación de viaje de hasta USD 1 000.
- Eco Delta (impuesto gubernamental)
- Q de combustible
- Impuestos hoteleros
- IVA Turismo

PRECIOS POR PERSONA

- **4 noches:** Ciudad y playa
- **Hospedaje:** Eurostars 3* + Town Center 4*

COSTOS	TRIPLE	DOBLE	SENCILLA	INFANTES
Subtotal	USD 849	USD 853	USD 989	USD 719
IVA	USD 14	USD 14	USD 17	USD 12
Precio final	USD 863	USD 867	USD 1 006	USD 731

Adicionar tasas de aeropuerto:

Panamá USD 43 / Ecuador USD 59

NO INCLUYE:

- Gastos no especificados en el programa, como lavandería, teléfono, etc.
- Propinas y Q de combustible USD 19 a pagar en el crucero por persona
- Propinas a guías, choferes y maleteros

¿CÓMO RESERVAR?

- Se requiere nombres y número de pasaporte de turistas.
- Se necesita copia a color de los pasaportes.
- Se debe realizar un abono de USD 200 por persona para garantizar la reserva.

- El saldo se deberá cancelar como fecha máxima 45 días antes de la fecha de salida.

IMPORTANTE

- Acomodación en habitación triple es con base en 2 camas dobles.
- *Check in* en los hoteles es a partir de las 15h00 p. m. y *check out* a las 12h00 a. m.
- GRATUIDADES PAGAN 40 % E INFANTES 20 % DE LA TARIFA EN DOBLE.
- Precios sujetos a cambio y disponibilidad al momento de la reserva en firme.
- Importante contar con visado múltiple (más de 2 entradas).
- 1 persona gratis por cada 15 personas adultas pagadas.
- El itinerario podría tener modificación acorde con la fecha de operación y el horario de salidas de vuelo.
- Itinerario de viaje se confirma 48 horas antes del viaje (JS TRAVEL, 2019).



Foto: Yender Fonseca de Pexels



SURAMÉRICA

PAQUETE BUENOS AIRES, IGUAZÚ Y MONTEVIDEO

La ciudad de Buenos Aires, una de las más importantes de Latinoamérica, es una gran urbe cosmopolita y multifacética, con evidente influencia universalista, que provoca asombro en turistas. Es capital de la República Argentina, de arquitectura europea. Muchas calles recuerdan las de París y Montevideo, bañada por las aguas del río de La Plata; es realmente hermosa. Incluso se puede hacer playa y visitar increíbles lugares en esta bella capital uruguaya. Un extraordinario viaje para descubrir las maravillas de Argentina, visitando Iguazú. La magia de la naturaleza te envolverá. Realmente, un fantástico viaje.

TOUR DE 8 NOCHES

SALIDAS 2019

Tarifas vigentes hasta el 30 de septiembre de 2019

Tarifas aplican hasta agotar *stock*

PROGRAMA INCLUYE:

- Boleto aéreo Quito o Guayaquil - Buenos Aires // Iguazú - Quito o Guayaquil vía, LATAM AIRLINES
- Traslados aeropuerto / hotel / aeropuerto
- BUENOS AIRES:
 - Traslado de llegada en Buenos Aires
 - 3 noches de alojamiento en Buenos Aires en HOTEL 562 NOGARÓ 4*
 - Desayunos diarios
 - *City tour* en la ciudad de Buenos Aires
 - Traslado de salida del hotel / puerto
 - Ticket de barco Buenos Aires / Montevideo
- MONTEVIDEO:
 - Ticket de barco ida y regreso, vía Colonia
 - Traslado de llegada en Montevideo
 - 2 noches de alojamiento en Montevideo en HOTEL OXFORD 3*
 - Desayunos diarios
 - *City tour* en la ciudad de Montevideo
 - Traslado de salida en Montevideo

- BUENOS AIRES:
 - Traslado puerto / hotel en Buenos Aires
 - 1 noche de alojamiento en Buenos Aires en HOTEL 562 NOGARÓ 4*
 - Desayuno
 - Traslado de salida en Buenos Aires aeropuerto
- IGUAZÚ:
 - Traslado hotel en Iguazú
 - 2 noches de alojamiento en Iguazú en HOTEL COLONIAL IGUAZU 3*
 - Desayunos diarios
 - Visita cataratas argentinas (sin entradas)
 - Visita cataratas brasileras (sin entradas)
 - Visita Parque de aves (sin entradas) Almuerzo en Churrasquería Premium (sin bebida)
 - Guías de turismo español – inglés
 - Traslado de salida en Iguazú
 - Seguro con cobertura de hasta USD 10 000 para asistencia a turistas y cancelación de viaje de hasta USD 1 000
 - Eco Delta (impuesto gubernamental)
 - Q de combustible
 - Impuestos hoteleros
 - IVA Turismo

PRECIOS POR PERSONA

- **8 noches:** Buenos Aires, Iguazú y Montevideo
- **Hospedaje:** 562 4* + COLONIAL 3*+ OXFORD 3*

COSTOS	TRIPLE	DOBLE	SENCILLA	INFANTES
Subtotal	USD 1 229	USD 1 233	USD 1 649	USD 0
IVA	USD 21	USD 21	USD 28	USD 0
Precio final	USD 1 250	USD 1 254	USD 1 677	USD 0

Adicionar tasas de aeropuerto:
Buenos Aires USD 61 / Ecuador USD 59

NO INCLUYE:

- Propinas por servicio en ninguna instalación
- Gastos no especificados en el programa, como lavandería, teléfono, etc.
- Opcionales: Buenos Aires, Montevideo e Iguazú
- Ticket de barco Tarifa flexible USD 23 - Tarifa plus USD 75
- Suplemento pasajero viajando solo USD 114
- Traslado aeropuerto Ezeiza USD 99 por persona

¿CÓMO RESERVAR?

- Se requieren nombres y número de pasaporte de turistas.
- Se debe realizar un abono de USD 600 por persona para garantizar la reserva. No reembolsable.
- El saldo se deberá cancelar por lo menos 30 días antes de la fecha de viaje.

IMPORTANTE:

- Reservas con Latam en clase "Q" - Vuelo interno clase "B"
- Aplica suplemento, de no existir disponibilidad en la clase indicada
- Aplica suplemento de ticket en Buque-Bus, de no existir en clase económica
- La acomodación en habitación triple es con base en 2 camas.
- *Check in* en los hoteles es a las 15h00 p. m. y *check out* es a las 12h00 a. m.
- Traslados y tours en servicio regular compartido
- Mínimo 2 turistas viajando juntos
- En caso de no tomar algún servicio o cortesía, no son sujetos de reembolso.
- Los horarios de los tours o visitas serán comunicados por el operador en el destino.
- Personas menores de 18 años solo podrán hacer los paseos con la presencia de una persona mayor responsable.
- Los horarios del buque están sujetos a disponibilidad de espacios y la temporada, por lo que, si se desea horarios específicos, se deberá pagar diferencia tarifaria.
- Si el itinerario de viaje es diferente al indicado, puede aplicar suplementos de boleto aéreo y traslados.

- Precios por persona sujetos a cambios y confirmación de reservas. / No aplica para feriados brasileros, octubre, noviembre (POLIMUNDO, 2019).



CARIBE ARUBA, LA ISLA FELIZ

Aruba es uno de los destinos élite del Caribe. Disfrute de los encantos naturales de esta hermosa isla holandesa, ubicada al sur del mar Caribe. Su clima es siempre cálido, con temperaturas promedio de 28 grados centígrados. Explorar la isla de Aruba va a ser para usted una aventura fascinante. Su maravilloso clima y topografía le ofrecerá hermosos paisajes, espectaculares atardeceres, arrecifes, aguas llenas de vida marina y playas de aguas cristalinas durante todo el año.

TOUR AL CARIBE 3 NOCHES EN ARUBA

- Paquete todo incluido
- Solo personas adultas

SALIDAS 2019

- Reserva inmediata hasta agotar *stock*.
- Oferta aplica para viajar hasta el 31 de mayo del 2019.
- Tarifa requiere compra anticipada de 22 días.

PROGRAMA INCLUYE:

- Boleto aéreo Quito o Guayaquil – Aruba – Quito o Guayaquil, vía COPA AIRLINES
- Escala en Panamá
- Traslados aeropuerto – hotel – aeropuerto (Shuttle del hotel)
- 3 noches de alojamiento en Aruba en el HOTEL RIU PALACE ANTILLAS 5*
- Sistema ALL INCLUSIVE
- Desayunos – almuerzos – cenas tipo buffet
- Restaurantes: restaurante fusión “Krystal”, restaurante italiano “Rimini”, *steakhouse* “Palm Beach”, restaurante arubiano “Malmok”
- Snacks y bocaditos ilimitados
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas ilimitadas
- Bares: lobby bar “Wayaka”, bar salón “Carnaval”, bar plaza “Chiquito”, bar piscina “Aqua” con bar acuático, bar Chill
- Instalaciones: piscina de 786 m², piscina de 228 m² con bar acuático, tumbonas, sombrillas y toallas gratuitas en la piscina
- Terrazas-solárium, gimnasio y baño de vapor gratuito
- Sala de conferencia “Oranjestad”, sala de conferencia “Willemstad”
- Casino, boutique/kiosko
- Servicios: servicio de habitaciones las 24 horas, servicio de conserje, bienvenida con cava
- Recreación en la playa y la piscina
- Deportes acuáticos no motorizados
- Wifi gratuito en todo el hotel
- Discoteca Pachá
- Disfrute de noches temáticas con música y entretenimiento en vivo
- Cobertura de hasta USD 10 000 para asistencia a turistas y cancelación de viaje de hasta USD 1 000
- Q de combustible
- Impuestos hoteleros
- IVA Turismo

PRECIOS POR PERSONA

Adicionar tasas de aeropuerto: Aruba USD 69 / Ecuador USD 59

HOTEL RIU PALACE ANTILLAS 5*	TRIPLE	DOBLE	SENCILLA	INFANTES
ESTÁNDAR GARDEN VIEW	USD 1 299	USD 1 349	USD 1 749	USD 0
IVA	USD 22	USD 23	USD 29	USD 0
PRECIO FINAL	USD 1 321	USD 1 372	USD 1 778	USD 0

NO INCLUYE:

- Gastos no especificados en el programa, como lavandería, teléfono, etc.
- Comidas y cenas no indicadas en programa
- Bebidas y extras personales en hoteles y restaurantes

¿CÓMO RESERVAR?

- Se requieren nombres y número de pasaporte de turistas.
- Se necesita copia de los pasaportes.
- Se debe realizar un abono de USD 800 por persona para garantizar la reserva.
- El saldo del tour se deberá cancelar por lo menos 30 días antes de la fecha de viaje.

IMPORTANTE:

- Reservas aéreas con Copa en clase “U”. Aplica suplemento, de no existir disponibilidad en la clase indicada.
- Precios referenciales por persona, sujetos a cambios al momento de confirmar la reserva; dependen de la disponibilidad de las aerolíneas.
- La acomodación en habitación triple es con base en 2 camas.
- *Check in* en los hoteles es partir de las 15h00 p. m. y *check out* a las 12h00 p. m.
- Para tarifas dinámicas, consultar condiciones.
- Precios no aplican para grupos, feriado, eventos o congresos (Viajes Cielo, 2019).



EUROPA COMPLETA

El llamado Viejo Continente vive en una permanente paradoja: nunca pasa de moda. La prueba de ello es que es el primer reclamo turístico del mundo, con Francia, España e Italia a la cabeza. Alicientes por todos lados: esa es la simple conclusión que uno saca al asomarse al mapa de Europa. Cuna de la civilización occidental, el continente ofrece todo el esplendor de su pasado, atestiguado por un inmenso y variado patrimonio monumental. Cierren los libros: aquí verán en vivo y en directo el Coliseo, la Torre Eiffel, el Palacio Real de Madrid. Basta con visitar Roma, Atenas, Londres, Madrid y París para comprender, en carne viva, cómo se ha desarrollado la historia universal en los últimos dos milenios.

Paquete de 18 días a Europa: Francia - Austria - Suiza - Italia - España

Duración: 19 días, 18 noches

SALIDAS 2018

25 marzo
15 - 22 abril
06 - 20 - 27 mayo
03 - 17 junio
01 - 15 - 29 julio
05 - 12 - 26 agosto
09 - 23 septiembre
07 octubre

TEMPORADAS: MEDIA – ALTA

Oferta por tiempo limitado, válido hasta agotar *stock*

PROGRAMA INCLUYE:

- Boleto aéreo intercontinental Quito o Guayaquil / Madrid/ Quito o Guayaquil
- Traslados privados de llegada y salida del aeropuerto a hotel y viceversa
- 18 noches de alojamiento y desayuno buffet durante todo el recorrido
- Transporte durante todo el recorrido europeo en Autopullmans de gran confort con wifi incluido y choferes experimentados

- Acompañamiento de un guía correo desde la salida de Madrid a la llegada a Madrid
- Guías locales para las visitas de las ciudades, tal como se indica en el itinerario
- Visitas indicadas en el itinerario con guías locales de habla hispana
- Bolso de viaje
- Tarjeta Celeste de asistencia a turista (Requisito importante para visa Schengen)
- Todas las tasas turísticas en las ciudades de alojamiento
- Visita estadio Santiago Bernabéu
- Excursión a Toledo en Madrid
- Visita a la gruta de la virgen y procesión de antorchas en Lourdes
- Paseo en Bateaux Mouches
- Subida Torre Eiffel 2º piso
- Paseo en góndola en Venecia
- Visita al principado de Mónaco y Montecarlo
- Visita a los museos Vaticano, Capilla Sixtina y Basílica de San Pedro
- 9 comidas en lugares más representativos dentro de nuestro circuito:
 - Almuerzo en Toledo
 - Cena en Lourdes
 - Almuerzo en Montmartre en París
 - Almuerzo en Nancy
 - Almuerzo en Innsbruck
 - Almuerzo en Pisa
 - Almuerzo en Florencia
 - Almuerzo en Roma
 - Almuerzo en Barcelona
- No incluye servicios y alimentación no especificados en el programa.
- *Check in* en los hoteles a partir de las 15h00 p. m. y *check out* a las 12h00 p. m.
- Habitaciones triples y cuádruples cuentan con dos camas.
- Tarifa de personas menores de edad (2-11 años) compartiendo la habitación con dos adultos
- Personas menores de 2 años comparten habitación y pagan impuestos.

- Tarifas sujetas a cambio sin previo aviso, por incremento de Q combustible, impuestos aeroportuarios o gubernamentales, cambios de divisa, etc., que pudiera existir previo a la emisión de los boletos aéreos o servicios contratados.
- Visas

CONDICIONES GENERALES:

- Para realizar la reserva en firme, se requiere un depósito NO REEMBOLSABLE de USD 350 por turista y copia del pasaporte legible.
- Mínimo 2 personas viajando juntas.
- Habitación triple: precio por turista. Acomodación 2 camas.
- Precios en dólares por persona, sujetos a cambios y disponibilidad al momento de confirmar las reservas.
- Precios no aplican para temporada alta, feriados, grupos, eventos o congreso.

TOUR COMPLETO A EUROPA 19 DÍAS	DOBLE	SENCILLA	INFANTES
Valor	USD 3 939	USD 3 899	USD 3 899

ITINERARIO:

- Día 1 (lunes): AMÉRICA
Salida en vuelo intercontinental con destino a Madrid
- Día 2 (martes): MADRID
Llegada al aeropuerto y traslado al hotel. Día libre
- Día 3 (miércoles): MADRID
Desayuno buffet. Visita panorámica de la ciudad: Puerta de Alcalá, Parque del Retiro, Plaza de Colón, la Plaza de la Cibeles, Gran Vía y Plaza del Callao. Visita al estadio Santiago Bernabéu. Por la tarde, visita a Toledo con almuerzo. Alojamiento.
- Día 4 (jueves): MADRID / SAN SEBASTIÁN / LOURDES (662 km)
Desayuno buffet. Salida hacia San Sebastián, conocida como la Bella Easo, para descubrir la playa de La Concha. Tiempo libre para almorzar. Continuación de viaje a Lourdes para, por la noche, tener la posibilidad de asistir a la procesión de las antorchas y visitar la Gruta de la Virgen. Cena y alojamiento. (Cena en Lourdes incluida).

- **Día 5 (viernes): LOURDES / PARÍS (841 km)**
Desayuno buffet. Por la mañana, salida hacia París. Atravesaremos los campos de la Aquitania y del Loira, para en la tarde llegar a la isla de Francia y su capital París, la Ciudad de la Luz. Alojamiento.
- **Día 6 (sábado): PARÍS**
Desayuno buffet. Visita a la Torre Eiffel (subida a la Torre Eiffel 2º piso incluido). A continuación, podremos realizar un espectacular paseo en barco por el río Sena. Continuaremos con una panorámica de la ciudad de París: la plaza Vendôme, la Ópera, el Panteón, el Museo de Orsay, la plaza de la Concorde, los Campos Elíseos, el Arco del Triunfo y los Inválidos. Almuerzo en un bistró de Montmartre, conocido como el Barrio de los Pintores. Tarde libre en la que recomendamos visita a pie por el Barrio Latino y Notre Dame, la catedral gótica más famosa de París. Alojamiento.
- **Día 7 (domingo): PARÍS**
Desayuno buffet. Día libre para seguir recorriendo esta bella ciudad. Recomendamos realizar una excursión opcional a Versalles, visitando los Grandes Aposentos reales y la Galería de los Espejos, o pasear por los jardines de estilo francés, o acudir a un espectáculo nocturno como el LIDO de París. Alojamiento.
- **Día 8 (lunes): PARÍS / NANCY / LUCERNA / ZURICH (746 km)**
Desayuno buffet. Salida hacia Nancy, en la región de la Lorena. Allí tendremos la oportunidad de degustar un típico almuerzo. Por la tarde continuaremos hacia la frontera suiza, vía Basilea, para llegar a Lucerna, ciudad situada al borde del Lago de los Cuatro Cantones. Tiempo libre para recorrer esta magnífica ciudad. Salida hacia Zúrich, metrópoli fascinante a orillas del agua con vistas a los Alpes. Llegada y alojamiento en los alrededores. Alojamiento.
- **Día 9 (martes): ZURICH / INNSBRUCK / VENEZIA (674 km)**
Desayuno buffet. Salida hacia Innsbruck, capital del Tirol, situada en el corazón de los Alpes, donde se mezcla el pasado con el futuro. Allí tendremos la oportunidad de degustar un típico almuerzo (almuerzo incluido). Tiempo libre para ver el famoso Tejadillo de Oro. Continuación hacia Mestre (Venecia). Alojamiento.
- **Día 10 (miércoles): VENEZIA**
Desayuno buffet. Traslado para tomar el Vaporetto, que nos conducirá hasta la Plaza de San Marcos. Visita a pie: el Puente de los Suspiros, la Basílica de San Marcos, Palacio Ducal,

el Puente de Rialto, el más antiguo y bello de la ciudad, finalizando en una fábrica de cristal, donde podremos observar el arte del soplado del vidrio. Daremos un paseo en las famosas góndolas venecianas (Paseo en góndola incluido). Regreso al hotel. Alojamiento.

- **Día 11 (jueves): VENECIA / PISA / FLORENCIA (414 km)**
Desayuno buffet. Por la mañana, a primera hora, salida hacia Pisa, conocida en todo el mundo gracias a su peculiar torre inclinada. Tiempo libre para visitar la ciudad. Almuerzo en uno de sus típicos restaurantes (almuerzo incluido). Continuación a Florencia. Llegaremos por el mirador de Miguel Ángel, donde disfrutaremos de una espectacular vista de conjunto de la ciudad. Visita a pie recorriendo los lugares principales, la Piazza del Duomo, donde se encuentra la Catedral de Florencia y la impresionante cúpula de Brunelleschi, el Campanile de Giotto y el Battistero di San Giovanni. Seguiremos hasta el Ponte Vecchio, el lugar con mayor encanto de toda Florencia. Continuaremos hacia la Piazza della Signoria, contemplando el Palazzo Vecchio. Alojamiento.
- **Día 12 (viernes): FLORENCIA / ASÍS / ROMA (439 km)**
Desayuno buffet en el hotel. Tiempo libre en la Ciudad Museo de Florencia, que ha mantenido inalterado el propio encanto y esplendor del pasado. Les recomendamos recorrer sus maravillosas calles y almorzar (almuerzo incluido). A primera hora de la tarde, salida hacia Asís, centro espiritual y de paz. Asís es conocida como el lugar en el que nacieron y murieron San Francisco y Santa Clara. Tiempo libre para conocer la Basílica. Continuaremos nuestro viaje hacia Roma, la ciudad eterna. Alojamiento.
- **Día 13 (sábado): ROMA**
Desayuno buffet en el hotel. Realizaremos la visita panorámica de la ciudad donde disfrutaremos de sus calles y avenidas, pasando por los lugares más importantes: Plaza de Venecia, Vía Veneto, los Foros Romanos, el Coliseo, el Arco de Constantino, el Castillo de St. Ángel, etc. La visita termina en el centro y no se realizará regreso al hotel. Recomendamos continuar descubriendo los encantos de esta ciudad. Posteriormente visitaremos los Museos Vaticanos, donde nos sorprenderá la famosísima Capilla Sixtina y la Basílica de San Pedro. Disfrutaremos del almuerzo. Tarde libre donde le recomendamos visitar opcionalmente y con detalle el Coliseo Romano y sus Foros. Alojamiento.

- **Día 14 (Domingo): ROMA**
Desayuno buffet en el hotel. Día libre para seguir recorriendo esta fascinante ciudad o realizar alguna excursión opcional. Recomendamos visitar opcionalmente Nápoles y Capri. Un viaje para disfrutar del Golfo de Nápoles y una de las islas más bonitas y con más fama. Capri enamora por sus maravillosas bellezas naturales, su historia milenaria, su clima suave y su paisaje luminoso. Alojamiento.
- **Día 15 (lunes): ROMA / MÓNACO / COSTA AZUL (725 km)**
Desayuno buffet en el hotel. Salida a primera hora de la mañana hasta llegar al Principado de Mónaco, Ciudad de los Príncipes, donde quedará deslumbrado y asombrado. Desde el antiguo casco de la ciudad, verdadero museo a cielo abierto, hasta la Place del Casino, única en el mundo. Continuamos hacia la Costa Azul. Alojamiento.
- **Día 16 (martes): COSTA AZUL / BARCELONA (672 km)**
Desayuno buffet en el hotel. Salida recorriendo toda la costa francesa bordeando el Golfo de León, para atravesar los Pirineos y llegar a Barcelona, ciudad con una historia fascinante. Alojamiento.
- **Día 17 (miércoles): BARCELONA**
Desayuno buffet en el hotel. Realizaremos un recorrido panorámico de la ciudad Condal, pasando por la Sagrada Familia (exterior) Diagonal, Paseo de Gracia, La Rambla, Barrio Gótico, Plaza de España, torre Agbar diseñada por Jean Nouvel y la montaña de Montjuich, donde tendremos una visita panorámica de la ciudad y el puerto (almuerzo en el Puerto Olímpico incluido). Tarde libre para pasear por la ciudad. Alojamiento.
- **Día 18 (jueves): BARCELONA / ZARAGOZA / MADRID (625 km)**
Desayuno buffet y salida hacia Zaragoza, que nos ofrece un rico patrimonio. Tiempo libre para visitar la impresionante Basílica del Pilar. Continuación a Madrid. Alojamiento.
- **Día 19 (viernes): MADRID**
Desayuno buffet. Tiempo libre hasta la hora indicada por nuestro representante para realizar su traslado al aeropuerto y tomar su vuelo de regreso. (FIRENTUR, 2019).



Foto: Freepik.es



CHINA Y TAILANDIA ESPECTACULAR

SALIDAS:

Del 10 al 24 de julio 2018

SERVICIOS INCLUIDOS EN CHINA Y TAILANDIA:

- TKT aéreo Quito – China – Tailandia – Quito. En clase V Sea en KLM / Turkish / Lufthansa
- Visita a las ciudades de Beijing – Xian – Shanghai
- Traslados aeropuerto / hotel / aeropuerto
- 7 noches de alojamiento en hoteles 5* con desayuno americano. Sin bebidas.
- 5 almuerzos en restaurantes locales + 1 cena típica de pato laqueado. Sin bebidas
- Espectáculo de acrobacia en Beijing
- Boleto de tren de alta velocidad Beijing-Xian en clase turista
- Boleto aéreo del vuelo interno Xian-Shanghai en clase turista
- Visitas con guías locales de habla hispana
- IVA
- Impuestos aéreos
- Impuestos hoteleros
- Impuesto al combustible en China
- Tasa de salida de Ecuador
- Tasa de salida de China

SERVICIOS INCLUIDOS EN TAILANDIA:

- TKT AÉREO SHANGHAI – BANGKOK
- TKT AÉREO BANGKOK – CHIANG RAI
- Traslados aeropuerto / hotel / aeropuerto
- 7 noches de alojamiento en hoteles 4*, con desayuno incluido. Sin bebidas
- Todos los servicios de transporte en vehículo con aire acondicionado y chofer de habla inglesa
- Encuentro y asistencia por parte de nuestro representante en los arribos y partidas de cada lugar

- Servicios de guía local de habla hispana en los tours
- Visitas detalladas en el programa
- Todos los impuestos aplicables

SERVICIOS NO INCLUIDOS EN CHINA:

- Seguro de viajes
- Pasaporte con validez mínima 6 meses
- Propinas para guía, chofer (USD 40)
- Comidas no descritas en el programa
- Visitas o excursiones no mencionadas en el programa o visitas opcionales
- Gastos de índole personal, lavandería, ningún otro alimento o bebidas no especificados, llamadas telefónicas, etc.
- Cualquier servicio que no esté claramente detallado en el programa

SERVICIOS NO INCLUIDOS EN TAILANDIA:

- Visa a Tailandia, costo referencial: USD 40; una sola entrada. Se lo tramita en Quito. Cada turista tendrá que pagar directamente en el Consulado (solicitar formulario y requisitos).
- Seguro de viajes
- Pasaporte con validez mínima 6 meses
- Propinas para guía, chofer (USD 40)
- Comidas no descritas en el programa
- Visitas o excursiones no mencionadas en el programa o visitas opcionales
- Gastos personales como llamadas telefónicas, lavandería, servicios a la habitación, maleteros
- Cualquier servicio que no esté claramente detallado en el programa

REQUISITOS Y DOCUMENTOS PARA VIAJAR Y SALIR DEL PAÍS:

Personas menores de edad que no viajen con sus padres o solo con uno de ellos requieren:

- Tramitar el permiso de salida del país en caso de persona menor de edad no acompañada.

- Cédula en algunos casos
- Pasaporte vigente de 6 meses posterior al regreso
- Certificado internacional de vacuna de la Fiebre Amarilla
- Seguro de asistencia de viajes
- Visa a China, visa a Tailandia

CONDICIONES PARA TOMAR EN CUENTA:

- Para reservación en firme, se requiere un depósito de USD 400,00 (no reembolsable ni canjeable ni endosable).
- En caso de que la conexión sea por Europa, el operador no la realiza con una estancia mayor a 12 horas, para no aplicar a visa Schengen.
- FORMA DE PAGO: El 50 %, 45 días antes. La diferencia deberá estar cancelada 30 días antes de la salida del tour.
- Los horarios y días del tour, así como las excursiones se confirmarán directamente a cada turista al llegar a cada destino.
- Precios para pago con tarjeta de crédito NO incluyen interés de financiamiento. Descuento del 6 % para pago en efectivo.
- Suplemento en habitación sencilla: TC USD 850,00 (Tarifa neta no comisionable).
- VISA A CARGO DE LA AGENCIA.
- Precio sujeto a cambio sin previo aviso. Precio por persona en habitación doble.

ITINERARIO:

- Día 1 – 11/07 QUITO – USA
Salida en vuelo regular hacia USA. Noche a bordo. Tomarán su conexión hacia Beijing.
- Día 2 – 12/07 USA – BEIJING
Llegada el jueves a Beijing, capital de la República Popular China. Traslado al hotel. Resto del día libre, almuerzo no incluido. Alojamiento.
- Día 3 – 13/07 BEIJING (D/A/-) (Ciudad Prohibida + Palacio de Verano)
Desayuno buffet. Durante este día visitaremos: el Palacio Imperial, conocido como “La Ciudad Prohibida”, la plaza Tian’anmen, una de las mayores del mundo, y el Palacio de Verano, que era un jardín veraniego para la casa imperial

de la dinastía Qing. Por la noche se asistirá a un espectáculo de acrobacias. Alojamiento.

- Día 4 – 14/07 BEIJING (D/A/-) (Gran Muralla + Parque Olímpico)
Desayuno buffet. Excursión a la Gran Muralla, espectacular y grandiosa obra arquitectónica, cuyos anales cubren más de 2 000 años. Almuerzo incluido. Por la tarde, vuelta a la ciudad y hacemos una parada cerca del “Nido del Pájaro” (Estadio Nacional) y el “Cubo del Agua”. Terminaremos con la cena de bienvenida degustando el delicioso Pato laqueado de Beijing. Alojamiento.
- Día 5 – 15/07 BEIJING – XI’AN EN TREN DE ALTA VELOCIDAD. (D/A/-)
Desayuno buffet. Visita del Templo del Cielo, construido en 1420 con una superficie de 267 ha, donde los emperadores rezaban por las buenas cosechas. Almuerzo incluido. Por la tarde, traslado a la estación de tren para tomar el TREN DE ALTA VELOCIDAD en la clase turista. Traslado al aeropuerto para tomar el VUELO DEL MISMO TRAYECTO BJS-XIA con cierto suplemento), antigua capital de China con 3 000 años de existencia, única capital amurallada y punto de partida de la famosa “Ruta de la Seda” Traslado al hotel. Alojamiento.
- Día 6 – 15/07 XI’AN (Museo de Guerreros y Corceles) (D/A/-)
Desayuno buffet. Visitaremos el famoso Museo de Guerreros y Corceles de Terracota, en el que se guardan más de 6 000 figuras de tamaño natural, que representan un gran ejército de guerreros, corceles y carros de guerra que custodian la tumba del emperador Qin. Almuerzo incluido.
- Día 7 - 16/07 XI’AN – SHANGHAI (Visita ciudad) (D/A/-)
Desayuno buffet. Salida en avión con destino a Shanghái, ciudad portuaria directamente al Poder Central con más de 16 millones de habitantes. Es el mayor puerto, centro comercial y la metrópoli más internacional de China. Almuerzo incluido. Visitaremos el Jardín Yuyuan, el Templo de Buda de Jade y el Malecón de la Ciudad. Traslado al hotel. Alojamiento.
- Día 8 - 17/07 SHANGHAI (D/-/-) (Día libre)
Desayuno buffet. Día libre. Almuerzo no está incluido. Alojamiento.
Nota importante: Las visitas de Shanghai se podrían hacer en el día 08, según la situación concreta. Viaje Hoy se reserva el derecho de realizar dicho cambio en destino, sin que ello suponga ningún reembolso ni aviso previo. A la hora indicada, normalmente al final de la noche, traslado hotel - aeropuerto, para tomar su vuelo de regreso a casa.

- Día 9 – 18/07 SHANGHAI - BANGKOK (D/-/-)
A la hora indicada, traslado al aeropuerto para tomar su vuelo hacia Bangkok. Llegada al aeropuerto internacional de Bangkok - Suvarnabhumi, encuentro con su guía y traslado al hotel. Alojamiento.
- Día 10 - 19/07 BANGKOK (D/-/-)
Salida del hotel para realizar un recorrido por las principales avenidas de Bangkok, cruzando el bullicioso barrio de Chinatown y siguiendo el curso del río Chao Praya, hasta llegar al centro histórico de la ciudad, donde visitaremos el templo de Watt Pho, conocido por albergar uno de los budas reclinados más grandes del mundo, el Watt Benjamabophit, o comúnmente llamado el Templo de Mármol; y, a continuación, el impresionante complejo del Gran Palacio símbolo de la ciudad y antigua residencia oficial del rey de Tailandia. NOTA: Para la visita al Gran Palacio deberán llevar pantalón largo hasta los tobillos, camisa/camiseta de manga larga o hasta el codo.
- Día 11 - 20/07 BANGKOK – MERCADO FLOTANTE (D/-/-)
Salida del hotel para dirigirnos por carretera a la población de Mae Kong, donde podremos ver un curioso mercado instalado sobre las mismas vías del tren. Si el tiempo y la suerte lo permiten, podremos ver cómo el tren atraviesa el mercado y, en tiempo récord, los comerciantes recogen todos los productos que tienen expuestos en las vías del tren. Desde allí nos dirigiremos al mercado flotante del Kong Damnersaduak, en la provincia de Ratchaburi, considerado el más importante del país. Llegaremos a un embarcadero en las inmediaciones del mercado flotante en Damnersaduak y, desde allí, realizaremos un paseo en barca a motor a través de la zona de canales, hasta llegar al propio mercado donde desembarcaremos y dispondremos de tiempo libre para pasear, explorar sus productos y disfrutar del animado ambiente. Tras finalizar la visita al mercado, regreso a Bangkok y traslado al hotel.
- Día 12 - 21/07 BANGKOK – CHIANG RAI (D/A/-)
Desayuno. A la hora indicada, traslado al aeropuerto para tomar el vuelo a Chiang Rai. Recogida en el aeropuerto de Chiang Rai para dirigirnos, en camioneta, a los poblados. Almorzaremos durante la ruta. Posteriormente saldremos hacia el famoso “Triángulo de Oro” del río Mekong, octavo río más largo del mundo, con vistas de Tailandia, Laos y Birmania y su famoso Museo del opio. Regreso a Chiang Rai, traslado al hotel y alojamiento.

- **Día 13 - 22/07 CHIANG RAI – CHIANG MAI (D/A/-)**
Desayuno buffet. Comenzaremos el día navegando por el río Maekok en una lancha tradicional tailandesa, hasta llegar al poblado de las etnias “Gayan” o “Karen”. A continuación, saldremos con destino a Chiang Mai, realizando una parada en el popular Templo Blanco (Wat Rong Kun en tailandés) con su también famoso puente. Los aldeanos piensan que Buda cruzó este puente para predicar el dogma por primera vez. Almorzaremos durante la ruta. Por la tarde visitaremos el Wat Phra Doi Suthep, un templo situado en la montaña, desde donde se puede disfrutar de unas bonitas vistas de Chiang Mai. Alojamiento.
- **Día 14 - 23/07 CHIANG MAI. (D/A/-)**
Desayuno buffet. Traslado al campamento de elefantes, situado en plena jungla, donde veremos una demostración de fuerza y habilidad de estas grandes criaturas. A continuación, comenzará nuestro safari a lomo de elefante, siguiendo el cauce del río y cruzando la espesa vegetación de la jungla. Almorzaremos y visitaremos una plantación de orquídeas donde podremos presenciar la belleza inigualable de esta hermosa especie floral. Posteriormente, visitaremos la popular calle de la artesanía, donde se fabrican la mayoría de los objetos decorativos tradicionales del norte, como sombrillas pintadas a mano, joyería, piedras preciosas, además de tallas en madera o sedas. Alojamiento.
- **Día 15 - 24/07 CHIANG MAI/ BANGKOK / ECUADOR (-/-/-)**
A la hora indicada, traslado al aeropuerto para tomar el vuelo con destino a Bangkok. Llegada, traslado al hotel y alojamiento. **NOTA:** El orden de las visitas puede cambiar sin alterar su contenido.

TOUR A CHINA Y TAILANDIA	HABITACIÓN	CATEGORÍA	SENCILLA	INFANTES
Circuito China y Tailandia, vía USA	Estándar	5 estrellas	10 al 24 de julio 2019	Efec. USD 5 290 Tc. USD 5 630
China y Tailandia vía Europa	Estándar	5 estrellas	10 al 24 de julio 2019	Efec. USD 5 575 Tc. USD 5 940

Fuente: (Firentur, 2019)

Servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo

La Organización Mundial de Turismo (OMT) describe al turismo como un fenómeno social, cultural y económico coherente con el movimiento de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos personales o de negocios/profesionales. Visitantes y turismo cuentan con actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

“El turismo receptivo, por lo tanto, comprende las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de destino” (Región de Murcia, 2014).

El turismo receptivo cada vez es más dinámico y en el Ecuador ha experimentado un crecimiento de 75 %. Ello se debe a la fuerte inversión en marketing turístico a nivel mundial. El Ecuador se dirige a un turismo sostenible y amigable con el medioambiente, tomando en cuenta los tres factores principales para la sostenibilidad (económico, social y ambiental).

En ecoturismo, el Ecuador, actualmente, se considera como el destino verde líder en Latinoamérica. Esta tendencia va hacia un nuevo turismo consciente y sensible con el medioambiente. El país, mediante el Ministerio de Turismo, trabaja en la promoción de los atractivos naturales con los que cuenta, para obtener una proyección aceptable a nivel mundial.

En la actualidad, Golden Vacations, operadora de turismo, y Altitud Ecuador, operadora receptiva, promocionan los diversos destinos turísticos



del país, a través de ferias y congresos de turismo, acompañados de capacitaciones para las empresas turísticas, que son impartidas por el Ministerio de Turismo y aliados estratégicos como: Tren Ecuador, Avianca, Hillary Resort, Decamerón, Segur viaje.

Las agencias de viajes que hacen uso de los servicios y productos que ofrecen estas operadoras tienen una gran aceptación en programas turísticos en el extranjero. Con ello, se ha logrado que el turismo receptivo mejore considerablemente el mercado turístico.

Altitud Ecuador ha dado a conocer sus paquetes desde el 2018 a diferentes destinos nacionales, como: Quito, Otavalo, Galápagos, laguna del Quilotoa, Cotopaxi, Mindo, Cuenca, Guayaquil, Manta, Montañita, Loja, Esmeraldas, Salinas, Suchipakary Lodge, Yarina Lodge. Estos han sido complementados con programas que incluyan servicios turísticos de calidad (La agencia de viajes Ecuador, 2018).

Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo

Para elaborar los paquetes y servicios turísticos para un turismo receptivo, se requiere la participación de muchas actividades turísticas. Respecto de Ecuador, pueden incluir traslados y visitas a diferentes regiones del país.

En el caso de transportación, esta no puede estar incluida en los programas y precios, lo que da la libertad a clientes/turistas de escoger la que más se ajuste a su presupuesto.

Por tal motivo, las empresas turísticas tienen que ofrecer nuevas alternativas que logren satisfacer las necesidades y aspiraciones del turismo receptor, con programas complementarios, como la programación de paquetes a medida de cada turista. Estos consisten en un proceso en el que cada turista puede armar un paquete a bajo costo y de acuerdo con su necesidad.

La programación preparada de paquetes son salidas específicas y tarifas de último minuto (last minute), con plazas terrestres y aéreas confirmadas, reservas garantizadas en hoteles, excursiones, visitas programadas, alimentación de acuerdo con el destino y guías bilingües.

Los programas especiales con productos y servicios de alta gama se realizan, generalmente, en cruceros a Galápagos y excursiones en el Tren Ecuador (Tren Crucero).

Estos paquetes deben contar con las siguientes características generales para el segmento del turismo receptivo:

- Grupos pequeños
- Motivación: mantener contacto con la naturaleza y la comunidad
- Mayor conocimiento previo del lugar a visitar
- Atención personalizada
- Servicios especializados, como guías y técnicos
- Uso y manejo sustentable de los recursos, que consiste en el tratamiento y cuidado del ordenamiento territorial y la planificación de uso.
- Infraestructura integrada, referente al uso de materiales ecológicos y tipología que se mimetizan con el entorno o paisaje.

Composición de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Sierra

Los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Sierra disponen de una gran diversidad natural y cultural. La ciudad de Quito, capital del Ecuador, situada en la cordillera de los Andes a 2 800 metros sobre el nivel del mar, cuenta con estructuras modernas que se



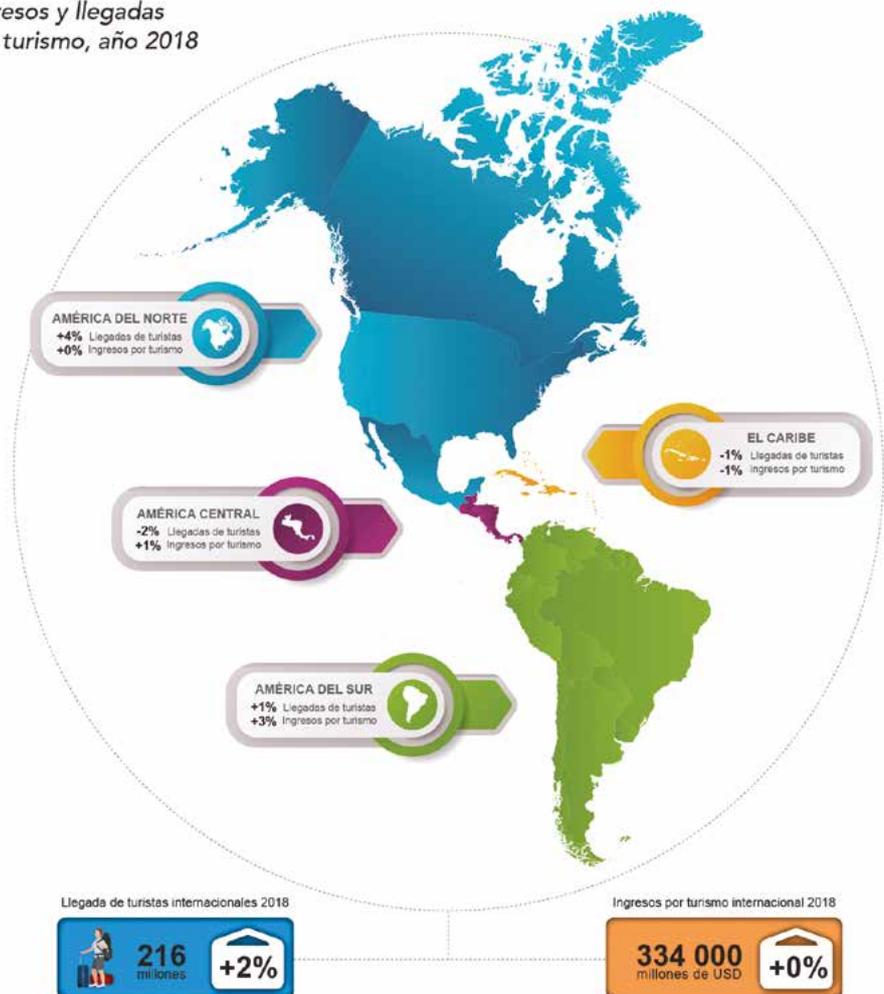
mezclan con lo colonial, donde residentes nacionales y visitantes del exterior encuentran siempre un lugar para trabajar, deleitarse y recordar. Sus alrededores cuentan con entornos turísticos naturales, como:

- Páramos
- Bosques nublados
- Lagos
- Volcanes activos
- Termas
- Mercados indígenas
- Haciendas coloniales
- Ciudades y pueblos de la Sierra

Lo que más atrae al turismo receptivo para adquirir un paquete o servicio turístico es la biodiversidad con la cuenta el Ecuador. Por esta razón, el Ecuador se ubica entre los 17 países más diversos a nivel mundial, ya que nuestro territorio recoge del 5 % al 10 % de la biodiversidad del planeta.

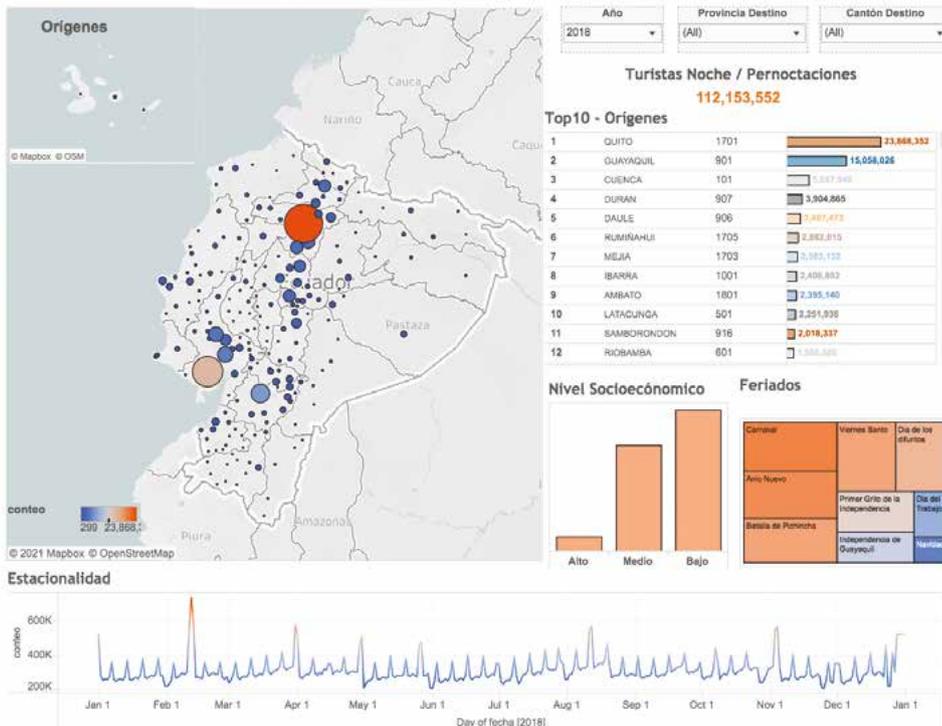
De acuerdo con estadísticas del Mintur, la llegada de turistas del exterior al país, durante el 2017 al 2018, refleja un gran porcentaje de turistas que ingresan y son un potencial mercado para el turismo receptivo.

Ingresos y llegadas por turismo, año 2018



Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2019 (Reporte ICT - 2019)

Pernotaciones por Cantón de Destino



Fuente: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Las cifras de llegadas y salidas de turistas internacionales en el Ecuador contienen indicadores como el país de origen o destino, la permanencia mensual, el rango de edad y la vía de entrada.

Con esta información, las empresas turísticas pueden generar y ofertar productos y servicios turísticos que satisfagan la demanda de un turismo receptivo que se encuentra en un constante crecimiento, en busca de conocer y aprender más sobre la biodiversidad y cultura del país.

Se puede obtener información muy valiosa en el geoportal GEO VIT, de visitas internas turísticas, como el flujo de visitantes por zona o región, los flujos intercantonales y la población turísticamente activa.

En relación con el turismo receptor, se registra como indicador principal el número de llegadas de extranjeros al país. No debemos asumir que es igual al número de personas que viajan, ya que una persona puede visitar un país en diversas ocasiones durante un año, registrándose cada viaje como una entrada.

“La información que nos brinda un ente regulador de las agencias de viajes ecuatorianas podrá determinar la frecuencia de uso de los servicios y productos turísticos del turismo receptivo” (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Sierra

En la actualidad, clientes/turistas receptivos cuentan con tiempo de vacaciones más cortos (short break), lo que origina interés hacia un turismo más doméstico o regional, que le permita disfrutar ese tiempo de ocio sin tener retrasos en la formulación de reservas. Por este motivo, los servicios y paquetes turísticos deben ser más dinámicos para el turismo receptivo. En el caso de la Sierra ecuatoriana, deben:

- Ofrecer una experiencia sobre el destino o producto concreto de la Sierra.
- Contar con vivencias y experiencias con la cultura local de la Sierra (comunidad) y proximidad a la naturaleza.
- Ofrecer productos novedosos y alojamiento no convencional y diferente del tradicional.

El descriptivo de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Sierra debe constar de:

- Las indicaciones detalladas del recorrido o viaje que se va a realizar.
- El tiempo de la visita o estadía del cliente por lo menos 1 a 2 días o más.

Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo, región Sierra



AVENIDA DE LOS VOLCANES

10 % comisionable

Día de salida: jueves

Servicio: compartido

Duración: 2 días, 1 noche

PAGO	Por pax.
EFFECTIVO	USD 185

INCLUYE:

- Transporte terrestre
- 1 noche de alojamiento en el hotel ANDALUZA, con desayuno. Acomodación DBL

- Guía bilingüe
- TKT del tren Alausí-Sibambe-Alausí

ITINERARIO:

- Día 1:
Salida desde Quito. Se realiza un interesante recorrido por la Sierra ecuatoriana, admirando hermosos paisajes de la llamada Avenida de los volcanes. Ideal para la fotografía. Breve visita al Parque Nacional Cotopaxi. Almuerzo no incluido. Llegada a la ciudad de Riobamba y alojamiento en una hacienda típica (Hostería Andaluza o similar).
- Día 2:
Al día siguiente, luego del desayuno, recorrido en bus desde Riobamba hasta Alausí. Viaje en tren desde la estación de Alausí hacia la Nariz del Diablo (Sibambe). Boleto de tren incluido. Una obra única de ingeniería incrustada en los Andes (el recorrido en tren toma aprox. 2 horas). Por la tarde, regreso a Quito vía terrestre (Altiec S. A., 2019).



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador



TURISMO COMUNITARIO COMUNIDAD DE YUNGUILLA

2 días, 1 noche

Tipo de servicio: Privado. Mínimo 5 turistas

CÓDIGO: UIO0002

INCLUYE:

- Transporte Quito / comunidad de Yunguilla / Quito
- Entrada a la finca comunitaria
- Una noche de alojamiento en casas de familias de la comunidad o en el pequeño hostel Tahuallullo
- Alimentación completa en todo el programa (3 comidas)
- Visita al mirador del chochal
- Guías locales
- Kit viajero

TARIFA ESPECIAL POR PASAJERO:

TURISTA DEL EXTERIOR	TURISTA NACIONAL
USD 185	USD 185

ITINERARIO:

- **Día 1:**
Salida de la ciudad de Quito a la hora y lugar programados. Bienvenida al grupo de visitantes. Almuerzo en la casa Tahuallullo con productos de la zona. Charla sobre los proyectos y organización comunitarios. Visita y participación en las actividades productivas como: viveros forestales, pequeñas plantas de quesos, mermeladas, artesanías y huerto orgánico. Acomodación en las casas de las familias y explicación de lo que se hará el próximo día. Tarde deportiva con jóvenes de la comunidad. Cena y compartimiento con la familia de la comunidad. Noche cultural.
- **Día 2:**
Ordeñar vacas (opcional). Desayuno con familias. Visita al mirador del Chochal, desde donde se pueden observar volcanes como Pichincha, Cayambe, Cotacachi, Antisana, Pululahua. Además,

tiene una hermosa vista de la zona del bosque nublado. Visita al sendero de los Culuncos (vías utilizadas para el comercio, el intercambio de productos entre etnias de la Sierra y la Costa; posteriormente se usó para transportar aguardiente desde la zona de Nanegal hacia Calacalí, en calidad de contrabando. Actualmente, estos caminos son utilizados con fines turísticos). Almuerzo con productos de la zona. Tiempo para compras en la tienda comunitaria. Evaluación, retroalimentación sobre la visita. Fin de las actividades. Regreso a Quito.

NO INCLUYE:

- Gastos personales y propinas
- Otra actividad no detallada en el itinerario
- Notas importantes:
 - Reservas sujetas a disponibilidad
 - Precios sujetos a cambio sin previo aviso
 - El orden del itinerario puede cambiar por razones de operación.

ITINERARIO SUJETO A CAMBIOS POR:

- Problemas climatológicos
- Inconvenientes de tipo operativo
- Situaciones que pongan en riesgo a turistas (Altiec S. A., 2019).



Foto: Flickr WVOB Imágenes Ecuador



QUITO Y ALREDEDORES

4 días, 3 noches

Salida: Diario

Punto de encuentro: A coordinación

Tipo de servicio: Compartido

Mínimo: 2 turistas

**Verificar en Tabla, Tarifa de SGL

INCLUYE:

- Traslados IN- OUT Quito
- 3 noches de alojamiento
- Hotel de acuerdo con la categoría
- *City tour* + Mitad del Mundo
- *Full day* de acuerdo con operación



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador



Foto: Stephanie Witschke/velexis

TARIFA ESPECIAL POR PASAJERO:

TRASLADOS In - Out Quito	HOTEL	CATEGORÍA
2 noches de alojamiento en Quito	SOLERA HOUSE	Turista
Desayuno	STUBEL SUITE	Turista superior
<i>City tour</i> o Mitad del Mundo	MERCURE	Primera
** Bus panorámico	SHERATON	Primera superior
2 <i>full day</i> de acuerdo con el día de operación	PATIO ANDALUZ	Primera superior Boutique

ITINERARIO:

- Día 1:
Traslado en Quito. Alojamiento. Recepción en el aeropuerto de Quito. Traslado hacia el hotel. *Check in*. Descanso
- Días 2 y 3:
Desayuno en el hotel. *Full day* de acuerdo con operación. Alojamiento
- Día 4:
Traslado desde el hotel al aeropuerto

**Dependiendo del horario de llegada, se organizará el *City tour* o Mitad del Mundo (Altiec S. A., 2019).

Composición de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Costa

El territorio ecuatoriano tiene 640 kilómetros de costa. Esta región está conformada por llanuras productivas, colinas, cuencas y elevaciones de poca altura. Por la región Costa corren ríos que parten de los Andes hasta llegar al océano Pacífico. Las cinco provincias que la conforman (Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro), cuentan con playas y balnearios muy atractivos para el turismo.

Las provincias que más se destacan son Esmeraldas, Manabí y Guayas. En esta franja se encuentra la red de vías navegables más grande del país, como la cuenca del río Guayas, que tiene cerca de doce afluentes junto a las ciudades de Daule, Babahoyo, Macul, Puca, Paján y Colimes.

Los balnearios del Ecuador brindan todas las comodidades de vivienda y turismo. Salinas, Ayangue, Puerto López, Súa, Manta, Bahía de Caráquez, Esmeraldas, Playas, entre otros, son de gran seguridad.



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador



- Montañita - Manabí
- Parque Nacional Machalilla - Manabí
- Atacames - Esmeraldas
- Bosque Petrificado Puyango - El Oro
- Playa Los Frailes - Manabí
- Isla Santay - Guayaquil, Guayas
- Olón - Santa Elena
- Hacienda La Danesa - Guayas

De norte a sur, ostenta hermosas playas que invitan al descanso y la diversión. Cuenta con una importante infraestructura hotelera.

Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Costa

La Costa ecuatoriana, desde Salinas hasta Esmeraldas, es considerada como uno de los atractivos turísticos más importantes de Ecuador. Dicho trayecto recibe el nombre de Ruta del Spondylus (Ruta del Sol), con bellas playas, acantilados, parques nacionales, observación de ballenas y muchas actividades al aire libre que permiten experimentar al turismo receptivo nuevas formas de disfrutar. Por este motivo, los servicios y paquetes turísticos deben ser dinámicos para el turismo receptivo. En el caso de la Costa ecuatoriana, deben contar con:

- Una experiencia sobre el destino o producto concreto de la Costa donde el turismo pueda practicar una gran variedad de actividades y deportes como: surf, kitesurf, parasailing, parapente, pesca, buceo, etc.
- Una comunidad de la Costa en un ambiente tropical para que el turismo receptivo pueda contar con descanso, diversión, aventura, paisajes, naturaleza y cultura.
- Productos novedosos con alternativas gastronómicas y opciones de alojamiento no convencional y diferente del tradicional (hoteles verdes).

El itinerario de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Costa debe constar de:

- Un detalle escrito o impreso del viaje, camino o ruta
- Los lugares, servicios, establecimientos por donde se transitará
- Un mapa con el trayecto que se sigue para llegar al destino
- Por lo general, consta de 2 a 4 días o más.

Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo, región Costa



GUAYAQUIL A TU ALCANCE

PROMO TAME

Día de salida: Fin de semana

Tipo de servicio: Compartido

Duración: 2 días, 1 noche

INCLUYE:

- Boleto promocional Tame clase "Z"
- Traslado *in – out*
- Hotel Palace
- *City tour* detallado
- Impuestos locales
- Todas las actividades detalladas
- Conductor / guía
- Guía profesional
- Recogida y devolución en el hote



TARIFA ESPECIAL POR PASAJERO:

HOTEL	ADT DBL
THE PARK	USD 175,00
PALACE	USD 199,00

Nota: Mínimo 2 personas

NO INCLUYE:

- Ningún adicional detallado
- Almuerzos - cena

Compra hasta: 30 de junio y viaje hasta el 30 de septiembre (Altiec S. A., 2019).

Fuente: Paquete elaborado por Altitud Ecuador, operador turístico receptivo



RUTA DEL SOL

Servicio: Compartido

Salida: 18 de abril, 23h30

PRECIO POR PAX:

ADT	NIÑ
USD 219	USD 199

INCLUYE:

- Transporte privado desde el domicilio en Quito a terminal de autobuses
- Transporte desde y hacia Puerto López en coche cama (bus público)
- Alojamiento en Piedra del Mar Hotel Boutique, acomodación DBL
- Alimentación descrita en el programa tipo menú
- Visitas según itinerario especificado

ITINERARIO:

- Día 1:
Traslado desde el domicilio hacia la terminal de autobuses. Viaje por la noche a Puerto López.
- Día 2: playa de Los Frailes
Arribo a Puerto López temprano en la mañana. Desayuno. Luego visitaremos la hermosa y natural playa de Los Frailes. Tiempo libre en la playa. Retorno a Puerto López visitando el espectacular escenario del nuevo malecón de Puerto López. Cena y alojamiento.
- Día 3: Montañita y Santuario de Olón
Desayuno. Continuando con la Ruta del Sol, llegaremos al balneario de Montañita, lugar ideal donde el turista puede practicar el surf, disfrutar de sus cálidas playas y de su original forma de diversión. Visita al malecón peatonal enclavado en las rocas. Por la tarde, también visitaremos el santuario de Olón, ubicado en un risco con paisaje inigualable y retorno a Puerto López. Cena y alojamiento.
- Día 4: Tour de miradores
Desayuno. Mañana libre para disfrutar la playa de Puerto López.

Check out. Almuerzo. Por la tarde, visita al mirador del Rocío, mirador de Piqueros y mirador de Salango, donde tendremos unas vistas privilegiadas de las playas del Parque Nacional Machalilla. Viaje a Quito por la noche.

NO INCLUYE:

- Bebidas en las comidas
- Entradas a ruinas de Agua Blanca
- Comidas no especificadas

NOTAS IMPORTANTES:

- Reservas sujetas a disponibilidad
- Precios sujetos a cambio sin previo aviso
- El orden del itinerario puede cambiar por razones de operación.
- Tarifas aplican acomodación en habitaciones dobles, triples, cuádruples y suites familiares.
- Tarifas de infantes (0 a 2 años) solo pagan impuestos (no incluye servicios de alimentación).
- La operadora tiene la obligación de cambiar a un hotel de la misma categoría asignada, en caso emergente.

TÉRMINOS Y CONDICIONES:

- La cotización tiene una validez de 24 horas después de la fecha de envío.
- El precio puede variar después de esta fecha, si no existe una confirmación previa.
- Para la confirmación de la reserva se necesita el pago del 40 % del total de la reserva.
- Esta es una cotización y no compromete a la reserva de habitaciones ni salones sin tener la confirmación respectiva.
- El monto deberá ser cancelado en su totalidad 15 días antes del ingreso de la reserva (Altiec S. A., 2019).



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador



HILLARY NATURE RESORT & SPA

Día de salida: Diarias

Tipo de servicio: Compartido

Duración: 3 días, 2 noches

TARIFAS APLICAN DE DOMINGO A JUEVES:

TEMPORADA	SGL	DBL/TPL	CHD
BAJA	USD 290	USD 210	USD 105
MEDIA	USD 312	USD 232	USD 116
ALTA	USD 400	USD 320	USD 160

TARIFAS APLICAN DE VIERNES A SÁBADOS:

TEMPORADA	SGL	DBL/TPL	CHD
BAJA	USD 330	USD 250	USD 125
MEDIA	USD 362	USD 282	USD 141
ALTA	USD 400	USD 320	USD 160

INCLUYE:

- 2 noches de alojamiento en Hillary Resort
- Acomodación múltiple DBL y TPL
- Niños y niñas hasta 12 años cumplidos
- Alimentación tipo buffet, desayuno, almuerzo y cena
- Snack y bebidas entre comidas
- Asistencia personalizada
- Impuestos

NO INCLUYE:

- Transporte
- Consultar por el TKT

TÉRMINOS Y CONDICIONES:

- La cotización tiene una validez de 15 días después de la fecha de envío.

- El precio puede variar después de esta fecha, si no existe una confirmación previa.
- Para la confirmación de la reserva se necesita el pago del 30 % del total de la reserva.
- Esta es una cotización y no compromete a la reserva de habitaciones ni salones sin tener la confirmación respectiva.
- El monto deberá ser cancelado en su totalidad 72 horas antes del ingreso de la reserva.
- Personas menores de 3 años no cancelan.

POLÍTICA DE CANCELACIÓN:

Se aceptan cancelaciones sin penalidad hasta 20 días antes del ingreso, si se trata de un grupo (6 habitaciones en adelante). Adicionalmente, se recibirán cancelaciones de habitaciones sueltas hasta 72 horas antes de la llegada. En caso de no cumplir con esta política, se cobrará el total de las reservas en su primera noche.

POLÍTICAS DE PAGO Y GARANTÍAS:

En caso de que la empresa cuente con crédito corporativo, se debe enviar una carta de garantía especificando los rubros que serán cubiertos por la empresa. Si la empresa o cliente no cuenta con crédito, se debe cancelar el 30 % del total para garantizar su reserva. El saldo restante se debe cancelar hasta 72 horas antes del ingreso y otorgar un *voucher* como garantía por consumos adicionales a los estipulados en el contrato (Altiec S. A., 2019).



Foto: Artem Beloukin de Pexels

Composición de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Amazónica

La región Amazónica del Ecuador cuenta con la reserva Cuyabeno, considerada como un área muy diversa en flora y fauna. Es el único parque amazónico en todos los países amazónicos-andinos que tiene amplias llanuras planas y estrechos arroyos. Los ríos y varios lagos que fluyen lentamente solo pueden desarrollarse en llanuras planas.



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Se puede acceder a ella por vía terrestre y pavimentada, característica única de este gran parque amazónico a nivel mundial; por eso, apta para hacer turismo en las amazonas. Cuenta con 450 km de largo y 150 km de ancho. El parque abarca 590,112 hectáreas, en su mayor parte, primitiva selva amazónica.

“La Reserva Faunística Cuyabeno es una de las pocas áreas protegidas del mundo situada precisamente en el Ecuador. Es considerado el mejor sitio turístico en la Amazonía del Ecuador” (Cuyabeno Lodge, 2019).

Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Amazónica

Las agencias de viajes que ofrecen servicios y paquetes turísticos en la región Amazónica, después de un proceso de inculturación, se han vinculado con las comunidades indígenas asentadas en el interior de la selva, con la finalidad de dar a conocer y vivir la cultura y tradiciones de las comunidades amazónicas. De esta forma, dan a conocer al turismo receptivo una nueva forma de aprender y valorar los conocimientos y las tradiciones ancestrales de nuestra comunidad indígena.

Las características esenciales que contienen los servicios y paquetes en la región Amazónica son:

- Tours de 1 a 3 días en selva primaria
- Alimentación – platos típicos – platos tradicionales de mi tierra
- Baños en cascadas de la Amazonía
- Baños en ríos y diques de nuestra Amazonía
- Caminatas en selva
- *Camping* en la playa de los ríos
- Explicación de plantas medicinales
- Grupos organizados – hospedaje en hoteles – hospedaje en cabañas típicas.
- *Rafting* principiantes, nivel 3 – 4 – 5
- Observación de animales – experiencias inolvidables
- Observación de chacras – huertos
- Observación de la flora y fauna
- Paseos en canoa tradicional
- Selva primaria – supervivencia en selva – pesca de pirañas
- Viajes individuales acompañados por guías nativos
- Viajes en avioneta al interior de la selva – viajes en canoa a motor
- Visitas a comunidades indígenas – rituales chamánicos, danza y artesanía – convivencia en comunidades indígenas
- Juegos ancestrales
- Visita a la selva de los monos
- Visita a cuevas y cavernas

Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo región Amazónica



CUYABENO RIVER

Día de salida: 2 días, 3 noches

Servicio: Compartido

PAGO	Precio* persona
EFFECTIVO	USD 279

INCLUYE:

- Transporte fluvial (canoa a motor)
- Guía naturalista
- Acomodación en cabañas dobles, matrimoniales, triples, cuádruples o séxtuples, con sus respectivas camas, cobijas, sábanas, almohadas, mosquiteros, electricidad 24 horas y baño privado en cada cabaña, con agua caliente.
- Carpas y aislantes para dormir (en caso de hacer los tours a remo).
- Comidas completas desde el primer día el desayuno hasta el último día el almuerzo. También tenemos catering para vegetarianos.
- Agua pura todo el tiempo y agua caliente para prepararse café o té cuando deseen.
- Botas de caucho y ponchos de agua.

ITINERARIO:

- Día 1:
Después de viajar por bus hasta el Puente del Cuyabeno (o avión hacia Lago Agrio y bus o transfer privado hasta el puente), nuestro guía estará esperándoles para recogerles y abordar las canoas que nos llevarán a nuestro campamento "Cayambeño River Lodge". Una vez que hayamos desayunado, tendremos un descanso y relajación en el río Cuyabeno. Luego del almuerzo, realizaremos la caminata de adaptación por el Sendero de los Ceibos, aproximadamente 1 hora y 30 minutos. En la noche, luego de cenar, haremos una caminata nocturna

para ver animales nocturnos, como arañas, sapos y serpientes arbóreas. También apagaremos nuestras linternas para poder escuchar los sonidos de la selva. Esta caminata toma alrededor de 40 minutos.

- **Día 2:**

Desayuno a las 07h30 a. m. Luego, partiremos en la canoa hacia el complejo de Lagunas, con un recorrido impresionante, observando durante el trayecto diferentes especies de animales y aves, como monos, hoatzines, garzas, patillos de río, martín pescadores, etc.; y, con mucha suerte, los perezosos.

Una vez en la Laguna Grande, podemos disfrutar del entorno y observaremos delfines rosados. En la laguna, también podemos ver el bosque inundado, en donde trataremos de encontrar a las anacondas. En la Hormiga (Laguna Grande), buscaremos un sitio adecuado para servirnos un apetitoso *box lunch*.

Luego, iremos río abajo para visitar a la comunidad siona.

En esta visita, podremos aprender cómo viven y lo que realizan en un día normal. Después, iremos con una familia a preparar el pan de yuca o casabe, a la manera tradicional. Por la tarde, tomaremos un refrescante baño en el centro mismo de la Laguna Grande y miraremos el atardecer. A una hora adecuada, nuestro guía propondrá el retorno donde podremos observar caimanes, mientras volvemos al campamento. Cena y alojamiento.

- **Día 3:**

Muy temprano en la mañana, iremos a observar aves (actividad opcional). Hay que recordar al guía, la noche anterior, que les haga despertar para poder ir a realizar esta actividad. Durante este trayecto, se podrán ver tucanes, guacamayos y papagayos. Desayuno. Luego, haremos la actividad de canoa a remo. Almuerzo. Por la tarde, pueden quedarse en el *lodge* para descansar o realizar la actividad que más les haya gustado. A las 17h30 p. m., iremos rumbo al Puente del Cuyabeno, donde abordaremos el bus directo que nos llevará a la ciudad de Lago Agrio o a Quito, a las 18h30 p. m.

NO INCLUYE:

- Ticket aéreo Quito - Lago Agrio - Quito; o de bus Quito - El Puente del Cuyabeno - Quito
- Bebidas adicionales (alcohólicas y gaseosas)
- Contribución de USD 5 para actividades en la comunidad

NOTAS:

Nuestros tours empiezan en el Puente del Cuyabeno, que es la entrada a la Reserva del Cuyabeno. Para llegar al punto de encuentro, deben tomar un bus directo desde la estación del sur “Quitumbe”. La compañía se llama Transportes Putumayo. Sale a las 21h30 p. m. y llega al Puente del Cuyabeno a las 07h30 a. m. del siguiente día.

El costo es de USD 14 por persona (Altiec S. A., 2019).



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador



EL PARAÍSO DE LAS ORQUÍDEAS, ARCHIDONA-NAPO

Día de salida: 2 días, 1 noche

Servicio: Privado (20 personas)

PAGO	DBL	CHD 3-10
EFFECTIVO	USD 140,00	USD 120,00

INCLUYE:

- Transporte desde Quito / Lodge / Quito
- Una noche de alojamiento en amplias cabañas y habitaciones

- Alimentación completa
- Hermosa piscina ecológica al aire libre
- Acceso y playa privada en el río Misahuallí
- Cancha de fútbol
- Senderos ecológicos
- Establecimiento libre de humo

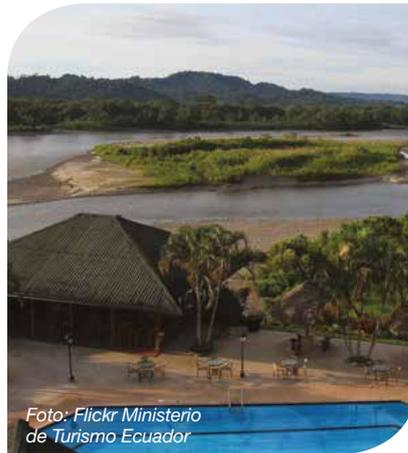


Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

ITINERARIO:

- **Día 1:**
Salida de la ciudad de Quito, a la hora programada en el punto de encuentro. El recorrido durará aproximadamente 4 horas hasta llegar al Lodge. *Check in* y almuerzo en la hostería. Día para disfrutar de las instalaciones de la hostería. Cena. Descanso.
- **Día 2:**
Desayuno, *check out* y retorno a la ciudad de Quito

TÉRMINOS Y CONDICIONES:

- La cotización tiene una validez de 24 horas después de la fecha de envío.
- El precio puede variar después de esta fecha, si no existe una confirmación previa.
- Para confirmar la reserva se necesita el pago del 50 % del total de la reserva.
- Esta es una cotización y no compromete a la reserva de habitaciones ni salones sin tener la confirmación respectiva.
- El monto deberá ser cancelado en su totalidad 72 horas antes del ingreso de la reserva.
- Personas menores a 2 años no cancelan.

POLÍTICA DE CANCELACIÓN:

Se aceptan cancelaciones sin penalidad hasta 20 días antes del ingreso, si se trata de un grupo (6 habitaciones en adelante). Adicionalmente, se recibirán cancelaciones de habitaciones sueltas hasta 72 horas antes de la llegada. En caso de no cumplir con esta política, se cobrará el total de las reservas en su primera noche (Altiec S. A., 2019).

Fuente: Paquete elaborado por Altitud Ecuador, operador turístico receptor



RAFTING EN FAMILIA TENA-NAPO

Duración: 1 día

Servicio: Compartido (operación desde dos personas)

PAGO	Precio por persona
EFECTIVO	USD 160

INCLUYE:

- Transporte desde Quito / Tena / Quito
- Almuerzo (tipo menú)
- Dos horas de *rafting*
- Kayajista de seguridad
- Guías certificados de *rafting*
- Equipo completo de *rafting*



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

ITINERARIO:

- Día 1:
Salida de la ciudad de Quito a las 7h00 a. m., en el punto de encuentro. El recorrido durará aproximadamente 4 horas, hasta llegar a la ciudad del Tena. Se tomará el almuerzo en el restaurante Iguana o similar. Una buseta los recogerá y trasladará hasta las oficinas de KE, donde les darán explicaciones necesarias sobre el *rafting*. A las 14h45 p. m., llegarán al río Ansu, que es una categoría II, donde se entregará el equipo. La duración de esta actividad es de 2 horas aproximadamente.

Posteriormente, se realizan caminatas por senderos hasta llegar a la comunidad Costa Azul. Traslado hasta las oficinas donde se tomará el transporte de regreso a las 18h00 p. m., aproximadamente, con retorno a la ciudad de Quito.



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Composición y características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo en la región Insular

Los servicios y paquetes turísticos que ofertan las agencias de viajes en la región Insular o Galápagos, conocida también como las Islas Encantadas, son considerados como el principal ícono turístico del Ecuador, al ser un destino paradisíaco que se promociona solo a nivel mundial.



“En Galápagos se desarrolla un turismo y desarrollo sostenible de sus atractivos acompañados de una experiencia diferente que nos brinda la región Insular” (Marín & Gortázar, 1999).

El gobierno y las autoridades locales deben establecer las características esenciales que deben contener los servicios y paquetes turísticos en la región Insular, para promover el desarrollo de programas para un turismo sostenible, que incluyan sistemas y procedimientos (Criterios Globales de Turismo Sostenible), adecuados para una planificación sostenible de la región Insular. Se deben establecer políticas, estándares e incentivos; fomentar y apoyar la conservación cultural y del medioambiente; determinar áreas y lugares protegidos.

Las características de los servicios y paquetes turísticos para la región Insular deben tener, como finalidad, un beneficio para la comunidad local, por medio de:

- Interacción cultural de la región Insular
- Ingresos económicos para la comunidad
- Transferencia de tecnología
- Educación ambiental para el turista
- Información para el manejo y uso del suelo para minimizar el impacto ambiental

- Alojamiento sostenible (hoteles verdes)
- Inclusión social de la comunidad
- Fomento del desarrollo de las empresas turísticas locales
- Servicios sostenibles para un turismo receptivo e interno
- Promoción y difusión de productos locales

Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo receptivo, región Insular



SANTA CRUZ COMPLETO MÁS TOUR DE BAHÍA

Día de salida: Diarios

Servicio: Compartido

Duración: 5 días, 4 noches

HOTEL	CATEGORÍA	DBL	CHD
PEREGRINA SUEÑO SILVESTRE BRISAS DEL PACÍFICO GPS NATIVE NORTH SEYMOUR**	Económico	USD 589	USD 579
PELICAN BAY ** GPS ISLAND	Turista	USD 635	USD 625
GALAPÁGOS INN PALMERAS DEJAVU ***	Turista Sup	USD 675	USD 665

- ***Comisión USD 25 por persona ADT y USD 20,00 por CHD***
- ***Bono de USD 10 x persona ADT USD 5 x CHD***
- Tarifa aplica para pax nacionales
- Turistas extranjeros, aplica suplemento de:
- Adl, ycd USD 299; chd USD 199
- Hotel recomendado
- Suplemento acomodación sgl, consultar de acuerdo con hotel seleccionado*

INCLUYE:

- Ticket aéreo Quito o Guayaquil / Galápagos / Quito o Guayaquil vía LATAM

- Alojamiento según elección
- Traslado *in / out* en el aeropuerto de Galápagos
- Asistencia y soporte diario
- Transporte terrestre en compartido
- Alimentación completa tipo menú
- Visitas y excursiones compartidas según itinerario
- Estación Charles Darwin
- Tortuga Bay
- Parte alta (rancho de tortugas, túneles de lava)
- Tour de bahía
- Los gemelos
- Excursión playa El garrapatero
- Guías autorizados por el Parque Nacional Galápagos
- Aguas y refrescos (no embotelladas) durante las comidas
- Impuestos

ITINERARIO:

**Por favor tomar en cuenta que, por disposición del aeropuerto ecológico de Galápagos, a partir del 30 de julio de 2018, todas las personas deberán pagar por su cuenta USD 5 dólares, por vía, correspondientes a los traslados aeropuerto - canal de Atabaca y retorno.

- Día 1:
Salida hacia las Islas Encantadas Galápagos. Arribo al aeropuerto de la Isla Baltra. Recepción de nuestros guías del Parque Nacional. Traslado a Santa Cruz. Arribo y acomodación en el hotel / almuerzo.

Por la tarde, visita a la Estación Científica Charles Darwin y el Centro de Interpretación del Parque Nacional Galápagos. Se visitan los exhibidores de tortugas e iguanas terrestres. Retorno al hotel / cena.

** Almuerzo y cena en restaurante localizado en la avenida Charles Darwin; almuerzo y cenas tipo menú.

- Día 2:
Desayuno. Visita a la hermosa playa Tortuga Bay, única en el mundo por su paisaje. Podremos observar iguanas marinas, entre otras especies de animales. Retorno al hotel / almuerzo.

Por la tarde, visita a la Parte Alta, que comprende visita al Rancho, donde se encontrarán “tortugas gigantes” en hábitat natural. Para finalizar la aventura, caminata por un increíble túnel de lava. Retorno al hotel / cena.

** Almuerzo y cena en restaurante localizado en la avenida Charles Darwin; almuerzo y cenas tipo menú.

- Día 3:
TOUR DE BAHÍA

Este tour comprende visitas a lugares exóticos de la bahía del golfo de Santa Cruz. Duración entre 3 horas y media a 4 horas. Se lo puede hacer en la mañana o en la tarde.

La Lobería es llamada así por la gran colonia de lobos marinos. Allí se realiza *snorkel*.

Punta Estrada es un pequeño golfo de aguas calmas, donde se puede observar animales como gaviotines, piqueros, fragatas, lobos marinos y, lo más increíble, hacer *snorkel*.

Visita al canal de amor, otra formación por fisura. Hermoso canal de aguas dormidas con excelente belleza escénica.

Visita a Las Grietas. Son una continuación del canal de los tiburones. Es el último lugar de visita, quizá el más esperado por visitantes, ya que es excelente para *snorkel* recreacional en sus aguas salobres y cristalinas. Se encuentra a 15 minutos de un desembarque seco, que se realiza en un pequeño muelle.

Tarde libre

** Almuerzo y cena en restaurante localizado en la avenida Charles Darwin; almuerzo y cenas tipo menú.

- Día 4:
Visita a playa El garrapatero, hermosa playa santacruceña, donde podremos relajarnos en su extensa arena blanca rodeada de exuberantes manglares. Si somos afortunados, podremos observar algunos flamings y patillos, en una pequeña laguna ubicada cerca de la playa. Retorno al hotel / almuerzo – Tarde libre / cena.

** Almuerzo y cena en restaurante localizado en la avenida Charles Darwin; almuerzo y cenas tipo menú.

- Día 5:
Desayuno en el hotel. Visita a Los Gemelos, fantásticas formaciones volcánicas desde donde se puede apreciar la exuberante vegetación endémica de la isla.

NO INCLUYE:

- Entrada al Parque Nacional Galápagos
 - Persona adulta nacional USD 6
 - Persona turista nacional menor de edad USD 3
 - Persona adulta extranjera USD 100
 - Persona turista extranjera menor de edad USD 50
 - Persona adulta parte de MERCOSUR o CAN USD 50
 - Persona menor de edad parte de MERCOSUR o CAN USD 25
- * Estados Parte del MERCOSUR: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela.
- * Estados Miembros de la CAN: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú.
- Tarjeta de tránsito USD 20
- Transporte aeropuerto / canal / aeropuerto USD 5 por vía por pax (Santa Cruz)
- Gastos personales y propinas
- Otra actividad no detallada en el itinerario
- Equipo de *snorkeling* solo incluye en tour de bahía y en los *full days*. Si necesita el equipo para realizar en otros lugares, por favor solicitar con anterioridad y pagar un costo adicional de USD 5,00 por persona.

NOTAS IMPORTANTES:

- Reservas sujetas a disponibilidad.
- Precios sujetos a cambio sin previo aviso.
- El orden del itinerario puede cambiar por razones de operación.
- Tarifas aplican acomodación en habitaciones dobles, triples, cuádruples y suites familiares.
- Contamos con una infraestructura hotelera, transporte terrestre y navegable para que su viaje sea seguro.
- Itinerario sujeto a cambios por: problemas climatológicos, inconvenientes de tipo operativo o situaciones que pongan en riesgo a turistas o conservación de las Islas.

- Tarifas de infantes (0 a 2 años) solo pagan impuestos (no incluye servicios de alimentación).
- La operadora tiene la obligación de cambiar a un hotel de la misma categoría asignado a turistas en casos emergentes.
- Vuelo: favor presentarse 2 horas antes en el aeropuerto.
- Es responsabilidad de cada turista verificar que sus documentos personales y de viaje estén en regla.
- Una vez confirmado el pago total de su reserva, enviarán los documentos que sustentan sus servicios adquiridos, como: *voucher*, boletos, seguros, etc.

TÉRMINOS Y CONDICIONES:

- La cotización tiene una validez de 24 horas después de la fecha de envío.
- El precio puede variar después de esta fecha, si no existe una confirmación previa.
- Para confirmar la reserva se necesita el pago del 45 % del total de la reserva.
- Esta es una cotización y no compromete a la reserva de habitaciones ni salones sin tener la confirmación respectiva.
- El monto total deberá ser cancelado en su totalidad 15 días antes del ingreso de la reserva.
- Nuestro personal profesional, capacitado con los más altos estándares nacionales e internacionales, logrará satisfacer todas y cada una de sus necesidades (Altiéc S. A., 2019).



Foto: Pascal Renet de Pexels



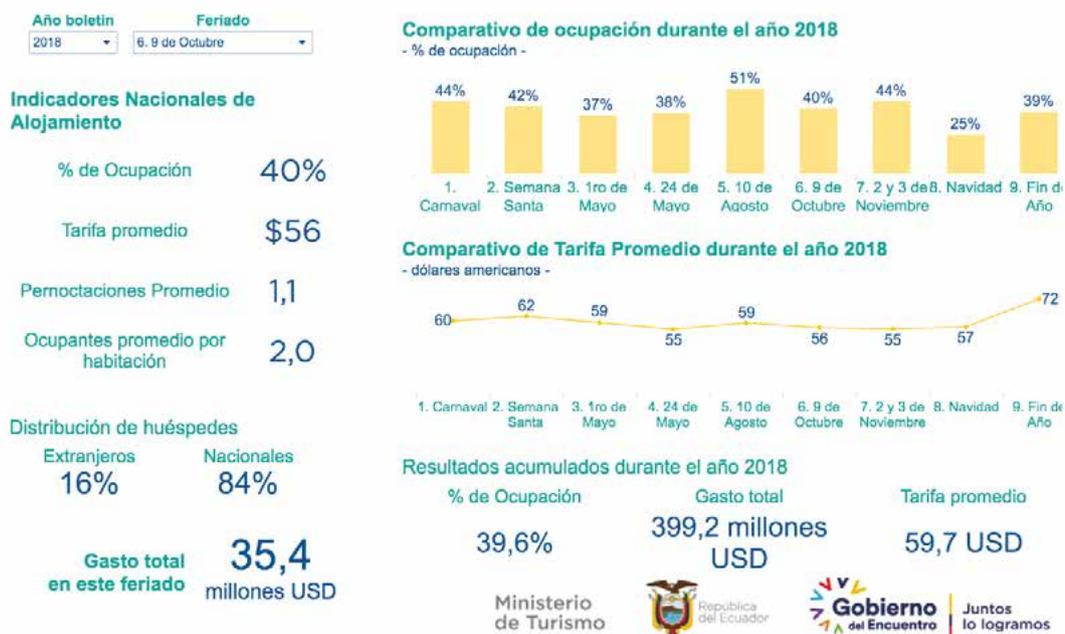
Foto: Jolo Diaz de Pexels

Turismo interno

Se lo define como el desplazamiento de personas residentes nacionales y extranjeras a una ciudad o región determinada de su mismo territorio. El turismo interno va en crecimiento en el Ecuador, para lo cual las agencias de viajes ofrecen nuevos servicios y productos a bajo costo y con alianzas estratégicas con establecimientos hoteleros y aerolíneas, de acuerdo con las nuevas tendencias. El turismo interno en el país se realiza, generalmente, en feriados nacionales que se encuentran registrados en el calendario del Ministerio de Turismo:

- Feriado de Carnaval
- Feriado Semana Santa
- Feriado del 1 de Mayo, Día del trabajo
- Feriado del 24 de Mayo, Batalla de Pichincha
- Feriado del 10 de Agosto, Primer Grito de la Independencia
- Feriado del 9 de Octubre, Independencia de Guayaquil
- Feriado del 2 y 3 de Noviembre, Día de los Difuntos e Independencia de Cuenca
- Feriado de Navidad y Fin de Año (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2019).

RESULTADOS A NIVEL NACIONAL



Fuente: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/feriados-nacionales>

Características de los servicios y paquetes turísticos para el turismo interno

Las personas que realizan turismo o visitantes internos busca recorrer el país con opciones más económicas y de calidad.

Debido a los diferentes climas que hay en nuestro país, es necesario informar al turista el uso de ropa adecuada según la región que se quiera visitar:

- **Región Sierra:** es imprescindible el uso de ropa abrigada, especialmente en las noches. Si se planea acampar, es necesario llevar ropa de secado rápido, botas todo terreno e impermeables.
- **Región Insular o Islas Galápagos y provincias de la Costa:** es necesario usar ropa fresca, zapatos deportivos, sandalias, trajes de baño, protector solar, gorras y gafas.
- **Región Amazónica:** debe llevar botas de caucho (se las puede adquirir en el país por un módico precio), bolsas de plástico, ropa liviana de secado rápido, pantalones (no jeans), impermeable y sandalias.

Componentes de los servicios y paquetes turísticos para el turismo interno

En turismo, el mayor impacto económico se genera por los servicios directos: hoteles, transportes y diversiones; pero la oferta turística, en su totalidad, forma parte de la vida de la comunidad.

- Bosques
- Plazas de las ciudades
- Paseos
- Instalaciones deportivas
- Lugares de culto

Estos componentes deben formar parte de un paquete turístico interno, ya que son, con frecuencia, de gran importancia para personas que realizan turismo, sean nacionales o extranjeras. De esta manera, las agencias de viajes deben impulsar calidad en servicios y productos comerciales de las empresas turísticas, para fomentar el crecimiento de la demanda turística en el Ecuador, por medio de:



Fuente: Ministerio de Turismo de Ecuador, 2019

Ejemplos de servicios y paquetes turísticos para el turismo interno



FULL DAY SANTO DOMINGO

Tipo de servicio: Privado (con base a 10 pax)

Duración: 1 día

Operación: Martes y viernes

Precio por persona: USD 120

INCLUYE:

- Transporte desde la ciudad de Quito
- Alimentación (desayuno – almuerzo)
- *Break* media tarde
- Entrada a los lugares a visitar
- Comunidad tsáchila
- Finca demostrativa del cacao
- Hostería Cucardas
 - Actividades de integración a realizarse
 - Tours líder
 - Guía local

ITINERARIO:

- Día 1:
 - 06h00 Salida desde Quito *pick up* plaza Foch
 - 08h30 Arribo a Santo Domingo y desayuno
 - 09h30 Traslado a finca demostrativa del cacao

10h30 Visita y explicación en finca demostrativa.
12h00 Traslado comunidad tsáchila
12h30 Almuerzo
13h30 Recorrido por comunidad tsáchila
15h00 Traslado hostería Cucardas
15h45 Arribo a hostería y uso de sus instalaciones
18h00 Retorno a nuestra ciudad de origen (Altiec S. A., 2019).



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador



**SERVICIOS COMPARTIDOS DESDE
GUAYAQUIL TRANSFER IN / OUT GUAYAQUIL **
UNA VÍA**

CITY TOUR GUAYAQUIL

Recorrido por las principales calles y avenidas de la ciudad. Visita al parque Simón Bolívar, Malecón 2000, los muelles y la Rotonda (con las estatuas de Bolívar y San Martín). Visita al barrio colonial de Las Peñas; desde allí se podrá admirar su arquitectura en madera y muchas de sus casas, que son galerías de arte. Se apreciará una hermosa vista panorámica de Guayaquil y del río Guayas, desde el fuerte Santa Ana.

EXCURSIÓN CHOCOLATE & CACAO

Hacienda El Castillo, en la ruta que conecta a Guayaquil con las playas, a solo 45 minutos de la ciudad. Originalmente, fue construida como un castillo hace medio siglo. Esta es una oportunidad para mirar de cerca las fértiles tierras de la costa tropical del Ecuador, un escape de la gran ciudad, pasando por arrozales, plantaciones de banano y caña de azúcar, y la vegetación natural del trópico ecuatorial. Se observa a la gente y los coloridos productos a la vera del camino, hasta una plantación de cacao y su planta procesadora.

FULL DAY SALINAS

La ciudad es considerada el balneario más importante, popular y visitado del Ecuador, por sus hermosas y acogedoras playas, hoteles de primera categoría, clubes, bares, discotecas y centros deportivos para el turismo.

La Chocolatera está ubicada en la Base Naval de Salinas. Es el extremo occidental de la ciudad, el cantón, la provincia y el país. Además, es el punto más occidental de Sudamérica. Se llama Chocolatera por la forma en que las olas revientan en las cuevas existentes, formando espuma y vapor como una taza de chocolate.

FULL DAY MONTAÑITA

Montañita toma su nombre por estar ubicada en una ensenada rodeada por cerros y vegetación al pie del mar, como un valle con una playa extensa. Actualmente, es un balneario turístico internacional, visitado por jóvenes que practican el turismo de aventura y surfistas. Sus olas derechas perfectas que llegan hasta los 2,5 m atraen a turistas de todo el mundo (Altiec S. A., 2019).

Fuente: Paquete elaborado por Altitud Ecuador



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Objetivos para el Desarrollo Sostenible de los servicios y paquetes turísticos



Los componentes esenciales de los servicios y paquetes turísticos son:

- El destino de visita
- Transporte, características y clases
- Itinerario (fecha, hora, lugares de salida y regreso)

- Alojamiento (ubicación, categoría, comodidad)
- Número de comidas (desayuno, almuerzo o cenas)
- Visitas, excursiones o servicios incluidos
- Tarifas y precio del viaje y un estimado de las excursiones
- Calendario y modalidades de pago
- Responsabilidades por cancelaciones
- Condiciones de viaje

“La OMT describe que un sistema turístico se compone de 4 elementos: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado” (Cloud tourism, 2009).

Proyecto de aprendizaje

Fase 4: Ejecución

Actividad 5: Estructura del paquete turístico

Solicite a sus estudiantes que, con los datos obtenidos en la fase de indagación y en el desarrollo de las unidades de aprendizaje, definan un itinerario donde se incluya:

1. Nombre del paquete turístico
2. Descripción del lugar:
 - Rutas o recorrido
 - Lugares que visitar
 - Mapa del recorrido
3. Programación que señala todas las actividades que se van a realizar día a día, y que incluye:
 - a. Actividades para desarrollar (turísticas y comunitarias)
 - b. Servicio de alojamiento, alimentación y transporte
 - c. Costos
 - d. Aclaración de los servicios que se incluyen y no se incluyen en el paquete.

**Unidad de
trabajo 6:
Venta de
servicios y
paquetes
turísticos**

9

Actualmente, las personas, cuando desean realizar un viaje, por comodidad, seguridad o confianza, recurren a una agencia de viajes para comprar un paquete turístico. En esta unidad se hace referencia a las etapas que conlleva el proceso de venta de paquetes turísticos, así como las señales que nos pueden dar clientes potenciales, al momento de definir la compra y las políticas que pueden establecer las agencias de viajes en la venta de los paquetes turísticos.



Foto: Flickr Ministerio de Turismo Ecuador

Objetivo de la unidad de trabajo:

Reconocer las diferentes etapas, técnicas y políticas que se aplican en la venta de servicios y paquetes turísticos en una agencia de viajes.

Procedimiento	Criterios de evaluación
Diferenciar las etapas del proceso de venta en las agencias de viajes y sus características.	<ul style="list-style-type: none">Describe las etapas del proceso de venta de servicios y paquetes turísticos.
Reconocer las posibles necesidades, objeciones y señales positivas de clientes potenciales.	<ul style="list-style-type: none">Identifica las posibles necesidades, objeciones y señales positivas que muestran clientes potenciales.
Diferenciar las políticas generales de una agencia de viajes y las políticas específicas de sus departamentos.	<ul style="list-style-type: none">Diferencia el alcance de las políticas generales de una agencia de viajes y las específicas de sus departamentos.
Relacionar las políticas de la empresa con las etapas del proceso de venta de servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none">Relaciona los diferentes tipos de políticas de la empresa con las etapas del proceso de venta de servicios turísticos.
Organizar una base de datos con los registros de venta de servicios y paquetes turísticos.	<ul style="list-style-type: none">Organiza una base de datos con la información proporcionada sobre la venta de servicios y paquetes turísticos.
Secuencia del desarrollo de la actividad	Tiempo estimado de ejecución
1. Proceso de venta en una agencia de viajes	45 minutos
2. Video sobre venta de paquetes turísticos	35 minutos
3. Juego de roles	35 minutos
4. Políticas de servicio turístico	35 minutos
5. Costos y precios para la venta de servicios y paquetes turísticos	40 minutos
Proyecto de aprendizaje. Fase 4. Actividad 6	A criterio de cada docente

Venta de servicios turísticos

La agencia de viajes debe contar con amplias fuentes de información que faciliten la venta de paquetes turísticos, además de una adecuada comunicación con las personas que viajan. Esto permitirá captar, de la mejor manera posible, las necesidades y expectativas que cada cliente tiene del viaje.

Para la venta de servicios turísticos de forma presencial o digital, en la actualidad se debe hacer un gran esfuerzo por atraer y fidelizar a la clientela.

Las agencias y operadores turísticos tienen que ofrecer atractivos suficientes y especiales que garanticen a sus clientes un servicio de calidad en su viaje, con la garantía de que su estancia en el lugar de destino elegido le sorprenda agradablemente.

Hoy, a consecuencia de un mercado saturado de ofertas referentes a nuevos destinos como productos turísticos, la clientela potencial tiene más opciones para elegir un destino; en consecuencia, exige más en todas las variables del producto turístico, antes de decidirse por visitar por primera vez un lugar o repetir su estancia en él.

Actividad 1. Proceso de venta en una agencia de viajes

1. Previo a la sesión, en equipos de 3 estudiantes, solicite que elaboren un paquete turístico de diferentes ciudades del país (Costa, Sierra, Amazonía).
2. Pida que diseñen un cartel con la propuesta del paquete turístico.
3. Solicite que coloquen en el pizarrón la propuesta de paquetes turísticos.
4. Realice las siguientes preguntas:
 - ¿Se identificó para qué clientes están enfocados los paquetes? Motive a que fundamenten su respuesta.
 - ¿Cómo se estableció el tiempo de duración del paquete turístico?
 - ¿Qué es lo que busca la clientela o las necesidades que esta tiene al comparar un paquete turístico?
5. Una vez respondidas las interrogantes por parte de sus estudiantes, analice junto con el grupo en qué segmentos de mercado turístico se pueden enfocar los paquetes turísticos y las necesidades a satisfacer en cada segmento.

Actividad 2. Video sobre venta de paquetes turísticos

1. Establezca con sus estudiantes los pasos del proceso de venta.
2. Projete el video del siguiente enlace:
<https://www.youtube.com/watch?v=4D9jEXoeDxM>.
3. Con la información del video, elaboren una lista de los pasos a seguir para el proceso de venta de un paquete turístico.
4. Organice un juego de roles, en donde sus estudiantes apliquen las técnicas de venta observadas en el video.

Venta de servicios y paquetes turísticos

Es importante tomar en cuenta los aspectos que forman parte del sistema turístico. Estos son:

- Medios de transporte y accesos rápidos para cada tipo de persona
- Información veraz y transparente del destino turístico
- Amabilidad y profesionalismo de las personas que atenderán a potenciales clientes (turistas)
- Confortabilidad y modernidad de las instalaciones de alojamiento
- Calidad e idoneidad de la oferta gastronómica
- Variedad de los atractivos turísticos, tanto en instalaciones de alojamiento como en infraestructura turística externa
- Respuestas idóneas a las consultas, quejas o reclamaciones de clientes, que conduzcan a su satisfacción
- Seguridad adecuada para cada segmento (infantes, personas adultas mayores, personas con capacidades especiales)
- Relación equilibrada entre precio y calidad de la oferta hotelera y extrahotelera (restaurantes, bares, cafeterías, etc.) (De la Torre Zermeño, 2013).

Proceso de venta en una agencia de viajes

Se debe tomar en consideración que una venta es más que un protocolo de la empresa (forma de actuar frente a cada cliente). Si un proceso de

ventas se basa en una sola teoría de protocolo de servicio, sería erróneo usarlo con toda la clientela de la misma forma, ya que cada cliente es diferente de otro.

En el siguiente gráfico se muestran los pasos de un proceso de venta:



Fuente: Agencia de Viajes FYDY, 2010

Como se observa en la imagen, el proceso de venta profesional de un paquete turístico de forma física o digital se considera como la sucesión de pasos que una empresa realiza, con la intención de captar la atención de potenciales clientes, hasta que se consigue una venta efectiva del producto o servicio turístico.

Fases a considerar en el proceso para vender un paquete turístico

- **Fase 1: Atención**

La agencia va a intentar llamar la atención de potenciales clientes hacia el producto o servicio, usando diferentes técnicas, cuyo objetivo final será la venta.

- **Fase 2: Interés**

Una vez captada la atención, es necesario despertar interés en el producto o servicio, explicando las ventajas y beneficios de este, y ofrecerle infografía o gráficos del producto.

- **Fase 3: Deseo**

Si se logra captar el interés en la fase anterior, la clientela experimentará el deseo por tener ese producto o servicio.

- **Fase 4: Acción**

En esta fase, la clientela ya está convencida de lo que quiere y, por lo tanto, se produce la transacción económica y la compra del bien o servicio.

Técnicas para vender servicios y paquetes turísticos

Para generar una venta de servicios y paquetes turísticos, se debe considerar que no se vende más el mejor producto o servicio, sino el que mejor se sabe vender. Esta es una realidad en el mundo de las ventas; de ahí la importancia de conocer las técnicas de ventas que se dirigen a conseguir y cerrar una venta.

Toda persona profesional en ventas turísticas debe manejar una planificación al detalle, una comunicación clara y precisa durante el contacto y la presentación; a su vez, sabe superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta.

- **Contacto y presentación:** en este primer momento con cada cliente, es importante causar una buena impresión, captando su atención e interés de manera definitiva.
- **Sondeo:** le permitirá averiguar los deseos y necesidades de cada cliente. La mejor manera de realizar un sondeo consiste en preguntar, escuchar y observar.
- **Argumentación:** en esta parte del proceso, se trata convencer a cada cliente, mediante una exposición verbal de los beneficios que tiene el producto, en concordancia con las motivaciones de su cliente.

- **Material de apoyo:** es importante reforzar la argumentación con material e instrumentos de apoyo visual, como fotografías, dibujos e ilustraciones, testimonios de clientes satisfechos, así como un video del atractivo turístico que se está ofertando.
- **Cierre de la venta:** no debe ser considerado como un momento aislado, sino como la continuación del proceso de la venta. La venta no se da por terminada si la clientela no acepta o pronuncia las palabras “lo tomo.”
- **Seguimiento de la venta:** denominado también posventa, es de suma importancia ya que en ese momento es posible medir el grado de satisfacción de cada cliente sobre el producto o servicio turístico adquirido. Además, brinda información para mejorar en los aspectos negativos. Esta fase permitirá: fidelizar a la clientela, evitar pérdida de clientes, evitar litigios, evaluar al personal y a proveedores.

Razones de compra de un servicio o paquete turístico

La persona que consume, en la actualidad, conoce tan bien un producto o servicio, que está en la capacidad para exigir. Es una persona que ha recorrido varios destinos y que puede identificar lo mínimo que puede esperar de un servicio determinado. En muchas ocasiones, conoce mejor los procesos que los prestadores del servicio.

“Es de gran importancia que, al realizar una venta de servicios y paquetes turísticos, se ayude a los consumidores a identificar aquellos destinos turísticos razonablemente sostenibles, dando cumplimiento a los Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos” (GSTCOUNCIL, 2013).

En este sentido, es necesario conocer cuáles son las razones o tendencias de cada cliente para la compra de un servicio o paquete turístico.

Algunas de las razones son:

- Vacaciones por períodos cortos, más de una vez al año.
- Deseo de una experiencia diferente de la tradicional.
- Búsqueda de un hospedaje que sea su segundo hogar, disfrutando del destino como si fuera local.
- Busca lo auténtico, lo saludable y la naturaleza.
- Desea descubrir y aprender de nuevos lugares, fuera de lo habitual.

Existen factores que intervienen en la decisión de compra y pueden ser de gran influencia al contratar un servicio o paquete turístico. Estos son:

- Impulso de compra
- Precio
- Riesgo de una mala selección
- Experiencias anteriores
- Atractivos del destino

Actividad 3. Juego de roles

- 1.** Pregunte a sus estudiantes qué entienden por proceso de compra y qué pasos siguen al momento de realizar una compra.
- 2.** Organice una dramatización de un proceso de compra. Asigne a sus estudiantes los roles de cliente y de agente de ventas de un paquete turístico, en donde se planteen objeciones y se realice el cierre.
- 3.** Proponga a sus estudiantes trabajar con las siguientes objeciones:
 - El precio es muy elevado.
 - El presupuesto es más alto de lo previsto.
 - Necesito obtener información adicional del paquete turístico.
 - La decisión no depende de mí.
 - No puedo hacer nada hasta que ocurra “X”.
 - La competencia me ofrece “X”.
 - Las fechas que me propone el viaje no son las adecuadas.
- 4.** Analice la importancia de las diferentes etapas del proceso de compra de servicios y paquetes turísticos en las agencias de viajes y el sector de turismo.
- 5.** Describa y analice las técnicas que debe cumplir cada agente y ejecutivo de ventas de turismo para comprar servicios y paquetes turísticos.

Sugerencias para docentes

- Para realizar la actividad, previamente sus estudiantes deben visitar agencias de viajes y obtener papelería con información de paquetes de viajes, promociones, entre otros.
- A cada equipo puede entregarle una objeción.
- Recuérdeles las cinco reglas fundamentales para resolver objeciones: escuchar, repetir, acordar, desvanecer, reanudar.
- En plenaria, pida a cada equipo exponer su objeción y la solución que le darían a su cliente.
- Propicie la participación de sus estudiantes para analizar qué se puede mejorar en cada caso.
- Junto con sus estudiantes, plantee estrategias para el manejo de objeciones.

Proceso de compra

Durante el proceso de compra y toma de decisión de cada cliente para adquirir un producto turístico, las empresas turísticas ofrecerán servicios y paquetes, tomando en consideración las siguientes recomendaciones:

- Reconocimiento de la necesidad
- Búsqueda de la información tradicional y digital
- Evaluación de alternativas y ponderación de atributos
- Compra
- Satisfacción o insatisfacción

Para que las empresas garanticen la calidad del producto y la satisfacción de potenciales clientes, deben:

- Trabajar sobre la imagen de la empresa.
- Contar con personal capacitado.
- Detallar minuciosamente lo incluido en el paquete turístico.
- Tener proveedores responsables.
- Disponer de una atención personalizada en la venta y posventa.

Objeciones de compra durante el proceso de venta de servicios y paquetes turísticos

Se producen durante la entrevista entre quien vende y su cliente. Estas surgen de forma natural durante el proceso de la presentación comercial.

Asimilar, entender y afrontar las posibles las objeciones durante una entrevista comercial pueden llevar al éxito de la una venta.

- **¿Qué es la objeción?** Es una demanda de información solicitada por la clientela, algo que le genera preocupación e incertidumbre.

Afecta negativamente una decisión de compra si no se resuelve en el momento y la forma adecuada.

Las excusas no son objeciones, ya que aparecen cuando la clientela no muestra interés.

- **¿Por qué se da?** Surge de modo automático por parte de la clientela.

Se da para justificar una decisión de compra, ante una presentación de ventas de un producto o servicio.

Si la clientela no está interesada, buscará las razones para negarse a comprar y las expondrá a quien vende.

“La única objeción que no podemos responder es aquella que desconocemos” (Emagister, 2019).

La importancia de reconocer e identificar objeciones durante el proceso de venta garantiza el éxito o fracaso de esta. Para ello, la persona que vende debe estar preparada para brindar una respuesta satisfactoria a su cliente.

Atención y manejo de objeciones, señales positivas y cierre de la venta

En el desarrollo de una entrevista de venta, si la clientela tiene en mente una objeción y no aparece será difícil cerrar la venta. Por eso, la persona que vende debe:

- Conseguir que su cliente exprese con claridad la duda u objeción.
- Preguntar y escuchar atentamente. Es la clave para identificar una objeción real.

- Entender lo que su cliente piensa de la presentación. Es un método eficaz para reconocer, comprender y tratar la objeción que se presente.

Estos pasos permitirán escoger los argumentos de venta más adecuados durante la presentación, hasta el punto de poder solventar la mayor parte de las objeciones con la exposición (Emagister, 2019).

Política nacional de turismo

Para conocer las políticas de una agencia de viajes y operadores turísticos, será de gran importancia conocer primero la política nacional de turismo, presentada por el Gobierno Nacional en la ciudad de Quito, Pichincha, el 27-09-2017. Esta detalla: “El reto es cambiar la historia y convertir al Ecuador en una verdadera potencia turística”. En ella, además, se recalca la importancia del turismo comunitario para el desarrollo del país.

El Ministerio de Turismo (Mintur), alineado con la Organización Mundial del Turismo (OMT), trabajará de forma coordinada y planificada, para hacer del turismo un catalizador de cambio.

La gestión que realiza el Mintur es esencial para fomentar el turismo interno, con el objetivo de que el turismo nacional se convierta en un embajador turístico del país y aumentar la llegada de turismo extranjero, así como para atraer y generar nuevas inversiones en el sector del turismo.



Foto: mentatdgt de Pexels

Las estrategias del Mintur se basarán en proyectos asociados con cada uno de los ejes del turismo nacional. Para el turismo interno y receptor, se resaltarán lo siguiente:

- Gran feria turística del Ecuador
- Programas de incentivos y capacitación
- Participación en las principales ferias del sector a nivel mundial
- Posicionamiento del país como escenario vivo
- Gestión de paquetes turísticos competitivos
- Comercialización en el extranjero con la mejora de conectividad y con políticas de cielos abiertos
- Proyecto de promoción gastronómica ECUADOR A LA CARTA

Ecuador trabaja por un turismo con inclusión, con el fin de ser un destino pionero en impulsar y ejecutar políticas con proyectos que permitan disfrutar al máximo la aventura del turismo en el país (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019).

Actividad 4. Políticas de servicio turístico

1. Establezca equipos de trabajo de 3 a 4 estudiantes, considerando género, etnia, actitud cooperativa y motivación.
1. Solicite a los equipos relacionar los diferentes tipos de políticas de una agencia de viajes con las etapas del proceso de venta de servicios y paquetes turísticos.
1. Analice la política nacional de turismo y describa las estrategias que utiliza para desarrollar el turismo interno y receptor.
1. Presente las políticas de servicio de una agencia de viajes con la participación de cada equipo de forma general, y obtenga conclusiones positivas y negativas del trabajo de los equipos.
1. Argumente: ¿qué elementos deberá tomar en consideración una agencia de viajes para implementar las políticas en un servicio turístico aplicando los criterios de turismo comunitario?

Políticas de servicio de una agencia de viajes

La agencia de viajes busca satisfacer las necesidades de la clientela. Por ello, debe brindar una buena asesoría de servicio o productos,

complementada con personal capacitado y proveedores confiables, con amplio conocimiento del sector turístico.

La clientela debe conocer las políticas generales a ser aplicadas en el servicio a turistas en una agencia de viajes. Estas son: política de ventas, política de servicio posventa, políticas de pago y política de garantía.

Política de ventas

Una agencia de viajes debe cumplir con protocolos y métodos bien definidos en el proceso de atención a la clientela.

Debe realizar un control y seguimiento de las ventas, con la finalidad de detectar posibles fallas del servicio, que permitan tomar acciones de mejora y aseguren el buen desempeño de la agencia.

Política de servicio posventa

Consiste en dar un seguimiento posventa a través de visitas, encuestas de satisfacción, seguimiento de cada cliente de forma personal, que estará a cargo del personal comercial.

Políticas de pago

Ofrece un sistema de pago que asegure la permanencia de la clientela en la agencia de viajes, con medios como:

- Efectivo: que será receptado por el persona de caja, de forma presencial.
- Tarjetas de crédito/débito: de forma presencial y no presencial (en este caso, cada cliente debe adjuntar una copia de su identificación y tarjeta de crédito la primera cara).
- Transferencia bancaria.

Política de garantía

Comprende:

- Cambios de la reserva sujetos a pago de penalidades y verificación de disponibilidad.
- Cancelaciones por parte de la clientela están sujetas a estudio para verificar las condiciones de la tarifa y sus respectivas restricciones.
- La documentación exigida por los países a visitar debe estar en regla y será obligación de cada cliente obtenerla.

- Si la agencia brinda asesoría en la obtención de una visa, no se responsabiliza en caso de la negación por parte de las autoridades de ese país.
- Manejo de equipaje es responsabilidad de cada cliente, a menos que tome una póliza que cubra pérdidas, deterioros y pérdida total.
- Cancelaciones por mal tiempo o fuerza mayor. La agencia de viajes no se hará responsable de los gastos ocasionados por cancelaciones aéreas o cierre de aeropuertos.
- Frente a asuntos legales u otros inconvenientes que tenga la clientela en el destino final del viaje, la agencia no asumirá ninguna responsabilidad.
- Los precios del programa están sujetos a disponibilidad de cupo (Vásquez Casielles, del Rio Lanza, & Suárez Álvarez, 2009).

Conocer el proceso de registro de las ventas

Registro de ventas y organización de una base de datos

Se organiza una base de datos contable y corresponde a comisiones que se pagarán a una aerolínea y por la venta de un paquete turístico.

Al tratarse de una empresa con servicios y productos turísticos, al momento de determinar la utilidad bruta se deben considerar:

- **Las ventas netas:**
Incluyen los ingresos por ventas de bienes o prestación de servicios u otros ingresos derivados del giro principal del negocio, deducidas las devoluciones, los descuentos, las rebajas y bonificaciones concedidas.

Se mostrará el ingreso por ventas a terceros, separadamente del ingreso por ventas a las empresas vinculadas.

- **Otros ingresos operacionales:**
Incluyen aquellos ingresos significativos y de carácter permanente, que no provienen de la actividad principal de la empresa, pero que están relacionados directamente con ella y que constituyen actividades conexas.

Existe la posibilidad de elegir registrar todo al rubro ingresos operacionales o separarlo. Eso depende de cómo está organizada la empresa y, lo más importante, de cómo haya declarado su giro del negocio (Álvaro, 2010).



Organización de una base de datos para venta de servicios y paquetes turísticos

Permitirá a la agencia de viajes diseñar procedimientos que logren la satisfacción de la clientela y, con seguridad, evidenciar la calidad de los servicios turísticos durante su desplazamiento.

Normalmente, una agencia de viajes cuenta con un planificador de tours, circuitos, rutas e itinerarios. Este se encarga de investigar, diseñar, organizar, cotizar y operar los servicios turísticos que ofrecerá la empresa.

Conceptos importantes:

- **Tour:** se define como un viaje turístico o excursión para visitar distintos lugares.
- **Circuito:** es un recorrido turístico circular con regreso al mismo lugar.
- **Ruta:** recorrido lineal que se realiza de manera paralela a un elemento geográfico o una carretera.

Durante la organización de tours, circuitos y rutas turísticas, se implementará un itinerario que incluya:

- El tiempo de duración del tour, circuito y ruta (no tiene tiempo mínimo ni máximo).
- Descripción de los lugares, paradas y accidentes geográficos que puedan encontrarse durante el recorrido.

Fases para la organización de una base de datos para venta de servicios y paquetes turísticos

Durante la organización de una base de datos para la venta de servicios y paquetes turísticos, se destacan tres fases: preparación, ejecución y evaluación. Estas fases son muy importantes para su implementación. Aquí se incluye el punto de vista de la clientela que desea realizar un viaje y la perspectiva de la agencia de viajes que ofrece un producto o servicio turístico para la venta.

Diagrama por fases para la organización de una base de datos



Preparación previa

De la clientela:

- Decidir desplazarse para satisfacer una necesidad.
- Idear el viaje.
- Solicitar información del destino que visita.

De la empresa:

- Planteamiento
- Diseño
- Organización
- Reservas
- Comercialización
- Venta

Ejecución

De la clientela:

- Predisposición de pasarla bien para cumplir o rebasar sus expectativas.

De la empresa:

- La persona que guía asume la gestión. De su desempeño depende el éxito o fracaso del viaje.

Evaluación

De la clientela:

- Terminado el viaje, aún puede disfrutarlo, contando su experiencia o ampliando su conocimiento adquirido.

De la empresa:

- Comprobación de la efectividad, a través de la persona que guía.
- Estudio de satisfacción posventa.
- Resultados económicos del viaje o recorrido.

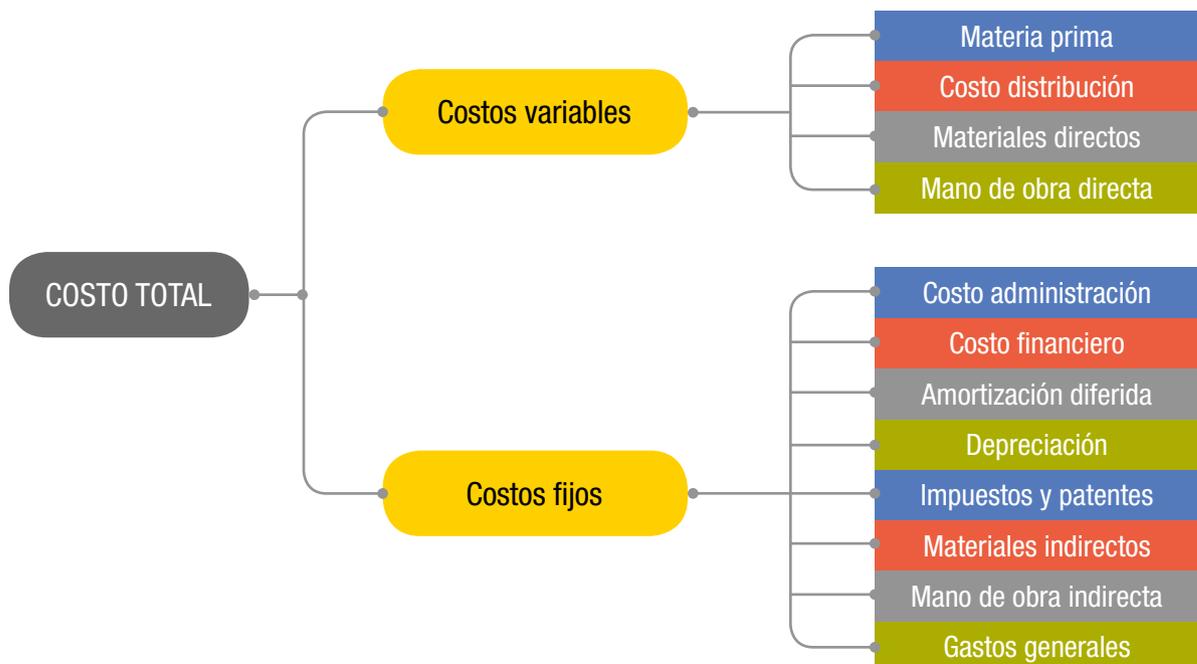
Costos y precios para la venta de servicios y paquetes turísticos

La empresa turística o agencia de viajes debe determinar los costos y precios que integran un tour, circuito, ruta e itinerario. Para ello, es muy importante determinar el método a utilizar.

Costeo en forma neta: radica en costear de forma general los gastos que inciden a la hora de realizar el tour. Esta figura es utilizada por el grupo de estudiantes al desarrollar un ejercicio de costeo, ya que no se contemplan los costos fijos para el cálculo.

Costeo con un mínimo de participantes: se determinará el costo total para cada grupo y puede depender de las variables que intervengan en la realización de un tour. También puede influir el tipo de actividad a realizar (requiere el cálculo del punto de equilibrio).

- **Costos fijos:** son aquellos que permanecerán fijos dentro de un período determinado, sin importar si cambia el volumen con el precio individual de cada uno de los servicios que se ofrecen.
- **Costos variables:** son aquellos que pueden fluctuar en proporción al volumen de la prestación de un servicio o paquete turístico.
- **Fijación de precio:** es el valor de los productos o servicios turísticos que se venden a la clientela.



Actividad 5. Costos y precios para la venta de servicios y paquetes turísticos

1. Solicite a sus estudiantes organizarse en equipos de 4 integrantes.
2. Pida determinar costos y precios de los servicios y paquetes turísticos que ofrece una agencia de viajes.
3. Solicite a sus estudiantes exponer las ideas y compararlas con las que se presentan en el apartado anterior.
4. Escriba en la pizarra las conclusiones de la comparación.
5. En los mismos equipos, solicite:
 - Determinar un método a utilizar para sacar costos y precios de los servicios y paquetes turísticos.
 - Presentar el método seleccionado.
6. Con el resto del grupo, observen el método seleccionado y pida se analicen los errores que pudieron visualizar.
7. Realicen una retroalimentación colectiva.
8. Repita la actividad con el resto de los equipos.

Proyecto de aprendizaje

Fase 4: Ejecución

Actividad 6: Promoción del paquete o servicios turísticos

1. Elaborar *brochures* informativos del paquete turístico. Estos deben ser llamativos y contener:
 - Descripción visual que le permita a la potencial clientela conocer a detalle el paquete que está ofertando.
 - Abecedario turístico: con la terminología usada en los paquetes o servicios turísticos.

**Unidad de
trabajo 7:
Atención a
la clientela**

10

Durante el desarrollo de la unidad, se hará un enfoque especial en el personal que tiene contacto directo con visitantes. Se abarcará a los sectores prestadores de servicios turísticos, que deben contar con el personal preparado, capacitado para tratar al turismo; ser conscientes de la importancia del buen trato a visitantes, logrando de esta manera recomendar la visita a nuestro país y sus atractivos, ya sea de forma local, nacional e internacional.



Foto: Andrea Piacquadio de Pexels

Objetivo de la unidad de trabajo:

Acordar con cada cliente las condiciones de venta de los paquetes y servicios turísticos, según las políticas establecidas en la empresa.

Procedimiento	Criterios de evaluación
Diferenciar los tipos de clientes de las agencias de viajes, identificando sus características y actitudes.	<ul style="list-style-type: none">Describe las características de los tipos de clientes de las agencias de viajes.
Describir las normas de comportamiento recomendadas para la atención de la clientela de las agencias de viajes.	<ul style="list-style-type: none">Reconoce las normas de comportamiento recomendadas para la atención de la clientela de las agencias de viajes.
Explicar el procedimiento a seguir en los momentos de verdad en la atención a la clientela.	<ul style="list-style-type: none">Describe las técnicas y los procedimientos a ser usados para informar a la clientela sobre los servicios y paquetes turísticos que vende la empresa.
Reconocer los procedimientos y las técnicas de presentación de los servicios y paquetes turísticos.	<ul style="list-style-type: none">Diferencia los procedimientos de atención a la clientela <i>on line</i>, vía telefónica y de forma presencial.
Distinguir las características y los procedimientos de la atención a la clientela vía <i>on line</i> , por teléfono y de forma directa.	<ul style="list-style-type: none">Explica la forma de atender reclamos de la clientela.
Seleccionar las técnicas idóneas para la atención de reclamos de la clientela.	<ul style="list-style-type: none">Identifica los indicadores de calidad en la atención de la clientela en una agencia de viajes.
Describir las dimensiones de la calidad en la venta de paquetes y servicios turísticos.	
Secuencia del desarrollo de la actividad	Tiempo estimado de ejecución
1. Activación de conocimientos	20 minutos
2. La clientela de la agencia de viajes	20 minutos
3. Normas de comportamiento para la atención a la clientela de una agencia de viajes	30 minutos
4. Atención a personas con capacidades especiales	30 minutos
Proyecto de aprendizaje. Fase 5. Actividad 1	A criterio de cada docente

La calidad en el servicio de atención a la clientela

En mercados competitivos dentro de la actividad turística, es importante garantizar la calidad en el servicio a la clientela. De esto dependerá la rentabilidad y el éxito de la empresa; además, contribuirá con la lealtad de cada cliente hacia el producto o servicio ofertado.

Actividad 1. Activación de conocimientos

1. Reflexione con sus estudiantes sobre las respuestas dadas a las siguientes interrogantes:

- ¿Qué significa servir?
- ¿Qué es valor agregado?
- ¿Qué es momento de la verdad?
- ¿Qué diferencia hay entre cliente y cliente potencial?
- ¿Para qué sirven las políticas de servicio a la clientela?
- ¿Cómo se logra la satisfacción de la clientela?
- ¿Qué diferencia existe entre expectativa y realidad?

2. Anote las ideas en el pizarrón y construya los conceptos con sus estudiantes.

Sugerencias para docentes

Recuerde a sus estudiantes que la clientela que hace uso de los servicios de turismo en una empresa o establecimiento, manifiesta sus comentarios, ya sean positivos o negativos, por la atención prestada.

Atención a la clientela

El éxito de cualquier entidad económica radica en brindar un servicio de calidad y excelencia. Es considerado un producto tangible e intangible

en el cual el factor humano juega un papel muy importante en este segmento económico del desarrollo turístico. La clientela será la que reconozca y evalúe a la empresa o establecimiento por el servicio que ofrece.

La necesidad de viajar y la motivación de la clientela a través de los años son bastante claras: la necesidad de cambio, de diversión, de conocer nuevos paisajes y de nuevas experiencias son los motivos que considera para satisfacer sus necesidades. Estas deben estar acompañadas de un servicio y una atención de calidad. Para esto, se debe considerar:

- Expectativas de la clientela
- Necesidades personales
- Experiencias pasadas
- Comunicación externa
- Percepciones
- Elementos tangibles
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Empatía
- Seguridad
- Calidad del servicio (Gispert, 2003)

Actividad 2. La clientela de la agencia de viajes

- 1.** Projete el video: “Agencias de viajes: atención al cliente” en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=o41HveO2vH4>
- 2.** Durante la proyección del video, solicite a sus estudiantes tomar apuntes sobre la atención a la clientela.
- 3.** Finalizado el video, formule las siguientes preguntas:
 - ¿Qué tipos de clientes pudieron observar?
 - ¿Cómo se debe actuar frente a los diferentes tipos de clientes?
 - ¿Qué harían en el caso de tener clientes con las características presentadas?
- 4.** Analice con sus estudiantes otros tipos de clientes en los que se están enfocando las agencias de viajes. Motive el análisis a partir de las siguientes preguntas:
 - ¿Creen que las agencias se están enfocando a turistas con mascotas?

- El turismo debe ser incluyente. En este sentido, ¿qué turistas pueden acudir a las agencias de viajes?
- ¿Cómo actuarían en el caso de tener turistas?
- ¿Consideran que son aplicables los criterios de turismo comunitario cuando se habla de clientes en una agencia de viajes? Solicite que argumenten su respuesta.

5. Obtenga conclusiones a partir de las respuestas proporcionadas.

La clientela de la agencia de viaje

La clientela de hoy ha revolucionado la demanda turística, por las tendencias que imponen las personas que consumen, a partir de las variantes de la economía. Desean vivir sus propias experiencias y se han alejado de los productos tradicionales que ofertan los operadores de turismo. Ya no tienen que asumir los productos que las agencias de viajes proponen, ya que existen otras alternativas para informarse y tomar decisiones.

En la actualidad, quien consume tiende a realizar un turismo más activo, en el cual sea protagonista de su viaje; por lo tanto, se trata de un turismo vivencial y diferente, sobre la base del respeto al medioambiente y el turismo responsable. Los productos turísticos son cada vez más personalizados y de alta calidad. Existe una muy buena relación calidad/precio. Por todo ello, el turismo busca de manera incansable información de servicios turísticos que se ajusten a su necesidad.

Es así como la clientela de agencia de viajes se puede clasificar en varios tipos, de acuerdo con sus preferencias, necesidades y experiencias a satisfacer. El factor económico (precio) juega un papel importante al momento de tomar una decisión de contratar un producto o servicio turístico.

Actividad 3. Normas de comportamiento para la atención a la clientela de una agencia de viajes

1. En equipos de 3 estudiantes, plantee el siguiente caso:

Un joven de 20 años, estudiante de octavo semestre de Turismo, trabaja en una agencia de viajes y turismo. Se encarga de la venta de paquetes y del servicio de quejas y reclamos. Un día en que la agencia se encontraba con varios clientes, tuvo que atender, casi al mismo tiempo, a dos personas: la primera, un cliente que ya conocía la empresa y quería hacer un par de recomendaciones y preguntar por un viaje; la segunda, un cliente nuevo, que no tenía mucho conocimiento de los servicios de la agencia y se quejaba porque nadie lo atendía. Juan, al

ver esto, decide escuchar primero al cliente nuevo, pues nota que es el más ofuscado y piensa que atenderle lo tranquilizará; mientras lo atiende, el cliente empieza a hacer una serie de preguntas técnicas sobre el viaje, que Juan conoce cómo contestar, pues él se sabía de memoria cada uno de los planes de turismo, tal y como aparecían en las pautas publicitarias. El cliente, al verse sin respuestas claras, insulta a Juan y le resalta la ignorancia que tiene del tema. Visiblemente molesto, Juan manifiesta que las políticas de la empresa no le permiten entregar ese tipo de información a sus clientes y no puede hacer nada al respecto; luego le exige al cliente que abandone el lugar, amenazándolo con el personal de seguridad. El cliente acepta irse por sí mismo, no sin antes decirle a Juan que, en toda la pauta publicitaria de la agencia, le prometían un excelente servicio y buen trato, y que eso no fue lo que encontró. Luego de la salida del cliente, Juan se calma y busca a la persona que no atendió, pero es demasiado tarde, ya se ha ido sin que nadie lo atendiera.

2. Realice las siguientes preguntas de retroalimentación del caso:

- ¿Cuáles son las fallas que tuvo Juan al momento de atender a sus clientes?
- ¿Qué responsabilidad tiene la empresa en los errores que cometió Juan?
- ¿Qué es lo primero que debe hacer al momento de atender a cada cliente?
- ¿Cuál es la forma correcta de atender a cada cliente?
- ¿Cuáles son las consecuencias de no hacer uso adecuado de las normas de atención y el protocolo al momento de atender a la clientela?
- ¿Qué debe hacer Juan para mejorar el servicio a la clientela?
- ¿Qué beneficio trae para una empresa un buen servicio a la clientela?

Normas de comportamiento para la atención a la clientela de una agencia de viajes

La actitud y el comportamiento del personal en el área del servicio turístico es de suma importancia para garantizar la calidad en el servicio y la satisfacción de cada visitante. De este modo, se consigue que un lugar

sea único, de ensueño y listo siempre para recibir con los brazos abiertos a toda persona que quiera conocer una zona o región del Ecuador, considerada una tierra llena de encanto natural y rodeada de hermosas playas. Si a esto se le agrega la competencia en la gente, que tiene trato directo con el turismo, se garantizará la productividad, el desarrollo y el progreso de los polos turísticos con los que cuenta el país.

Es importante que toda agencia cuente con una estrategia de servicio a la clientela que garantice la excelencia en la atención.

- **Liderazgo:** compromiso, ejemplo y guía para su personal.
- **Satisfacción del personal:** que contribuya con su trabajo, brindando un servicio de calidad.
- **Lealtad:** del personal motivado y satisfecho, leal a la empresa.
- **Productividad:** de un personal leal y motivado, con mayores responsabilidades, productividad y eficiencia.
- **Valor:** crear un *plus* para que el turismo se convierta en clientela permanente de la agencia.
- **Satisfacción:** de la clientela al brindar un servicio con mayor valor y calidad.
- **Fidelidad:** de la clientela satisfecha que será fiel a la empresa. Estrategia de servicio excelente a la clientela.
- **Clientela:** satisfecha y fiel recomendará a la empresa.

Conocer a la clientela y brindarle una atención personalizada requiere de ciertas normas de buenos modales y respeto que deben ser cumplidas en un servicio de atención a la clientela, de forma presencial o en línea. A continuación, se presentan algunas normas de comportamiento sugeridas, por las cuales debe guiarse toda empresa de servicios turísticos.

- **Sea profesional:** todo el personal de la empresa debe tener una actitud profesional y tener conocimiento de la ejecución eficiente de su propio trabajo.
- **Promocione sus productos y servicios** en la página oficial de la empresa, no de forma personal. Esto da la sensación de un servicio directo y buena atención.
- **Sea usted mismo:** es importante que su personalidad destaque, sirva de forma cortés y rápida para hacer sentir cómoda y contenta a la clientela.

- Valores como la simpatía, el respeto, la amabilidad y otros buenos modales deben ser característicos de todo el personal de la empresa.
- Inspire seguridad, credibilidad y confianza: demuestre seguridad en sí mismo para infundir confianza y credibilidad en la clientela.
- Practicar la veracidad y modestia, no ofrecer más de la cuenta para quedar bien con la clientela, porque espera lo ofrecido.
- Proyecte una buena imagen: la primera impresión que tiene cada cliente de una persona o empresa formará un criterio y ciertas expectativas.
- Si en una empresa las personas no están bien presentadas o las instalaciones descuidadas, generan un impacto negativo.
- La buena imagen depende de la apariencia, los valores, la actitud, el lenguaje y la forma de comunicación con cada turista.

Reglas para seguir en la atención a la clientela de una agencia de viajes

Las reglas para seguir en la atención y servicio a la clientela en una empresa turística son de vital importancia en los momentos de verdad. Estos no se presentan al azar y, generalmente, tienen una secuencia lógica y medible. Esto le permitirá identificar qué mejoras serán requeridas para proporcionar un servicio de calidad. Para ello, debe seguir las siguientes reglas:

- No haga esperar a su cliente; salude de inmediato.
- Bríndele toda su atención, sin distracciones o interrupciones.
- Los 30 primeros segundos del primer contacto son vitales. Haga que valgan la pena.
- Sea lo más natural, no actúe de manera falsa o mecánica.
- Demuestre entusiasmo al atender a su cliente (energía y cordialidad).
- Sea el agente de su cliente. Póngase a su disposición para resolver sus inquietudes. De no poder hacerlo, ayúdele para ver quién pueda hacerlo.
- Utilice su sentido común en la resolución de problemas.
- Ajuste las reglas, si la regla puede ser cuestionada.
- Deje una buena impresión en su atención.
- Cuide su presentación personal.

Cómo manejar las quejas de la clientela

Es muy importante que la persona que vende pueda manejar las quejas de su cliente. Para ello, debe:

- Escuchar con cuidado la queja de su cliente.
- Mantener la calma y tranquilidad.
- Buscar dialogar y no discutir con su cliente.
- Seguir las reglas de cortesía.
- Brindar una solución al problema que pueda cumplir.
- Ofrecerle algo adicional, como un descuento o gratuidad.
- Cuando no se justifica la queja, referir el asunto a la persona que supervisa.

“Transforme una queja en una oportunidad de mejora, para que un cliente regrese a la empresa” (Connet americas, 2019).

Actividad 4. Atención a personas con capacidades especiales

1. Observen el video Turismo y discapacidad física, del siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?time_continue=15&v=cK6sAV-2B7XU
2. Descargue con anticipación la guía de atención a turistas con discapacidad, en el siguiente enlace: https://drive.google.com/file/d/1wbUvh-d4zzkgI2Gj_KPdPTNFEFwLoa5A/view
3. Analice con sus estudiantes el material propuesto y propicie que expongan sus ideas en relación con el tema.
4. Una vez analizado el material, organice un juego de roles en el cual se interpreten las siguientes situaciones:
 - *Counter* de una agencia de viajes en el cual se atiende a clientes: discapacidad física, sensorial o visual, sensorial auditiva, intelectual o psicosocial.
 - Personal de seguridad atendiendo a personas con discapacidad física, sensorial o visual, sensorial auditiva, intelectual o psicosocial.
 - Agencia de viajes atendiendo a personas con discapacidad física, sensorial o visual, sensorial auditiva, intelectual o psicosocial.

5. Sortee entre sus estudiantes los roles y observen los errores cometidos en la atención de los diferentes clientes.
6. Establezca pautas de acción afirmativa.
7. Solicite que investiguen sobre la reglamentación vigente en la atención a personas con discapacidad. Sugiera que indaguen en la Constitución de la República arts. 24 y 66; Ley de Turismo, art. 43; Reglamento General de Actividades Turísticas, art 54.

Atención a personas con capacidades especiales

Brindar atención a personas con capacidades especiales, en el Ecuador, es de suma importancia, ya que se encuentra estipulado en la Constitución. Para ello, es importante conocer lo que se dice sobre las personas con capacidades especiales en un marco nacional.

“La Constitución Política de la República en su artículo 53 establece: El Estado garantiza la protección de los minusválidos y personas que adolecen delimitaciones físicas, psíquicas o sensoriales. Se declara de interés nacional su atención médico-social, así como la promoción de políticas y servicios que permitan su rehabilitación y su reincorporación integral a la sociedad. La ley regulará esta materia y creará los organismos técnicos y ejecutores que sean necesarios (9)”. En el año 1996 se promulga el Decreto 135-96, Ley de Atención a las Personas con Discapacidad que establece la creación del Consejo Nacional para la Atención de Personas con Discapacidad CONADIS, concebida como una entidad autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, y con carácter coordinador, asesor e impulsor de políticas generales en materia de discapacidad” (Consejo Nacional para la igualdad de discapacidades, 2019).

Con este antecedente, las operadoras turísticas se hacen esta interrogante: ¿Cómo brindar una atención adecuada a las personas con capacidades especiales? A continuación, esta unidad invita a considerar algunas recomendaciones.

En Ecuador, el programa “Turismo Para Todos” está dirigido para funcionarios, operadores turísticos, gobiernos autónomos descentralizados (GAD) y sociedad civil. El objetivo principal es que la sociedad “esté preparada para recibir a toda clase de turistas para lo cual debemos ser inclusivos” (Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades, 2018).

Recomendaciones para la atención de personas con capacidades especiales

Las recomendaciones sugeridas deben ir acompañadas por las reglas a seguir en la atención y servicio a la clientela, ya detalladas para una empresa turística. Son de vital importancia en los momentos de verdad para la atención de personas con capacidades especiales, que pueden presentarse por alguna deficiencia física, sensorial o psíquica.



Foto: monicore de Pexels

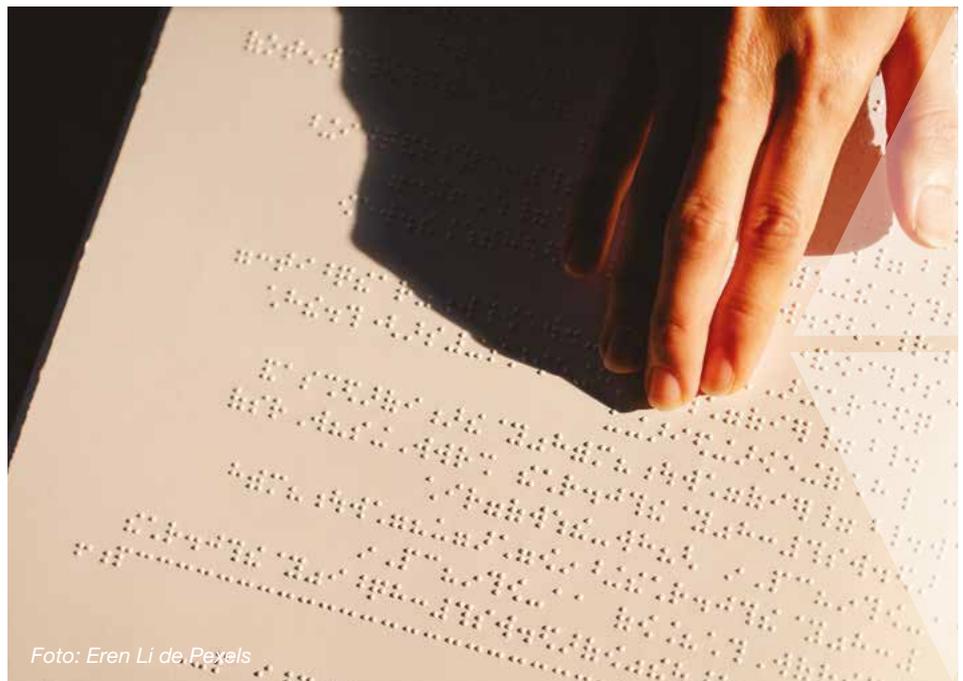


Foto: Eren Li de Pexels

- Utilizar señalética de preferencia gráfica, con información y ubicación de baños, salidas de emergencia, rampas, y en lugares donde pueda existir algún peligro.
- Establecimientos y locales deben contar con rampas y puertas de acceso amplias para personas en silla de ruedas.
- Contar con personal que maneje el lenguaje de signos; caso contrario, la comunicación con la clientela debe ser de forma escrita, a través de tarjetas visibles y atractivas.
- El mobiliario de mesas y sillas debe ser alto, con apoyabrazos, para brindar una mayor comodidad.
- El material informativo y la señalización debe ser en sistema braille.
- En el primer contacto con una persona con discapacidad visual, se recomienda acercarse a saludar, brindarle la bienvenida, presentarse con su nombre y la función que desempeña.
- Hablar con claridad para facilitar una mejor comprensión de la información o mensaje. No se debe tener objetos en la boca (chicles, caramelos).
- Al realizar una acción específica que requiera cierto tiempo, explíquelo y comuníquelo oportunamente a su cliente.
- Los sistemas de alerta deben ser sonoros y visuales, que emitan una luz de alerta o peligro.

Los operadores turísticos deben ofertar servicios que se adapten y puedan ser utilizados por todas las personas, independientemente de su condición, y eliminar las barreras de acceso a clientes con capacidades especiales (Blog spot, 2013).

Proyecto de aprendizaje

Fase 5: Socialización

Actividad 1: Proyecto final

Una vez estructurado el paquete turístico con todos los componentes desarrollados en la fase 4, cada equipo deberá presentar el proyecto final, el cual es un paquete turístico que incluya el turismo comunitario y sea innovador.

Recuerde que, para el logro del objetivo, se contará con actividades que se desarrollarán al largo de las unidades de aprendizaje y serán los siguientes:

- Actividad 1. Selección del sitio por parte de estudiantes para el desarrollo del proyecto de aprendizaje
- Actividad 2. Levantamiento, recopilación y tratamiento de la información para elaborar paquetes turísticos
- Actividad 3. Rutas de acceso
- Actividad 4. Elaboración del paquete de turismo comunitario
- Actividad 5. Estructura del paquete turístico
- Actividad 6. Promoción del paquete o servicios turísticos
- Actividad 7. Presentación, por parte de estudiantes, de proyectos de aprendizaje culminado

Durante esta fase, el grupo de estudiantes presentará sus proyectos a la comunidad educativa y a los socios del sector turístico de la zona, y participará en un concurso intercolegial donde se escogerá al mejor paquete turístico.

Sugerencias para docentes

- Se recomienda que la conformación de los equipos para la realización del proyecto de aprendizaje se realice únicamente hasta la tercera semana de iniciado el período escolar. Se podrá tener la opción para incluir un nuevo integrante al grupo, en el caso de que existan discrepancias y se vea la necesidad de mover una persona de un equipo a otro. Se recomienda realizarlo máximo hasta la quinta semana.
- Para la ejecución del proyecto, se sugiere que cada equipo de trabajo asignado logre el objetivo propuesto en este proyecto de aprendizaje.
- Presentar los avances del proyecto de acuerdo con un cronograma preestablecido, con la finalidad, que cada docente guía brinde el soporte académico y la retroalimentación adecuada para la realización del proyecto, a fin de que pueda entregar el proyecto final y lograr las competencias esperadas.

- Trabajar continuamente durante el desarrollo de la temática facilitará que los equipos de trabajo culminen el proyecto. Se sugiere que la recopilación de la información contenga fuentes bibliográficas, virtuales y visitas de campo.



Foto: VVOB Imágenes Ecuador



Anexos

11

Ficha de levantamiento de atractivos turísticos

Para aplicar la ficha de levantamiento de atractivos turísticos, cada docente podrá utilizar los documentos que se mencionan a continuación. Estos le permitirán realizar el inventario de atractivos turísticos:

- **Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos** del Ecuador. El objetivo de este documento es disponer de un instrumento técnico que permita orientar y normar la elaboración del Inventario de Atractivos para la generación de Espacios Turísticos en el territorio nacional para el desarrollo y gestión del sector.

https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

- **Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador 2017.** Es una herramienta complementaria a la *Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*.

La metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos en Ecuador establece los lineamientos técnicos para identificar, clasificar y valorar los atractivos que presenten las mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos.

Mientras que, para definir espacios turísticos, se consideran criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios.

https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia_LevantamientoInformacionAtractivos2017.pdf

- **Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.** Una vez analizada la guía de levantamiento de atractivos turísticos, se levantará la información. Para cada atractivo se utilizará una ficha.

http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/FichaAtractivos_oct2017.xls



Bibliografía

12

Acerenza, M. A. (2006). *Agencias de Viajes*. México: Trillas.

Agencia de Viajes FYDY. (02 de diciembre de 2010). *Agencia de Viajes FYDY*. <http://agenciadeviajesfydi.blogspot.com/2010/11/fases-de-venta.html>

Altiec S. A. (23 de marzo de 2019). *Altitud Ecuador. Paquete turístico Quito y alrededores*. <https://altitudecuador.wixsite.com/altitudecuador>

Álvaro, X. (2010). *Manual para el planificador de viajes*. Manabí: Mar Abierto.

Bigne Alcañiz, E., Fount Aulet, X., & Andreu Simó, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.

Blog spot. (05 de abril de 2013). *Turismo para personas con capacidades diferentes*. <http://capacidades-diferentesros.blogspot.com/2013/04/turismo-para-personas-con-capacidades.html>

Boulló, R. (2006). *Planificación de espacio turístico*. México: Trillas.

Caiza, R., & Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. *Dialnet*, 6-24. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4180961.pdf>

CEUPE. (25 de 02 de 2019). *Agencias de viajes: Diferencias entre el modelo online y el modelo offline*. <https://www.ceupe.com/blog/agencias-de-viajes-diferencias-modelo-online-y-modelo-offline.html>

CEUPE. (13 de febrero de 2019). ¿Qué es un producto turístico?. <https://www.ceupe.com/blog/que-es-un-producto-turistico.html>

Cloud tourism. (2009). *Análisis de la accesibilidad para turistas con capacidades motrices reducidas en el sistema turístico endógeno de la ciudad de Guayaquil*. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/re-dug/35043/1/TESIS-ANDREA%20VALLE%20RUIZ-IMPRIMIR.pdf>

CONFEBUS. (21 de enero de 2019). *La personalización, la oferta complementaria y la plena digitalización, tendencias con mayor impacto en la industria turística en 2019*. <http://www.confibus.org/publicaciones/ver/2299/la-personalizacion-la-oferta-complementaria-y-la-plena-digitalizacion-tendencias-con-mayor-impacto-en-la-industria-turistica-en-2019>

Connet americas. (12 de marzo de 2019). *Reclamos de clientes como una oportunidad para mejorar*. <https://connectamericas.com/es/content/reclamos-de-clientes-como-una-oportunidad-para-mejorar>

Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades. (2018). *Plan Operativo Anual 2018 Y Multianual 2018-2020 CONADIS*, pág. 10.

Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades. (2019). *Programas y servicios de transversalización*. <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/>

Cuyabeno Lodge. (19 de marzo de 2019). *Cuyabeno Lodge*. <https://www.cuyabenolodge.com/turismo-amazonas/sitios-turisticos-amazonas.htm>

De Carli, G. (2006). *Un Museo y Comunidad en la Preservación Activa de su Patrimonio*. San José: Oficina de la UNESCO para América Central.

De la Torre Zermeño, F. (2013). *Agencias de Viajes Estructura y Operación*. México: Trillas.

Educa. (12 de diciembre de 2018). *Empleado de una agencia de viajes*. <https://www.educaweb.com/profesion/empleado-agencia-viajes-264/>

Emagister. (03 de marzo de 2019). *Objeciones en el proceso de compra: Qué son y por qué surgen*. <https://www.emagister.com/blog/objeciones-proceso-compra-surgen/>

Entorno Turístico. (15 de febrero de 2019). *Perfil del agente de viajes*. <https://www.entornoturistico.com/perfil-del-agente-de-viajes/>

EOI.ES. (25 de enero de 2015). Sistema de reservas turísticas. <https://www.eoi.es/blogs/ematur/2015/01/23/sistemas-de-reservas-turisticas/>

FIRENTUR. (25 de febrero de 2019). *Firentur*. <https://www.firentur.com.ec/>

Foster, D., & Meza Staines, G. (1994). *Introducción a los viajes y al turismo*. México: McGraw Hill.

Gispert, C. (2003). *Enciclopedia práctica profesional de turismo, hoteles y restaurantes*. Barcelona: OCÉANO CENTRUN.

Goecuador. (15 de marzo de 2019). Goecuador. <https://goecuador.net/>

Gonzales Cobreros, A. (1996). *Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes*. Madrid: Síntesis.

Gouvea, M. A., & Mori Niño, F. (2004). Marketing estratégico: segmentación y posicionamiento en agencias de viaje y turismo de la ciudad de São Paulo-Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 240-257.

gstcouncil. (01 de noviembre de 2013). *gstcouncil*. <https://www.gst-council.org/wp-content/uploads/2017/01/Spanish-GSTC-Dv1-1nov13-2.pdf>

JS TRAVEL. (05 de febrero de 2019). JS TRAVEL. <http://jstravel.com.ec/>

La agencia de viajes Ecuador. (2018). El turismo receptivo cada vez está más fuerte. *La agencia de viajes Ecuador*, s/n.

La Hora. (24 de mayo de 2018). Los ecuatorianos pueden viajar a 93 países sin visa. <https://lahora.com.ec/noticia/1102159115/los-ecuatorianos-pueden-viajar-a-93-paises-sin-visa#:~:text=Redacci%C3%B3n%20LAHORA.COM.EC%20Los%20ecuatorianos%20ahora%20pueden%20viajar%20a,Ecuador%20subi%C3%B3%20de%20puesto%20en%20comparaci%C3%B3n%20con%202017>

López López, A., & Curiel, J. D. (2010). *El turismo sostenible como dinamizador local*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Linares, H. Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. En PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 12, núm. 2, pp. 453-466.

Mafetulia. (22 de agosto de 2011). *Mafetulia*. <http://mafetulia-hm.blogspot.com/2011/08/paquetes-turisticos.html>

Marín, C., & Gortázar, L. (1999). *Turismo y Desarrollo Sostenible, La experiencia Insular*. Canarias: Insula.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (30 de marzo de 2019). *Cancillería del Ecuador*. <https://www.cancilleria.gob.ec/paises-que-no-requieren-visa-de-ingreso-a-ciudadanos-ecuatorianos/>

Ministerio de Turismo. (21 de marzo de 2019). Sistema Integrado de Información Turística. <http://mintur.turismo.gob.ec/>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (01 de enero de 2019). Feriados nacionales. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/feriados-nacionales>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (16 de noviembre de 2018). *GEOVIT. Movimientos turísticos*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (24 de marzo de 2019). Turismo accesible. <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-accesible-avanza-a-paso-firme/>

Monografias.com. (01 de febrero de 2011). *Sistemas de información turístico*. <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/sistemas-informacion-turisticos/sistemas-informacion-turisticos.pdf>

Naciones Unidas. (2016). *Guía de compilación de las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Nueva York: Naciones Unidas.

OPTUR. (01 de DICIEMBRE de 2017). *Indicadores de turismo en el Ecuador*. <http://optur.org/wp-content/uploads/2018/01/ESTADISTICAS-A-DICIEMBRE-2017.pdf>

OPTUR. (23 de marzo de 2019). Indicadores de turismo en el Ecuador. <http://optur.org/>

POLIMUNDO. (01 de marzo de 2019). Paquete turístico Sur América. <https://polimundo.com/>

Ramírez Cavassa, C. (2007). *Administración de empresas turísticas: Nuevas estrategias*. México: Trillas.

Región de Murcia. (s/d de enero de 2014). *El turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual*. Murcia. <http://www.um.es/aulase-nior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>.

Rivas, G. (2014). *Organización, Gestión y Creación de Empresas Turísticas*. Oviedo: Septem.

Sol Caribe. (01 de febrero de 2019). *Sol Caribe*. Paquete turístico Norte América. <https://solcaribe.com.ec/>

Vásquez Casielles, R., del Rio Lanza, A. B., & Suárez Álvarez, L. (2009). Las agencias de Viajes Virtuales: Cómo analizar la calidad del e-servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente. *Universa Busisnnes Review*, 122-143.

Viajes Cielo. (01 de marzo de 2019). *Viajes Cielo*. <http://www.turismo-cieloazul.com/>



Este **Manual de práctica** es un complemento didáctico del Módulo 1 del currículo de la FIP Ventas e información turística. Ha sido diseñado para que el profesorado del bachillerato técnico cuente con actividades y recursos que le permita abordar los contenidos curriculares de manera práctica en sus clases, a través de una metodología basada en proyectos. Cada unidad de trabajo ofrece estrategias que promueven competencias y aprendizajes concretos sobre los procedimientos relacionados con la venta de servicios y paquetes turísticos nacionales e internacionales.