

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION**  
**CARRERA DE TURISMO**



***MEMORIA ACADEMICO LABORAL PETAENG***

***DIVERSIFICACION DE PAQUETES TURISTICOS Y  
SERVICIOS TURISTICOS DE LA AGENCIA DE VIAJES Y  
TOUR OPERADORA “EL SOLARIO”***

***Memoria Académico Laboral para obtener el Título de Licenciatura en  
Turismo***

***POR: JENNY VALENCIA QUISPE***

***TUTOR: LIC. ILSÉN GUTIÉRREZ CASTELLÓN***

***LA PAZ - BOLIVIA***  
***Diciembre, 2021***

---

## **AGRADECIMIENTOS**

*En primer lugar quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de concluir la carrera.*

*A la Universidad y al plantel docente por trasmitirme sus conocimientos y experiencia para mi vida profesional.*

*A mi tutora Lic. Ilse Gutiérrez Castellón por su ayuda, colaboración y paciencia en la elaboración de este documento.*

*A la Lic. Ivonne Vera por todo su apoyo.*

*A mi hermana Celia Valencia por brindarme su apoyo y ser una guía para alcanzar mis metas profesionales.*

**¡Muchas Gracias!**

## ***DEDICATORIA***

*A Dios por darme la Vida.*

*A mi familia por apoyarme y cuidarme  
en cada momento de mi vida.*

*A Edwin mi compañero de vida por su  
apoyo incondicional y ser parte de este  
logro profesional*



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION  
CARRERA DE TURISMO**

Memoria Académico Laboral

**DIVERSIFICACION DE PAQUETES TURISTICOS Y SERVICIOS  
TURISTICOS DE LA AGENCIA DE VIAJES Y TOUR OPERADORA "EL  
SOLARIO"**

Presentado por : Jenny Valencia Quispe

Para optar el grado académico de Licenciada en Turismo

Nota numeral : -----

Nota Literal : -----

Ha sido : -----

Director de la Carrera  
de Turismo : MSc. Dante E. Caero Miranda

Tutor : Lic. Ilsen Gutiérrez Castellón

Tribunal : -----

Tribunal : -----

*Diciembre, 2021*



## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN

### CAPITULO I

<b>PRESENTACION DEL PROBLEMA.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1 Antecedentes del problema .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1.1 FODA de la agencia de viajes y tour operadora El Solario .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.1.1 FODA del Tour Biking Carretera de la Muerte.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Planteamiento y formulación del problema .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 OBJETIVOS.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 JUSTIFICACION .....</b>	<b>15</b>

### CAPITULO II

<b>MARCO INSTITUCIONAL .....</b>	<b>18</b>
<b>2 .1 Descripción de la empresa.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.1 Misión .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Ubicación Geográfica .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3 Organigrama .....</b>	<b>19</b>
<b>2.4 Actividades de la empresa.....</b>	<b>20</b>

### CAPÍTULO III

<b>CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN LABORAL.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1 Delimitación del desempeño laboral .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2 Funciones desempeñadas .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2.1 Organización del Tour Biking .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2.2 Servicio al cliente .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3.3 Información turística.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3 Descripción de los agentes involucrados en la unidad laboral.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.1 Encargada de atención al cliente y ventas .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.2 Proveedores de servicios turísticos .....</b>	<b>28</b>

### CAPITULO IV

<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>29</b>
<b>4.1 Ubicación del problema en un marco teórico.....</b>	<b>30</b>
<b>4.1.1 Turismo.....</b>	<b>30</b>
<b>4.1.2 Turismo de Naturaleza-Turismo Especializado .....</b>	<b>30</b>
<b>4.1.3 Turismo Cultural .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1.4 Turismo Alternativo .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1.5 Turismo Clásico-Urbano.....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 Turista .....</b>	<b>31</b>
<b>4.3 Operadora de Turismo.....</b>	<b>31</b>
<b>4.3.1 Prestador de servicios Turísticos .....</b>	<b>33</b>
<b>4.4 Paquete turístico.....</b>	<b>33</b>
<b>4.4.1 Tour .....</b>	<b>34</b>
<b>4.4.2 Itinerario.....</b>	<b>34</b>
<b>4.5 Demanda Turística .....</b>	<b>34</b>
<b>4.5.1 Público Objetivo o Target .....</b>	<b>35</b>
<b>4.5.1.1 Segmentar el público objetivo .....</b>	<b>35</b>
<b>4.6 Oferta turística .....</b>	<b>35</b>
<b>4.7 Marketing Turístico .....</b>	<b>36</b>
<b>4.6.1 Promoción.....</b>	<b>36</b>
<b>4.6.2 Promoción de Ventas.....</b>	<b>37</b>
<b>4.6.2.1 Plan de promoción de ventas.....</b>	<b>38</b>
<b>4.6.3 Relaciones Públicas .....</b>	<b>39</b>
<b>4.6.4 Venta Personal.....</b>	<b>40</b>
<b>4.6.5 Folletos y catálogos .....</b>	<b>41</b>
<b>4.7 Servicio al cliente.....</b>	<b>42</b>
<b>4.7.1 Elementos para la Prestación del Servicio.....</b>	<b>43</b>
<b>4.7.1.1 El cliente .....</b>	<b>43</b>
<b>4.7.1.1.1 Personalidad del cliente.....</b>	<b>44</b>
<b>4.7.1.2 Análisis de necesidades del cliente .....</b>	<b>44</b>
<b>4.7.1.3 Decisiones estratégicas.....</b>	<b>45</b>
<b>4.7.1.4 El producto o servicio .....</b>	<b>48</b>
<b>4.7.1.5 Los procedimientos.....</b>	<b>48</b>

4.7.1.6 Las instalaciones .....	48
4.7.1.7 La tecnología.....	48
4.7.1.8 La información y la comunicación.....	48
4.8 Factores que favorecen la venta.....	49
4.9 Diversificación de paquetes turísticos.....	52
4.9.1 Estrategia de diversificación turística .....	52
4.9.1.1 Horizontal .....	52
4.9.1.2 Vertical.....	52
4.9.1.3 Concéntrica.....	52
4.10 Producto turístico.....	53
4.10.1 Características del producto turístico.....	53
4.10.2 Estrategias para el Producto Turístico .....	54
4.10.3 Diseño de un producto turístico .....	55
<b>CAPÍTULO V</b>	
<b>SOLUCIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>58</b>
5.1 Procedimientos de solución.....	58
5.2 Estrategia de diversificación Horizontal de la oferta turística de paquetes y servicios .....	58
5.2.1 Segmento del Mercado .....	59
5.2.2 Manual de paquetes turísticos y servicios turísticos .....	61
5.2.2.1 Tours Clásicos.....	61
5.2.2.2 Tickets de avión y buses .....	66
5.3 Estrategia de Diversificación Vertical de la oferta turística de paquetes y servicios..	66
5.3.1 Tours Clásicos .....	67
5.3.2 Tours implementados.....	69
5.3.2.1 Trekking .....	69
5.3.2.2 Escalada .....	71
5.4 Tour Biking - Death Road.....	74
5.4.1 Características del Tour Descenso en Bicicleta .....	74
5.4.2 Acciones implementadas para mejorar el tour Descenso en Bicicleta.....	74
5.4.2.1 Organización del Tour Privado Death Road .....	75
5.5 Ventas Personales.....	76

<b>5.5.1 Atención al cliente .....</b>	<b>76</b>
<b>5.5.2 Ventas Directas.....</b>	<b>76</b>
<b>5.5.3 Herramientas para la atención al cliente.....</b>	<b>77</b>
<b>5.5.3.1 Internet .....</b>	<b>77</b>
<b>5.5.3.2 Agenda de operadores turísticos .....</b>	<b>78</b>
<b>5.5.3.3 Material audiovisual.....</b>	<b>79</b>
<b>5.5.3.4 Folletos y posters .....</b>	<b>80</b>
<b>5.6 Participantes en la prestación del servicio.....</b>	<b>81</b>
<b>CAPITULO VI</b>	
<b>RESULTADOS .....</b>	<b>83</b>
<b>6.1 Descripción de los resultados obtenidos .....</b>	<b>83</b>
<b>6.1.1 Ventas en el Periodo 2013 – 2014.....</b>	<b>83</b>
<b>6.1.1.1 Características del Turista que realiza el Tour Biking .....</b>	<b>85</b>
<b>6.1.2 Ventas en el periodo 2014-2015.....</b>	<b>85</b>
<b>6.1.2.1 Tour Biking.....</b>	<b>88</b>
<b>CAPÍTULO VII</b>	
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>91</b>
<b>7.1 Conclusiones .....</b>	<b>91</b>
<b>7.2 Recomendaciones .....</b>	<b>92</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>93</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>94</b>
<b>ANEXO A.....</b>	<b>95</b>
<b>ANEXO B.....</b>	<b>96</b>
<b>APENDICE .....</b>	<b>97</b>

## **INTRODUCCIÓN**

El presente documento describe la experiencia laboral en el área de turismo desarrollado en la Agencia de Viajes y Tour Operadora El Solario, que se encuentra en la ciudad de La Paz. Siendo parte de la variedad de empresas de turismo que se ubican cerca de los establecimientos de hospedaje, terminales, restaurantes, etc.; y en particular de la calle Sagarnaga donde el turista o viajero puede encontrar locales comerciales de artesanías, restaurantes y varias agencias de viajes en el que ofertan paquetes y servicios turísticos de Montaña, Amazonia, Salar de Uyuni, Yungas, City tours y otros.

De acuerdo a la llegada de viajeros a las agencias de turismo para recabar información de los atractivos turísticos, actividades, paquetes y servicios o comprar estos, el personal de la agencia proporciona la información requerida para que los clientes opten por los servicios o paquetes que ofrece la agencia. Por tanto la función que desarrolle en el área de ventas y atención al cliente como counter, requirieron aplicar los conocimientos adquiridos en el área de turismo y desarrollar acciones que coadyuven a promover la venta de paquetes y servicios turísticos que la empresa de turismo el Solario oferta en el mercado.

La empresa de turismo El Solario brinda el tour de descenso en bicicleta por la carretera antigua hacia Coroico y forma parte de las operadoras de turismo de aventura que ofertan este servicio de forma directa y a través de intermediarios, siendo uno de los paseos más requeridos por los turistas que visitan la sede de Gobierno. Compitiendo de esta forma con operadoras que brindan similar servicio, factor que ha causado con el transcurso del tiempo vaya disminuyendo el tamaño de los grupos de turistas que la empresa acostumbraba tener desde sus inicios. Además de los conflictos sociales y políticos que afectan el desarrollo de la actividad turística de forma segura para los turistas y empresas de turismo.

Conforme se fue conociendo el funcionamiento de la empresa y desarrollando las funciones encargadas para el cargo de Counter, se logró llevar a cabo un análisis FODA para identificar acciones y estrategias que puedan coadyuvar a mejorar el funcionamiento de la empresa. Aprovechando de esta forma las oportunidades y fortalezas con los que se puede implementar acciones en beneficio del crecimiento en las ventas de paquetes y servicios. Requiriendo aplicar estrategias de marketing turístico y atención al cliente, ofertando paquetes y servicios turísticos

a los clientes que les interesa conocer opciones de tours que podrían adquirir de acuerdo a la gran diversidad de atractivos turísticos que posee el país.

Este proceso requirió el aprovechamiento de la ubicación estratégica de la agencia, cerca de establecimientos de hospedaje de diferentes categorías (Hotel Sagarnaga, El Rosario, Hostal Naira, etc.) y atractivos turísticos como la Basílica de San Francisco y el Mercado de las Brujas, lugares imprescindibles de visita para los turistas, permitiendo que puedan llegar hasta la agencia para recabar información acerca de los paquetes y servicios turísticos. Además del material promocional como son los mapas turísticos, volantes y folletos con información de la ubicación y características del tour de descensos en bicicleta. Y el internet como una herramienta para contactarse con clientes potenciales al brindar la información requerida de forma pronta y directa, y con operadores turísticos de otros departamentos del país con los que se promovió la compra y venta de paquetes turísticos.

Finalmente se implementó paquetes y servicios turísticos que la agencia no comercializaba con anterioridad, además de tomar medidas con respecto al tour de Biking que requieren un seguimiento continuo e inversión para ser competitivo a largo plazo frente a otras operadoras que prestan similar servicio. Gracias a la formación que se recibió en el área de turismo en una casa superior y prácticas laborales fueron identificándose aspectos que se podrían implementar y revisar procesos de atención al cliente.

# CAPITULO I

## **PRESENTACION DEL PROBLEMA**

### **1.1 Antecedentes del problema**

El Solario como una empresa de turismo está sujeto a la oferta y la demanda de paquetes y servicios turísticos. Donde debe ser competitivo y eficiente en la prestación de servicios de calidad. Además de contar con recursos humanos cualificados en el área de turismo para la consecución de objetivos y metas.

Al ser una operadora del tour de Biking que comercializa de forma directa y a través de intermediarias, está depende del flujo turístico por temporada, los requerimientos de los consumidores y el aumento de competidores en el mercado de operadores de este mismo tour. Que ha ocasionado el declive del número de pasajeros que realizan el tour Biking producto de la competencia por parte de operadores nuevos y jornadas que no se logra cubrir los gastos operativos y administrativos de la agencia. Por lo que prestar solo este servicio y no buscar otros segmentos del mercado al cual ofertar otros paquetes turísticos y servicios ha significado perder oportunidades de ampliar la cartera de clientes, que pueden garantizar la rentabilidad a largo plazo y ventajas competitivas en los nichos de oportunidad.

Durante el primer semestre como counter en la empresa se observa falencias que fueron subsanadas con el transcurso de tiempo y que permitieron implementar mejoras al rendimiento de los recursos humanos y el aprovechamiento del flujo turístico que visitaba la agencia.

De acuerdo a la formación recibida se llega a determinar que el análisis FODA<sup>1</sup> es una herramienta importante para tener una imagen de la situación actual de una empresa o institución para implementar conforme los resultados de los aspectos determinantes para seguir un curso de acción.

### **1.1 Identificación del problema**

---

<sup>1</sup> BALLESTEROS H. et all (2010) "Análisis FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas" Revista Uruguaya de Enfermería, noviembre 2010, 5 (2): 8-17. ui@fenf.edu.uy El análisis FODA es una metodología de estudio de la situación de una organización o empresa en su contexto y de las característica internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas. Es una herramienta utilizada para conocer la situación real que se encuentra la organización

Para identificar el problema se desarrolló una matriz FODA que nos permita diagnosticar la situación interna (que lo hacen fuerte ante sus competidores y que lo distinguen de la competencia) de la empresa, así como su evaluación externa es decir las oportunidades y amenazas.

### 1.1.1 FODA de la agencia de viajes y tour operadora El Solario

<p><b>Fortalezas</b>          Ubicación estratégica de la agencia o punto de venta.          Experiencia en el desarrollo del Tour Biking          Disponibilidad de equipos de computación y correo electrónico.          Buenas relaciones con agencias de viajes y tour operadores.          Capacidad de brindar servicios de forma rápida y de acuerdo al requerimiento del cliente.</p>	<p><b>Oportunidades</b>          Demanda creciente de turistas para captar nuevos segmentos del mercado.          La Paz cuenta con una variedad atractivos turísticos naturales y culturales los cuales pueden ser aprovechados.          Utilización de medios tecnológicos para contactarse con el cliente.          Diversificarse en productos relacionados.</p>
<p><b>Amenazas</b>          Nuevos competidores          Temporadas del flujo turístico          Problemas sociales-políticos (bloques y convulsión social).          Desastres naturales como ser deslizamientos e inundaciones.</p>	<p><b>Debilidades</b>          Dependencia de los ingresos de un solo tour o paquete turístico.          Personal counter sin material audiovisual y cartilla de paquetes y servicios turísticos.          Falta de información de paquetes y servicios turísticos para otros segmentos del mercado que se puedan ofrecer en la agencia.          El no uso de la ubicación estratégica y los medios digitales como el correo electrónico para cerrar ventas.          Pérdida de clientes potenciales y reales al no contar con alternativas de paquetes y servicios turísticos ofrecidos por la agencia.</p>

Conforme al FODA se debe tomar las siguientes acciones:

- Identificar la oferta turística de la agencia de viajes y los requeridos por los consumidores.
- Contactar operadoras y prestadores de servicios turísticos para obtener información de paquetes de los servicios que prestan.

- Ofertar paquetes y servicios turísticos que pueden ser endosados u operados directamente por la agencia para su comercialización.
- Incrementar las ventas personales en el punto de venta y también a través del correo electrónico

### 1.1.1.1 FODA del Tour Biking Carretera de la Muerte

<p><b>Amenazas</b></p> <p>Conflictos sociales y bloqueos</p> <p>Reservas por internet o página web</p> <p>Entrada de competidores con costos menores</p> <p>Incremento en las ventas y productos sustitutos</p>	<p><b>Fortalezas</b></p> <p>Buena imagen de los compradores</p> <p>Basta experiencia en el área</p> <p>Buen ambiente laboral</p> <p>Conocimiento del mercado</p> <p>Propiedad de bicicletas de buena calidad</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>Equipamiento viejo (equipo de protección).</p> <p>Tour compartido que no permite que otros participen por el itinerario definido.</p> <p>Falta de inversión para mantener la calidad de los equipos e implementos de seguridad en el tour de biking.</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <p>Flujo turístico en crecimiento</p> <p>Capacidad de personalizar el tour</p> <p>Atender a grupos adicionales de clientes</p> <p>Ingresar a nuevos mercados o segmentos</p> <p>Diversificarse en productos similares</p>

Conforme al FODA se debe tomar las siguientes acciones:

- Renovar las bicicletas y equipo de protección para lograr mantener una cartera de clientes satisfechos con el servicio.
- Implementar variantes en el tour de biking que logre captar otros segmentos del mercado: tour privado.
- Brindar información a través del correo electrónico a los turistas que solicitan información y cotización de servicios y paquetes turísticos.

- Reducir gastos innecesarios como ser cds para las fotos y videos del tour debido a que se puede enviar un link donde está almacenado este archivo.

## **1.2 Planteamiento y formulación del problema**

El problema central radica en la no oferta de paquetes y servicios turísticos diversos que puedan ser comercializados en la agencia, para lo cual *diversificar la oferta de paquetes y servicios turísticos en la agencia de viajes y tour operadora El Solario para incrementar las ventas.* Siendo por lo expuesto y revisado la falta de información turística como ser material audiovisual, folletos, agenda de operadores turísticos y contacto con prestadores turísticos ha repercutido en que la oferta de paquetes y servicios turísticos sea mínimo. Y de esta forma seguir con la dependencia del ingreso de un solo paquete turístico.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

- Describir la diversificación de la oferta de paquetes y servicios turísticos realizada en la agencia de viajes y tour operadora El Solario para incrementar las ventas.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Describir la implementación de variantes en el tour de biking para captar otro segmento del mercado: tour privado.
- Presentar la elaboración e implementación de paquetes y servicios turísticos para su comercialización en la agencia de viajes.
- Enumerar los materiales de promoción turística utilizados para captar ventas.
- Brindar la información requerida por los turistas a través de medios digitales.

## **1.4 JUSTIFICACION**

La formación académica de turismo tiene como principal eje brindar insumos teóricos y técnicos de la disciplina enmarcado en el contexto social y la demanda de mercado laboral. Durante y después de cursar la carrera de turismo el estudiante busca desempeñarse dentro del área para lograr tener contacto directo en la gestión, operación, educación o actividades relacionadas en

el campo turístico. Por lo que las asignaturas cursadas en la casa de estudio son vitales para el desempeño laboral y adquirir experiencia conforme va conociendo el funcionamiento de la empresa o institución.

En este caso el desempeño laboral como counter – ventas y atención al cliente en una agencia de viajes y turismo ubicada en la ciudad de La Paz, se busca coadyuvar al desarrollo de la actividad y aplicar los conocimientos adquiridos en el campo del Marketing Turístico y Diseño de paquetes turísticos. Además de las asignaturas que permitieron conocer los distintos atractivos turísticos y de esta forma tener dominio de los lugares y destinos turísticos que posee Bolivia. Conocimientos y habilidades desarrolladas conforme avanzaba mi desempeño laboral que fue de gran aprendizaje y reconocimiento de oportunidades para aplicar la teoría del marketing. Este último muy necesario para la gestión empresarial y su aplicación en beneficio de la empresa.

# CAPITULO II

## MARCO INSTITUCIONAL

### 2|.1 Descripción de la empresa

En la ciudad de La Paz se tienen muchas empresas dedicadas a la prestación y venta de paquetes y servicios turísticos, como es el caso de la agencia de viajes y Tour operadora *El Solario*, situado en pleno centro de la ciudad, cerca de hoteles y otros prestadores de servicios turísticos. La agencia operadora de Turismo con experiencia en el área de turismo de aventura en La Paz, se abrió el 2 de diciembre de 1999. Esta empresa cuenta con una experiencia de más de 15 años en el mercado, incursionando en el turismo de aventura, operando el tour de descenso en bicicleta o down hill. Siendo por tanto una operadora de turismo especializado en Mountain Biking que se registra en la categoría de operadoras de turismo según el Directorio de Prestadores de Servicios Turísticos, elaborado por el Ministerio de Culturas -Viceministerio de Turismo 2012-2013<sup>2</sup>.

Esta empresa de turismo busca brindar servicios de calidad, por lo que desde su inicio como operadora de tour descenso en bicicleta, utilizó bicicletas y equipos acordes para la actividad. Por tanto se adquirió bicicletas de marca TREK Americana original, un stock de 20 bicicletas que fueron incrementándose y renovando con sus respectivos implementos de seguridad. Y un equipo de trabajo capacitado para desarrollar el tour descenso en bicicleta por la conocida Carretera de la Muerte o Death Road. Este tour es muy requerido porque atrae a turistas de distintas partes del mundo por el grado de adrenalina que se experimenta y los paisajes del recorrido.

El camino de la muerte en La Paz, denominación recibida como la carretera más peligrosa del mundo. Esta fue construida por prisioneros paraguayos en la guerra del Chaco. La ruta es aproximadamente de 30 km de descenso en el que se han producido muchos accidentes de vehículos que se precipitaron a barrancos profundos generando un gran número de muertes. Este trayecto de La Paz a Yungas se ha hecho famosa por su peligrosidad y paisaje que lo han

---

<sup>2</sup> MINISTERIO DE CULTURAS - VICEMINISTERIO DE TURISMO (2012) Directorio de Prestadores de Servicios Turísticos 2012-2013, La Paz- Bolivia Pág.; 51

convertido en un lugar único para realizar el descenso en Bicicleta. Siendo un atractivo imperdible para los turistas nacionales y extranjeros.

### 2.1.1 Misión

La Misión de la Agencia de Viajes y Tour Operadora El Solario es: Brindar el mejor servicio con el fin de lograr la plena satisfacción del cliente con nuestros servicios de calidad y precios accesibles para que todos los visitantes disfruten de conocer las maravillas más importantes de nuestro país Bolivia.

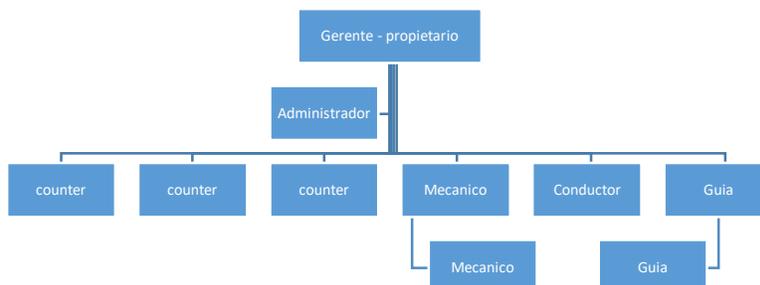
### 2.2 Ubicación Geográfica

La operadora de turismo El Solario se encuentra ubicada actualmente en la concurrida Calle Sagarnaga N° 366 y número de teléfono 2 129544. Pero en su inicio y hasta el 2016 su ubicación estaba en la calle Murillo N° 776 cerca al Mercado de las Brujas o Calle Linares, en el hostel El Solario, por lo que se tiene los siguientes correos electrónicos de contacto: elsolariohotel@yahoo.com (Directorio de prestadores de servicios turísticos 2012-2013) y según el directorio de agencias de viaje [elsolario@hotmail.com](mailto:elsolario@hotmail.com).

Actualmente se ubica en la calle Sagarnaga N° 366 La Paz-Bolivia y Mobil 73590997.

### 2.3 Organigrama

*Organigrama del personal de planta de la Agencia de viajes y Turismo El Solario*



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la temporada y flujo de turistas se contrata personal eventual como ser: guías de biking, mecánicos de apoyo para el mantenimiento de las bicicletas, además de conductores con sus propias movilidades para el transporte en el tour de descenso en bicicleta.

También se contaba con el servicio de un contador que realizaba el descargo de facturas con crédito y sin crédito fiscal cada fin de mes y presentación de los formularios en Impuestos Nacionales.

## 2.4 Actividades de la empresa

La agencia de viajes y tour operadora El Solario es una empresa que se dedica a operar el tour Descenso en bicicleta en la denominada y conocida ruta de la muerte. Actividad que está dentro del turismo de Aventura una de las modalidades más novedosas y más interesantes del turismo. Como una empresa de turismo que se dedica a operar y comercializar de forma directa y también a través de intermediarios el tour de Biking<sup>3</sup>, misma que viene desarrollando desde sus inicios.

### 2.4.1 Paquete turístico BIKING DEATH ROAD

		
<p>Itinerario:</p> <p>07: 00 am Desayuno</p> <p>07:30 am Recojo</p> <p>09:30 am Cumbre inicio</p>	<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desayuno</li> <li>▪ Transporte Ida y retorno</li> </ul>	

<sup>3</sup> Biking: Es una de las actividades del turismo de Aventura más demandadas y practicadas en Bolivia, consiste en un recorrido natural en una bicicleta de Montaña portando todo el equipo de seguridad. El biking es la actividad que se practica en recorridos en territorios naturales. Los niveles de dificultad varían en función al territorio donde se practiquen. El equipo que se necesita para practicar biking: casco, rodilleras y coderas, guantes, vestimenta acorde al clima donde se practique la actividad.

<p>10:00 am Descenso por el Camino de la muerte</p> <p>12:30 pm - 13:30 pm Llegada punto final de 1200m.s.n.m.</p> <p>14:00 pm Llegada al hotel para el almuerzo, hacer uso de la piscina y duchas.</p> <p>16:00 pm Retorno a la ciudad de La Paz.</p> <p>20:00 pm Llegada tentativa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Guía especializado</li> <li>▪ Equipo completo</li> <li>▪ Almuerzo Buffet</li> <li>▪ Duchas</li> <li>▪ Snacks</li> <li>▪ CD y Polera de regalo.</li> </ul> <p>No Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Entrada 25.- Bs</li> </ul>	
<p style="text-align: center;">Precio:</p> <p>KONA Full Suspension Frenos Hidráulicos 450 Bs.</p> <p>IRON HORSE Full Suspension Frenos 400 Bs.</p> <p>SANTA CRUZ - WHEELER -TRECK Front Suspension Frenos Hidráulicos 350 Bs.</p> <p>Solo Transporte (CON EL GRUPO) 220 Bs.</p> <p>Todas las bicicletas son con frenos Hidráulicos</p>		

Desde 2007 se cuenta con un nuevo camino paralelo a la carretera entre La Paz-Coroico. Que fue identificado como la carretera más peligrosa del mundo (WMDR) por un informe de Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Dado el número de accidentes mortales que se han producido en ella en los últimos años, el apodo fue bien merecido. Un promedio de 26 vehículos por año desaparecían por el borde al gran abismo. El camino de ripio es estrecho (algo más de 3,2 m de ancho), con acantilados de hasta 600 m y pocas barreras de seguridad.

#### **2.4.1.1 Descripción del Tour Death Road**

El tour de bicicleta por una de las carreteras más peligrosas del mundo, inicia con el desayuno y recojo de los respectivos hoteles o punto céntrico de la ciudad. Luego el grupo se dirige a la cumbre en transporte de la empresa a una altura de 4700 m.s.n.m., lugar desde donde se hace prueba del equipo y el descenso en bicicleta. La primera parte del camino es de asfalto y bastante frígido por la altura y su cercanía con la cordillera. Después de 1 hora se llega a la población de Unduavi, lugar donde ya es posible advertir el cambio de clima y naturaleza (si los pasajeros quieren, pueden continuar con su pantalón corto y polera por el ascenso de temperatura).

Durante el camino se hacen varias paradas para descansar, sacar fotografías y snacks. Lo más bello de este tour es el paisaje, en dos lugares por la parte de San Juan se pasa por debajo de dos cascadas que caen en plena carretera. Después de 5 horas se llega a la población de Yolosa a una altura de 1180 m.s.n.m., y con una temperatura de 28 °, es decir ya en un clima semi tropical. En Yolosa termina nuestra aventura en bicicleta, para luego continuar en transporte hacia el hotel Dos Ríos Camping donde se servirá el almuerzo buffet y tener un tiempo libre para usar la piscina o poder darse una ducha y cambiarse de ropa. Por la tarde a eso de las 16:00 pm retornaremos en transporte de la empresa a la ciudad de La Paz, llegando a la ciudad a eso de las 20:00 pm.

Existen muchos segmentos de turistas y viajeros pero hoy en día, un gran porcentaje de ellos prefiere visitar lugares exóticos y naturales de los que ya existen pocos en el mundo. Es por ello que el turismo de aventura es una de las especialidades de turismo que exige mayor demanda en la actualidad. Y el posicionamiento de los atractivos turísticos del país ha logrado que se tenga una demanda de servicios y paquetes turísticos cada vez más especializados de acuerdo al segmento de viajeros.

#### **2.4.2 Paquetes y servicios turísticos comercializados**

Además siendo una agencia de viajes y tour operador que es intermediaria para la venta de servicios y paquetes turísticos de otras empresas. Por tanto se tiene los siguientes servicios turísticos y paquetes que son comercializados por la agencia.

Paquetes turísticos	Tours	Pasajes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salar de Uyuni 3 días y 2 noches.</li> <li>• Pampas 3 días y 2 noches</li> <li>• Parque Nacional Madidi</li> <li>• Escalada al Nevado Huayna Potosí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiwanaku</li> <li>• Chacaltaya y Valle de la Luna</li> </ul>	<p>Bus: Copacabana y Uyuni.</p>

# CAPÍTULO III

## CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN LABORAL

### 3.1 Delimitación del desempeño laboral

Cargo:	Counter
Relación de Dependencia:	Directa con el Administrador
Personal a Cargo:	Ninguno
Área:	Ventas y atención al cliente
Turno :	Fines de Semana-Feriados y Tarde
Periodo:	Agosto de 2013 al Junio de 2015

### 3.2 Funciones desempeñadas

El personal denominado *counter* es el encargado de las ventas, asesorar y gestionar la logística de viajes contratados por sus clientes, por lo que requiere herramientas que faciliten sus funciones y coadyuven al cierre de ventas personales. Las funciones encomendadas de acuerdo al cargo de *Counter* en la agencia de viajes implican estar en contacto con el cliente y para que este último obtenga el paquete o servicio que presta la empresa.

#### 3.2.1 Organización del Tour Biking

El tour de Biking se opera diariamente y se debe organizar el transporte, guía, alimentación (Hotel en Yolosa donde el grupo llega para el almuerzo y descanso antes de retornar a la ciudad de La Paz) que son confirmados al finalizar la jornada. También se prepara el equipo de seguridad (Casco Full Face, Coderas, Rodilleras y Guantes), vestimenta (chaqueta o chaleco, pantalones, polera térmica y pantalones) e insumos. Conforme se va registrando a los pax para el tour se debe coordinar con el taller de mantenimiento de las bicicletas para tener el dato de la disponibilidad operable.

Los insumos necesarios para el tour de biking son provistos por el administrador que consta de la fruta, chocolate, agua embotellada, las camisetas estampadas y los CDs (donde se guardan las fotos y videos del tour) que son entregados al finalizar el tour a los pax o cuando puedan recogerlos de acuerdo a la disponibilidad de tiempo en sus tours.

En el libro de reservas se va registrando los datos de los pax endosados por otras empresas de turismo y los que se venden de forma directa en la oficina, donde se establece: el tamaño del grupo, tipo de bicicleta que usaran (tamaño y marca), tipo de alimentación (vegetariana o normal) y los pax que vendrán a desayunar a la oficina y a los que se debe recoger de sus hoteles o puntos de recojo. (ANEXO A).

Los momentos más ajetreados en la oficina son cuando se recibe a los pax por la mañana y al finalizar el tour. En la mañana temprano los pax se apersonan a la oficina para el desayuno y se les entrega la vestimenta para el tour. Mientras se va realizando el control de acuerdo al libro de reservas y se recoge los vouchers de servicio de las distintas agencias de viajes y tour operadores, para que sean adjuntadas a los recibos y realizar el respectivo cobro de las mismas de acuerdo al detalle de los servicios prestados.

### **3.2.2 Servicio al cliente**

Siendo counter de la agencia de viajes y tour operador, se está en contacto con los turistas que visitan la agencia para recabar información de los servicios turísticos que ofrece la agencia. Principalmente del tour de biking por la carretera de la muerte es lo que consultan como primera opción para realizar de acuerdo a sus posibilidades de tiempo y condición física para realizar esta actividad. Se les explica lo más ampliamente posible sobre el tour, grado de exigencia física, alternativas para realizarlo lo más cómodamente posible y dudas que estos presenten respecto a la ruta.

Lo más habitual es explicar tours clásicos como Tiwanaku, Chacaltaya y Valle de la Luna que siempre hay un grupo donde pueden unirse diariamente. Además de paquetes que se pueden realizar en la Amazonia como son Pampas, Selva en el Parque Nacional Maddi y el Salar de Uyuni como un destino imperdible para ser visitado. Estos servicios son endosados a las respectivas agencias y tour operadores previa verificación de espacios disponibles para la fecha requerida por el turista. Además la venta de pasajes de buses a Copacabana que los recoge desde sus hoteles que son los más cómodos para los pax.

### **3.3.3 Información turística**

Al proporcionar información sobre los tours que comercializa la agencia a los turistas que visitan la oficina de la empresa también se brinda información turística importante para desplazarse en la ciudad que facilite su estadía proporcionando folletos (dípticos y trípticos) de restaurantes, museos, centros culturales, hospedajes y otros que se tiene en la oficina para distribuirlos. Se provee de un mapa turístico de la ciudad con la ubicación de museos, miradores, restaurantes, mercados, pubs turísticos, etc. e información muy importante como ser ubicación de terminales terrestres, centros médicos, policía turística, números telefónicos de las distintas embajadas o migración. Se trata de brindar la información pertinente que sea de ayuda para los turistas que desean disfrutar de su estadía y de esta forma coadyuvar a mejorar la imagen del turismo.

### **3.3 Descripción de los agentes involucrados en la unidad laboral**

Una agencia de viajes como una empresa cuenta con recursos humanos que están capacitados conforme a la actividad económica en la que se desenvuelven. Además cuentan con proveedores de servicios como ser transporte, guías, alimentación y soporte técnico que coadyuvan a desarrollar sus actividades. Integrando estas nos permiten aprovechar los atractivos turísticos que se tienen en el país para desarrollar la actividad turística de forma que beneficien a sectores de la sociedad. Generando ingresos y revalorizando el patrimonio turístico de cada lugar que es visitado por los turistas que llegan para conocer y disfrutar de nuevas experiencias lejos de su residencia habitual.

#### **3.3.1 Encargada de atención al cliente y ventas**

De esta forma se identifica al personal que está en contacto con los clientes como agentes que determinan la imagen que se proyecta y que influye en las decisiones de los clientes para la compra de los servicios o paquetes que son ofertados en este caso en una agencia de viajes. El counter es el que está en contacto directo con los turistas y desde este punto es el encargado de cerrar ventas y proporcionar toda la información requerida por los clientes, de forma personal o a través de medios tecnológicos como es el correo electrónico y llamadas telefónicas.

### **3.3.2 Proveedores de servicios turísticos**

Se debe contar con proveedores de confianza para brindar servicios de calidad y que puedan trabajar de la manera que salgan favorecidos ambas partes.

#### **3.3.2.1 Transporte**

En el ámbito turístico el transporte es de vital importancia para desplazar a los clientes a los distintos atractivos turísticos de forma segura, cómoda y responsable. El conductor debe cumplir con las normas de tránsito y respetar la velocidad permitida, para evitar cualquier accidente o contratiempo.

#### **3.3.2.2 Alimentación**

Existe una variedad de emprendimientos gastronómicos en los lugares donde se encuentran los atractivos turísticos, que han recibido la capacitación y aceptación de los comensales que confían en la calidad y preparación de los distintos platos. Al contar con una variedad y riqueza gastronómica es necesario apoyar y hacer que se conozca esta riqueza y que complementa a la experiencia de los viajeros.

#### **3.3.2.3 Guías**

Como los encargados de mostrar, explicar y acompañar a los pax en los recorridos, son centrales para hacer que la visita sea inolvidable y lleno de satisfacciones. Debe estar preparado para cada tipo de viajeros y brindar el mejor servicio.

#### **3.3.2.4 Hospedaje**

Los establecimientos de hospedaje donde los viajeros pueden descansar se dividen de acuerdo a una categorización que influye en las facilidades y servicios complementarios que puede encontrar el huésped.

#### **3.3.2.5 Operadores turísticos**

En el mercado turístico algunas empresas se especializan en un producto y en este caso en un paquete turístico que es vendido de forma directa o a través de intermediarios que a cambio de una comisión realiza la venta.

# **CAPITULO IV**

## MARCO TEORICO

### 4.1 Ubicación del problema en un marco teórico

Para desarrollar y contextualizar el problema se debe conocer los siguientes términos y conceptualizaciones del ámbito turístico.

#### 4.1.1 Turismo

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, se considera:

Turismo Interno: Residentes del país de origen que visitan su propio país.

Turismo Receptor: Visitantes que llegan al país sin residir en él.

Turismo Emisor: Residentes del país que visitan otro país.

Turismo Interior: Compuesto por Turismo interno y turismo receptor. Se refiere al total de turistas que circulan en un país. Turismo

Nacional: Compuesto por el turismo interno y el turismo emisor, y que aglutina al total de turistas que genera un país.

Turismo Internacional: Se refiere al total de turistas que circulan por fronteras y se compone del turismo receptor y del turismo emisor.

#### 4.1.2 Turismo de Naturaleza-Turismo Especializado

Turismo Según la Secretaria de Turismo lo define al turismo de naturaleza como: “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.”

### **4.1.3 Turismo Cultural**

La Organización Mundial de Turismo (OMT) menciona que el turismo cultural “Es la inmersión en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía, y las instituciones de otros países y regiones”.

### **4.1.4 Turismo Alternativo**

Según Arias menciona: “El turismo alternativo se ve constituido por el surgimiento de nuevas ofertas centradas en destinos turísticos reciente, desconcentrándose lentamente de la masificación de los destinos tradicionales que ofrecen servicios que producen cansancio en los turistas que los visitan. El turismo alternativo, promueve otra clase de atractivos más específicos es decir culturales, históricos, naturales y más diferenciados. Se manifiesta generalmente en destinos no-tradicionales y con escaso desarrollo turístico. Este tipo de turismo es más participativo, personalizado y exótico”

### **4.1.5 Turismo Clásico-Urbano**

La Organización Mundial de Turismo lo conoce con el nombre de turismo urbano “Consiste en visitas realizadas a centros urbanos de distintas dimensiones, vale decir desde grandes a pequeñas ciudades con el fin de conocer o revisar lugar de interés, entre ellos se consideran, los parques, museos, edificios históricos, comercios”.

## **4.2 Turista**

Arias (2006; p37) señala que turista es “Toda persona que viaje durante 24 horas o más por cualquier otro país o su país que no sea el de su residencia fija o habitual por motivos de recreación, vacaciones, tratamiento médico, devociones religiosas, participación en encuentros deportivos internacionales, nacionales u otras reuniones; con un tiempo de estadía de menos de un año”.

## **4.3 Operadora de Turismo**

De acuerdo a la Legislación turística de Bolivia Ley General de Turismo “Bolivia te Espera” N° 292 en su Artículo 8 del capítulo II, en la clasificación de prestadores de servicios turísticos inciso b, tenemos a las Empresas de Viajes y Turismo como empresas dedicadas a la prestación

y/o intermediación de servicios turísticos organizados en el territorio nacional y viajes al extranjero. El reglamento de las empresas de viajes y turismo, establece el marco normativo para el funcionamiento y supervisión de las Empresas de Viajes y Turismo en el territorio del Estado Plurinacional de Bolivia en el Marco de lo establecido por la Ley N ° 292 General de Turismo y el Decreto Supremo 2609.

Según el Capítulo II, Artículo 6° de las empresas prestadoras de servicios turísticos contemplados en el Reglamento de las Empresas de Viajes y Turismo están categorizadas de la siguiente manera:

- a) Operadoras de Turismo
- b) Empresas de Agencias de Viajes y Turismo
- c) Mayoristas y Representaciones

De acuerdo a este reglamento la empresa prestadora de servicios turísticos El Solario se rige por el Capítulo III, Artículo 7° (De las Operadora de Turismo).- “Las empresas Operadoras de Turismo, son aquellas dedicadas a las prestación de servicios de turismo organizado para el mercado receptivo e interno dentro del territorio nacional, que cumplan con todas las características y requisitos exigidos en los respectivos módulos técnicos; y una vez acreditadas por Los Gobiernos Autónomos Departamentales en el marco de sus competencias se dediquen en forma exclusiva a lo siguiente:

- a) *Organizar, elaborar y ofertar paquetes de turismo receptivo con intermediarios de otros servicios propios y/o ajenos.*
- b) Prestar servicios turísticos a turistas nacionales y extranjeros en todo el territorio nacional.
- c) *Informar, orientar y organizar diversos circuitos turísticos a solicitud expresa o por oferta programada.*
- d) *Comercializar la mediación de servicios turísticos como ser: Transporte terrestre, acuáticos o aéreo; paseos y excursiones; hospedaje y plan de alimentación, guías así como de otras actividades relacionadas con el turismo.*
- e) *Elaborar itinerarios, proporcionar información turística, y difundir material promocional.*
- f) Brindar asistencia y facilitación a los turistas en sus trámites.
- g) Reservar, adquirir y vender entradas para todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y similares.
- h) Prestar cualquier otro servicio turístico que complemente los servicios de intermediación antes mencionados.

- i) *Proporcionar útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo, científico, eco turístico, turismo de aventura y otras modalidades de turismo.*
- j) *Realizar contratos de transporte, flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros, para coadyuvar las prestaciones de servicios.*
- k) *Crear y desarrollar nuevos productos turísticos.*
- l) Subcontratar empresas de servicios turísticos especializados.
- m) Desarrollar servicios turísticos en todo el territorio nacional.

#### **4.3.1 Prestador de servicios Turísticos**

De acuerdo a la Ley General de Turismo 292 el: *Prestador de Servicios Turísticos*. Son todas aquellas formas de organización económica comunitaria, pública y privada, referidas a servicios de hospedaje, intermediación, traslado, transporte, información, asistencia, guíaje, o cualquier otro servicio conexo o complementario al turismo, que se encuentren debidamente registrados y autorizados.

En el marco de esta Ley se consideran prestadores de servicios turísticos a: Empresas operadoras de turismo receptivo, establecimientos de hospedaje turístico en todas sus modalidades y categorías, empresas de viaje y turismo en todas sus modalidades y categorías, empresas de transporte turístico exclusivo, empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales de turismo, guías de turismo, servicios gastronómicos turísticos y otros servicios afines que adquieren la categoría de servicios turísticos. Los aspectos inherentes a los prestadores de servicios turísticos se establecerán a través de reglamentación expresa.

#### **4.4 Paquete turístico**

Según Arias (2006; p92) cabe mencionar la importancia de las agencias de viajes para el desarrollo del turismo:

1. Las empresas de viajes se constituyen en promotoras del Turismo, al manejar un flujo más constante de pasajeros a nivel nacional e internacional.
2. Por otro lado una agencia de viajes tiene la capacidad de “integrar” en lo que se conoce como “Paquete o Excursión”, un producto turístico que cubre una gran parte de las necesidades del cliente; satisfaciendo sus necesidades de viaje, independientemente de los motivos para realizarlo.

Según el Manual para agencias de viaje, Secretaria de Turismo, México, 1991; citado por Arias (2006: p94), en la oferta de los servicios y productos turísticos define al Paquete como “viajes

preestablecidos donde se integran diversos servicios turísticos a un precio...”, donde el turista adquiere en un solo acto de compra todos los servicios turísticos como transporte, hospedaje, alimentación, tours, etc. por un precio global.

Definiéndose como el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global. Se le considera un conjunto de servicios debido a que en el momento de su operación cada programa involucra servicios intermedios o de base tales como: Alojamiento, transporte de aproximación, gastronomía, recreación, visitas guiadas transporte local y lugares de diversión.

#### **4.4.1 Tour**

Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

#### **4.4.2 Itinerario**

Es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

Según Ricaurte Carlos, Oñate Sonia y Lozano Patricio (2006), son todas las actividades y visitas a los atractivos con los tiempos que toma recorrer cada uno de estos. Es necesario planificarlos con anticipación e influyen directamente con la satisfacción de la experiencia de viaje que tenga el turista.

#### **4.5 Demanda Turística**

Está constituida por aspectos relacionados a las tendencias, intereses y requerimientos de turistas nacionales y extranjeros que pretende realizar una actividad turística.

#### **4.5.1 Público Objetivo o Target**

El público objetivo puede definirse por: región, clase social, poder adquisitivo, grupo de edad, sexo, comportamiento y preferencias. Se emplea para referirse al comprador ideal de un grupo de productos o servicios.

##### **4.5.1.1 Segmentar el público objetivo**

Elegir un público objetivo para realizar una campaña de marketing va más allá de realizar simples suposiciones. Se requiere de un profundo estudio del mercado y numerosos factores que pueden influir en la elección de un target adecuado, como la actual situación económica y política, tendencias de compra, nuevas tecnologías, etc. los diferentes tipos de segmentación pueden emplearse por separado o combinarse.

- a) Perfil demográfico: una primera aproximación al público objetivo son las variables demográficas: edad, sexo, residencia o nacionalidad, estado civil, etc.
- b) Perfil sociocultural: variables socioculturales como: nivel educativo, ocupación, ingresos, estrato social, idiomas, valores, creencias y costumbres, etc.
- c) Perfil psicográfico: que especifique los rasgos de personalidad del cliente ideal y para ello se puede optar por 2 identificadores: intereses/actividades que incluye temas de interés, hobbies, actividades frecuentes, hábitos de consumo, etc. actitudes/opiniones que posturas adopta el cliente ideal frente a ciertos puntos que pueden influir en la decisión de compra.
- d) Perfil Digital: conocer aspectos del comportamiento digital del como son: medios sociales, nivel de actividad en dichos medios, frecuencia de navegación, hábitos de búsqueda, etc.

#### **4.6 Oferta turística**

De acuerdo a la Ley General de Turismo N° 292 se establece a la oferta turística “como el conjunto de bienes y servicios turísticos, otorgados efectivamente por los Prestadores de Servicios turísticos en los mercados nacional e internacional”. Por tanto la oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

## **4.7 Marketing Turístico**

Según Kotler (2004; p6) Marketing “es un proceso social y gerencial mediante el cual particulares y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y de valor”. Para poder entender este concepto se debe fijar atención en los conceptos siguientes: necesidades, deseos y demanda; productos; intercambio, transacciones y relaciones; mercados.

Esta actividad es hoy la más importante dentro del proceso de venta y no solamente cubre el esfuerzo de conseguir clientes, si no en mantenerlos frente a una creciente competencia. Lo que busca el marketing es el aumento de la demanda de nuestro producto, el cual debe satisfacer necesidades del consumidor.

Por marketing turístico se entiende según Acerenza (1996; p165) “la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de ciertos grupos determinados de consumidores, y lograr de esta forma un beneficio apropiado”. Dentro del Marketing Turístico se desarrolla la Combinación Promocional para cumplir el objetivo señalado por el cliente, cuya combinación está dentro de un plan de Marketing.

### **4.6.1 Promoción**

Para Acerenza (1996; p36) la promoción es” una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas personales, y otros medios, como las relaciones públicas, cuando éstas se encuentran integradas al proceso de marketing”.

La definición que da Klotler (1998; p797) menciona que la promoción “comprende todos los instrumentos de la combinación de mercadotecnia, cuya función principal es la combinación persuasiva”.

El autor Dahdá (1995; p21) para definir la promoción hace alusión a sus raíces latinas: pro a favor de, motio movimiento, o sea, movimiento a favor de, aquí se trata de una acción directa o inmediata para mover o acelerar la venta de un servicio o producto gracias al manejo de

instrumentos tales como: Ofertas (se refieren a servicios o productos que se acompañan de una mayor proporción de los mismos, o bien, de obsequios de toda índole, sin costo adicional). Descuentos (porcentajes de rebajas en los precios habituales de servicios o productos). Volantes, catálogos, películas audiovisuales, envíos postales, demostraciones, llaveros, bolígrafos, lápices, calcomanías, agendas y calendarios.

Los objetos promocionales han de poseer originalidad y gusto, aparte de tener alguna aplicación práctica; además de ostentar en forma muy visible, el nombre o logotipo de quien los proporciona, instaurando de esta manera lo que podría calificarse como la heráldica de los tiempos modernos. Acciones y actividades encaminadas a obtener resultados favorables hacia un producto o servicio.

Conceptos que se complementan y amplían lo que es la promoción, que en lo esencial busca persuadir, influir en el individuo para el consumo y compra de un producto o servicio que está a disposición en el mercado.

#### **4.6.1.1 Promoción Turística**

La Ley de General del Turismo Bolivia te espera (2012; p7) en el artículo 6° define la Promoción Turística como el “conjunto de actividades y medios a través de los cuales se genera mayor demanda por el Destino Bolivia en el ámbito nacional e internacional”.

En resumen, las acciones publicitarias promocionales, o propagandísticas, se inscriben dentro de una actividad integrada por un conjunto de instrumentos u objetos que cumplen una función; en el caso del turismo, la de favorecer los estímulos para el crecimiento o la mejora de las operaciones del ramo, que utiliza todo lo anterior con fines de explotación económica.

#### **4.6.2 Promoción de Ventas**

Es definida por Fernández (2001; p86) como: “conjunto de actividades que buscan incentivar las salidas en el punto de venta”. Es decir con este instrumento se atrae y comunica, crea incentivos. Que estimulan las compras de los clientes, efectivizándose por medio de displays, shows, exhibiciones, demostraciones y otros varios esfuerzos de ventas no frecuentes ni rutinarias.

Según Parra (2006; pp293-295) la promoción de ventas es otra técnica muy utilizada por las empresas, particularmente por las agencias de viaje y, en menor medida, por los destinos. Integra un amplio conjunto de incentivos a corto plazo para estimular e incentivar a los consumidores a visitar un destino o adquirir un servicio, y a los intermediarios a colaborar eficazmente en dicha labor durante un periodo limitado de tiempo de duración de la promoción, de modo que su adquisición resulte más atractiva.

Encontramos en Parra (2006; pp293-295) las razones que han motivado la creciente utilización de esta herramienta:

- La necesidad de llevar a cabo acciones a muy corto plazo y para objetivos muy concretos, como atraer visitantes en fines de semana y/o en la temporada baja con el fin de romper con la estacionalidad, anticipar la reserva de las vacaciones, entre otros. Así, por ejemplo, las campañas aéreas son frecuentes las promociones de descuento en precio en la compra durante los tres o cuatro días de la promoción.
- La gran competencia entre destinos turísticos. En las agencias de viaje puede observarse la gran diversidad de catálogos que ofrecen paquetes turísticos y, en consecuencia, aquellos que presentan un incentivo especial tendrán más probabilidad de ser elegidos.
- La eficacia de este tipo de acciones para aumentar el número de turistas e implicar al canal de distribución.

#### **4.6.2.1 Plan de promoción de ventas**

Según Parra (2006; p294) un plan de promoción de ventas debe contener los siguientes puntos:

##### *1. Objetivos del plan de promoción de ventas*

Los objetivos de las promociones de ventas proceden de los objetivos de comunicación y estos, a su vez, son consecuencia de los objetivos de marketing propuestos para el producto o servicio. Por lo tanto, como objetivos genéricos se pueden citar:

- Conseguir un incremento de las ventas o visitas.
- Recompensar a clientes fieles.
- Repetición de clientes esporádicos.

- Compensar la estacionalidad del producto en los puntos de venta.
- Facilitar la introducción de un nuevo producto.
- Mantener o mejorar la posición competitiva.

## 2. *Técnicas de promoción de ventas*

Estas son numerosas y habitualmente se emplean de forma combinada e implican a varios grupos. La elección entre una técnica u otra va a depender de los objetivos previstos, la población objetivo y el presupuesto disponible. Existen objetivos para los cuales, determinadas técnicas no son eficaces. Así, ante un producto que se encuentra en su fase de madurez, no tiene sentido los descuentos por primera visita. El segundo lugar, se debe considerar la población objetivo a la que se dirige (consumidor final, intermediarios, delegados y prescriptores) y las características del viaje (de empresa, vacaciones, etc.). En tercer lugar, se ha de tener en cuenta el presupuesto disponible.

## 3. *El control en las promociones de venta*

El control de los resultados en la campaña se realiza tomando como indicador el volumen de ventas, turistas, visitas y similares.

### **4.6.3 Relaciones Públicas**

Las relaciones públicas según Acerenza (1996; p63) tienen como razón “producir una buena imagen de la empresa en los distintos públicos del medio ambiente en el que éste desarrolla sus actividades”.

Las relaciones públicas según Parra (2006; p296) son aquellas acciones encaminadas a mejorar la popularidad, el prestigio y la confianza social con una empresa u organización. Como su nombre indica, se trata de establecer buenas relaciones con los diversos públicos con los que se relaciona la empresa para crear una imagen favorable y evitar rumores, artículos periodísticos o acontecimientos desfavorables.

Las relaciones públicas proporcionan información constante y regular a intermediarios, comunidad local, turistas, prensa, sector privado entre otros, para intentar conseguir una imagen positiva y una actitud favorable hacia el destino a largo plazo. Tratan de establecer un clima de

comprensión y confianza mutua entre la organización y el público, por tanto, son muy importantes para el desarrollo y actualización de la imagen que se intente proyectar.

Según Parra (2006; p296) los instrumentos de relaciones públicas más utilizados son:

- *Jornadas directas e inversas.* Las jornadas profesionales implican un contacto directo entre representantes de la oferta y de la demanda, normalmente en forma de *workshops*, talleres o eventos gastronómicos.
- *Notas o comunicados de prensa.* Son noticias breves y de actualidad, dirigidas a prensa especializada e interesada en el tema, con el fin de que sean publicadas en un medio impreso. Es un intento, por parte de la organización o empresa de relaciones públicas, de generar *publicity* y conseguir difundir, a través de los medios de comunicación, ciertos mensajes.
- *Dossiers y otras publicaciones.* Los organismos y empresas turísticas generan informes, revistas de empresas, boletines de noticias o noticiarios para difundir por si mismo los mensajes deseados o las informaciones corporativas.
- *Viajes de familiarización o famtrips.* Son viajes de prospección y/o formación de un grupo de profesionales del sector turístico emisor, al destino que se proporciona, a un parque temático, un nuevo hotel, etc. Con el fin de conocer directamente su oferta. Tour operadores, agencias de viaje y periodistas son los principales destinatarios de estos viajes.

#### **4.6.4 Venta Personal**

Que según el autor Saavedra (2005; p15) la venta personal es “el proceso individualizado, orientado a ayudar y/o persuadir a un cliente potencial a comprar un producto o servicio”. Este crea conciencia e interés en el servicio, comunicando los beneficios y persuadiendo a los clientes para la compra o uso de un servicio.

#### **4.6.5 Folletos y catálogos**

Según Parra (2006; p297) los folletos son “instrumentos de comunicación que pueden utilizar una amplia variedad de empresas y organismos turísticos para dar a conocer sus productos: paquetes turísticos de una agencia de viajes, salas de conferencias y servicios técnicos incluidos en un hotel de negocios, recursos turísticos de un destino, atracciones de un parque temático, oferta cultural del mes en un destino turístico, etc.”

En cada caso concreto, el folleto debe adaptarse a lo que se comercializa y, entre otras cosas, afectara a su contenido básico. Por ejemplo en los folletos de las organizaciones turísticas utilizados en la promoción de los destinos, turísticos se recomiendan las rutas, planos, recursos integrando las atracciones con el acceso y servicios (restaurantes, hoteles, oficinas de información, entre otros), mientras que en un folleto de hotel se especifican los servicios que incluyen y ubicación.

Existe una diversidad de folletos, desde los dípticos hasta los extensos programas y catálogos de viaje (abarcan todo el año o bien temporadas concretas: primavera verano, otoño-invierno, especial Navidad, especial Semana Santa). Tradicionalmente se editaban exclusivamente en formato papel; sin embargo hoy en día, su función puede reemplazarse por soportes digitales como CD-ROM o folletos electrónicos a través de internet, y cámaras Web y visitas virtuales para facilitar la visión, por ejemplo la habitación del hotel. A pesar de la existencia de los soportes electrónicos, la utilización de los folletos tradicionales continúa siendo muy extendida y lo podemos comprobar en cualquier agencia de viajes u oficina de información turística.

Un folleto según Dahda (1995; p54) a diferencia de un catálogo que es un muestrario de servicios y productos, no solo está compuesto por simples ilustraciones y palabras coherentes las unas con otras, sino que detrás del mismo existe un fondo técnico y significativo, al igual que económico, pues está sujeto a una escala de costos, en cuanto a la calidad y cantidad, y a la ley de la oferta y la demanda.

El nivel de calidad de un folleto turístico se adecua al nivel cultural, social y económico, así como al sentido crítico, del público al que se considera. Hay una serie de manejos, ocultos en

ocasiones y evidentes en otras, que nos hacen descubrir una relación directa entre el tratamiento técnico y el ideológico.

La parte escrita de un folleto se compone de representaciones visuales que obviamente se dirigen a los ojos. Por lo tanto, una palabra o secuencia de palabras impresas o escritas están encauzadas a la vista, pero son traducidas inmediatamente, gracias a un hábito que es consecuencia de un largo entrenamiento a sonidos encaminados al oído, el cual ayudado por alguna imagen subconsciente va a escuchar, por ejemplo, el impacto de las olas sobre una roca, o el dulce ritmo de la música de los mares del Sur a través de una descripción o de una fotografía. En todo esto podría entrar incluso hasta el tacto, por medio de un papel de buena calidad que impresionaría favorablemente al cliente potencial.

En conclusión, el folleto turístico debe explotar plenamente las posibilidades de la manifestación y de la comunicación gráfica.

#### **4.7 Servicio al cliente**

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta.

El servicio a clientes tiene una gran influencia en la percepción del mismo. Como menciona Payme (2000; p119) que el servicio al cliente “puede utilizarse como un arma para crear ventaja competitiva difícil de imitar. Esto representa un medio importante para crear diferenciación en la estrategia de posicionamiento de la compañía.

Entre sus principales objetivos, se encuentran: garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo, que sea usado de la forma correcta y que genere la satisfacción del cliente. Para lograr estos objetivos, es importante brindar apoyo, asesoría, orientación, instrucciones y todo aquello que facilite este proceso.

La actitud, la formación y la comunicación de los empleados influyen en la percepción del servicio prestado. Si el cliente está feliz con lo que le ofrecemos, seguramente regresará una y otra vez, nos recomendará con sus amigos, familiares o conocidos. Esto lleva su tiempo pero hay que trabajar diariamente en ello y obviamente requiere inversión, tanto de tiempo, dinero y

esfuerzo. Con los avances tecnológicos tanto clientes y empresas tienen más oportunidad de estar comunicados entre sí, interactuar y conocer lo que el cliente piensa, opina o quiere. Por lo que las empresas cuentan con soporte de correo electrónico, atención vía telefónica o web, chat, encuestas online o redes sociales.

Aprovechar las encuestas de Feedback o retroalimentación del cliente para saber qué es lo que tu público objetivo piensa de tu marca, al medir la satisfacción del cliente. Herramienta útil para determinar aspectos que pueden trabajar para mejorar el servicio.

La cara de la empresa son los empleados, ellos son los que realmente están en contacto directo con los clientes, los que obtienen de primera mano las opiniones y reacciones ante nuestra marca, producto o servicio. Por ellos es importante que estén en constante capacitación para brindar el mejor servicio y también que conozcan lo que venden o el servicio que ofrecen. Los representantes de servicio al cliente deben ser<sup>4</sup>:

- Accesibles con los clientes
- Estar bien informados
- Actuar con cortesía y amabilidad
- Tener habilidades de escucha y paciencia
- Voluntad de resolver los problemas o quejas de los clientes

#### **4.7.1 Elementos para la Prestación del Servicio**

Los siguientes elementos componen y hacen posible la prestación del servicio:

##### **4.7.1.1 El cliente**

Es indispensable para que pueda darse el servicio al cliente. No es un elemento sobre el cual la empresa tenga control directo desde el interior, pero al ser la razón de ser de este proceso, es importante que todo lo que se haga esté basado en el profundo conocimiento de sus necesidades

---

<sup>4</sup>¿Qué es el servicio al cliente? el servicio al cliente son todas las acciones enfocadas en mejorar la experiencia de los consumidores. Aprende como brindar una mejor atención aquí. Servicio al Cliente: qué es y cómo mejorarlo- QuestionPro [https:// www.questionpro.com](https://www.questionpro.com)

y expectativas. Es importante conocerlos y analizar desde la realidad de la empresa, cuál es la mejor estrategia para involucrar al cliente en su viaje y aprovechar su participación al máximo.

#### **4.7.1.1.1 Personalidad del cliente**

Detectar (no prejuizar) la personalidad lo antes posible para identificar la personalidad del cliente. Sabemos que cada persona que atendamos será diferente a la siguiente, pero las podemos agrupar en cuatro subgrupos:

**Directivas:** Personas que no tienen tiempo que perder, normalmente solo quieren ser informados sobre lo que a ellos les interesa (importante hacer el análisis de necesidades). La apariencia es de ser personas elegantes, exigentes e impacientes.

**Interactivas:** Persona más fácil de informar, ya que comenta muchas cosas y facilita mucho el trabajo. La información es muy amena ya que es como un diálogo, es muy fácil conectar con ella.

**Lentas:** Personalidad muy usual en las personas mayores, ya que son tranquilos y aparentemente tienen mucho tiempo libre. Este tipo de personas quieren recibir una información muy completa por eso tenemos que tener cuidado y no pasarnos más tiempo del que le podemos conceder, sin que se note que tienes que dejarlo, porque es una persona que valora tanto el servicio como el trato que le podamos dar.

**Controladoras:** No es fácil detectarlas a simple vista, se puede confundir con una persona directiva. Es al entablar la conversación cuando se le detecta, ya que pregunta mucho “¿por qué..?”. Se les ha de dar una información muy completa, pero estar muy seguros de lo que decimos, porque es muy fácil que nos interrumpan para pedirnos explicaciones sobre algún servicio o actividad. Nunca mostrar dudas o temor, si no conocemos la respuesta a su pregunta se le dice claro, y se intenta averiguar lo más rápido posible.

#### **4.7.1.2 Análisis de necesidades del cliente**

El sondeo de necesidades sirve para tener un punto de partida en el proceso de información del cliente. Conociendo sus motivaciones, características y necesidades conduciremos mucho mejor

nuestra entrevista y prepararemos el terreno para las posibles objeciones que puedan surgir al final del proceso. El sondeo de necesidades es la parte más importante del proceso de ventas.

Como en cualquier otro proceso profesional, hemos de recabar la información del cliente que nos ayude a aportar la mejor propuesta que se ajuste a sus necesidades. Proponer cualquier cosa sin tener una información previa probablemente creará una sensación de poca profesionalidad y de desconfianza por parte de nuestro posible cliente.

El sondeo de necesidades es una propuesta de preguntas inducidas a partir de las cuales detectamos las necesidades del cliente. La conversación debe ser lo más natural posible y mostrar que personalizamos la conversación con cada cliente. También usar palabras positivas y siempre sonreír.

#### **4.7.1.3 Decisiones estratégicas**

- a) Intenta decir cosas que al interesado le guste oír.

Decir cosas positivas que resalten la voluntad de poner los medios para la obtención de los intereses mutuos y que a la parte contraria le resulte agradable escuchar.

- b) Por más que uno domine la situación, no les hagas sentir inferiores.

No haga sentirse inferior a su interesado porque esta circunstancia hará que se cierre y se sienta dolido, a partir de entonces ya no será con él, sino contra él y su orgullo, con quien se estará tratando.

- c) No desarrolles actitudes impulsivas pues generan reacciones también impulsivas.

La argumentación es una consecuencia de la aplicación de la razón dentro de todo un proceso de información.

- d) Cuando la otra parte se vuelve agresiva es mejor callar y dejar escapar la tensión.

Lo más positivo es dejar escapar la tensión y dejar pasar unos segundos de silencio, no informar ante una actitud de presión injustificada y desproporcionada.

- e) Evitar los malos entendidos para no entrar en un diálogo de sordos.

En toda información los conceptos han de estar muy claros, así como los intereses en juego, sino pueden hacer derivar la información hacia posturas inflexibles.

f) No todo lo que uno piense hay que decirlo, rentabilice sus silencios.

Sólo decir lo útil, lo productivo, lo que estratégicamente le convenga decir, ni más ni menos.

g) Evita las conversaciones sobre las causas y persigue el entendimiento en función de un convencimiento sobre los intereses.

Se ha de informar con “uñas de acero en guante blanco”, uñas de acero para acometer la consecución de los objetivos e intereses y guante blanco en su posición, talante y en formas.

h) Facilitales la toma de decisiones, no se lo pongas difícil.

Busca convencimientos posibles, es mejor conseguir poco de algo que mucho de nada.

i) Informa con objetividad.

j) Identifica no lo que dicen, sino lo que puede estar detrás de sus palabras, su voluntad oculta.

La actitud y las palabras de nuestro interesado pueden no ser sinceras y por lo tanto desvirtuar y falsear la verdadera voluntad e intenciones del mismo. Es necesario intuir e identificar lo que está detrás de sus palabras o sea su voluntad oculta.

k) Aprovecha el buen estado de ánimo de tu cliente.

No plantear nunca temas importantes cuando tu interesado está dentro de una fase negativa de estado de ánimo, vale la pena esperar a que ésta sea positiva pues estadísticamente está comprobada su eficacia.

l) Ante actitudes maleducadas e insultantes, hazte respetar y retírate.

m) Intenta ponerte en el lugar de los demás.

n) Evita perder el control de la situación y la presión psicológica.

ñ) Informa con energía pero sin mala fe y no la aceptes del interesado, no pierdas el control de la situación. Hay que informar con firmeza y energía, con nobleza y generosidad argumental, hay que ganar prestigio y respeto.

o) Tu seguridad te hará más convincente e invulnerable, gánate su voluntad. La seguridad genera seguridad y respeto, la inseguridad genera inseguridad, desconfianza y poca receptividad, tenemos formación para sentirnos seguros ante cualquier interesado y ante cualquier situación de información, telefónica o presencial.

p) Si el ritmo que impone la otra parte, no nos convence, deberemos romperlo e intentar imponer el nuestro. Difícilmente ganaremos un acuerdo satisfactorio yendo a remolque de los demás.

q) Generaremos alternativas.

Si las posibilidades de convencimiento se agotan se han de generar alternativas, es positivo incorporar varias opciones, ya que al ser humano le gusta elegir siempre entre varias alternativas, por el mero hecho de que si le ofrecen una sola opción, siempre piensa que le están obligando o que deciden por él.

r) Mentalizarnos y auto convencernos de que somos nosotros con nuestro estilo y capacidad, quien domina la situación.

No se ha de dejar llevar por los impulsos, es necesario mantener la mente fría en cada momento, medir la dificultad permanente e ir avanzando sin prisas hacia la consecución de nuestro objetivo final.

s) Nuestro plan de actuación no puede ser rígido, sino necesariamente flexible. Partimos del hecho de que ha de ser un entendimiento entre dos personas. Informar, no es un plan unilateral y por lo tanto la estrategia diseñada al inicio puede llegar a ser obsoleta e ineficaz, por lo que se ha de ir modificando y adaptando en función de las actitudes y estrategias previstas o no previstas mostradas por la parte opuesta. “La información es dinámica y la aplicación de nuestra estrategia deberá serlo también”.

t) Tenemos que aprender también a escuchar. Escuchando, aprenderemos y al mismo tiempo tendremos la información necesaria para hacer un buen planteamiento, y poderles ayudar.

#### **4.7.1.4 El producto o servicio**

Se refiere a las características del bien o servicio que ofrece la empresa a sus clientes. Las exigencias del cliente han cambiado y ahora, casi se da por hecho que el producto debe ser de buena calidad. Es indispensable cumplir con este elemento, pero si la empresa sólo cumple con este, estaría haciendo lo mínimo.

#### **4.7.1.5 Los procedimientos**

Este elemento se refiere a todo aquello que hace posible el acceso del cliente a los productos o servicios de la empresa. Los procedimientos están asociados a los canales de atención al cliente e interacción con la empresa, medios de pagos, disponibilidad y tiempos de respuesta.

#### **4.7.1.6 Las instalaciones**

Está conformado por todo aquello que tenga influencia en el espacio (físico o virtual) donde tiene lugar la prestación del servicio.

#### **4.7.1.7 La tecnología**

Son todas las herramientas tecnológicas que la empresa pone a disposición del cliente o en beneficio del cliente. Los objetivos de dichas herramientas pueden ser: facilitar el acceso del cliente, minimizar el esfuerzo y agilizar la gestión de trámites.

#### **4.7.1.8 La información y la comunicación**

Hace referencia a la calidad de información que la empresa entrega a sus clientes. Comprende aspectos como la claridad, la cantidad, la veracidad, la oportunidad y los canales de comunicación que la empresa habilite.

La presentación al posible cliente es el primer paso en el proceso de atención comercial. Hemos de aprovechar este momento para causar una excelente impresión ya que no volveremos a tener una segunda oportunidad.

- Siempre recibir al cliente con una sonrisa.
- Presentarnos diciendo nuestro nombre y cargo o función en la empresa.
- Atenderle en un lugar tranquilo dónde podamos prestarle toda la atención.

#### **4.8 Factores que favorecen la venta**

1. Argumentación. Hacer justificable la propia argumentación.

2. Imagen, simpatía, cordialidad, respeto. Una buena imagen abra puertas y una mala las cierra. La imagen es muy importante para cualquier profesional dedicado a las relaciones humanas, en esta vida todo entra por los ojos. La simpatía, la cordialidad, corrección, etc. Son complementos indispensables en la proyección de una buena imagen, por lo que han de ser unos factores constantes y permanentes.

También ha de reflejar una imagen de gran capacidad de comunicación humana, mostrar una gran faceta comprensiva de los demás y de su problemática.

3. Análisis de necesidades. Los clientes compran cualquier servicio para cubrir unas NECESIDADES que tienen, por lo que el comercial debe descubrir cuáles son esas necesidades.

Las necesidades por las que compra un cliente pueden resumirse en 6, y para recordarlas, puedes utilizar la palabra SABONE: Seguridad, Afecto, Bienestar, Orgullo (prestigio), Novedad y Economía. En cada uno de nosotros predomina más una necesidad sobre las otras, por lo que hay que intentar identificar a cada cliente y tener un listado de beneficios que aporta nuestro servicio a cada una de esas necesidades.

4. Concentración. Estar atentos y vigilantes, es imprescindible. Se han de dar los argumentos necesarios para conseguir la venta. Sólo estando muy atentos podemos intuir la verdadera actitud del interesado.

5. Olfato e intuición. Estos dos factores son el sexto sentido que nos hace adivinar a priori muchos aspectos que aparecen ocultos en cualquier negociación. La intuición nos puede indicar el grado de predisposición, de acuerdo de la parte contraria. La intuición es un autoanálisis previo a cualquier situación que permite prever con anterioridad lo que va a suceder. Esta

fracción de tiempo de ventaja con respecto a nuestro interlocutor nos permite tener preparada la estrategia a seguir en cada momento antes que él.

6. Sutileza, versatilidad, flexibilidad y ductilidad. Sutileza: un negociador ha de ser flexible, no puede ser rígido. Ser flexible y versátil da al contenido de la negociación muchas posibilidades. La versatilidad nos permite movernos con más holgura y más amplitud de miras, hay momentos en los que uno se debe imponer con dureza y rotundidad y en otros ha de ceder hasta el límite más aconsejable. Ser útil, versátil y flexible quiere decir, tener una gran riqueza de apreciaciones y una gran capacidad de analizar la situación negociadora.

7. Imaginación y sensibilidad. Un buen informador es un buen creativo y todo buen creativo, tiene desarrollado el factor de la imaginación. La imaginación permite ampliar el abanico de ofertas para conseguir hacer más fácil el convencimiento y acuerdo de los interesados. La imaginación favorece toda relación o comunicación humana. La sensibilidad puede ser positiva o negativa. Si es positiva, nos permite conocer mejor a nuestros interesados a través de las vibraciones positivas o negativas que nos transmitan. Es negativa, cuando le delata a uno mismo de sus propias vibraciones.

8. Experiencia: Es saber lo que uno debe hacer y cómo debe hacerlo, porque antes le fue mal o no le fue del todo bien.

9. Convicción, persuasión, seguridad, tenacidad y rigor. Estar convencido de tus argumentos, persuadir al interesado que es lo mejor para él, transmitir todo ello con gran seguridad, defender tus puntos de vista con tenacidad y desarrollar toda la información con el máximo rigor, es conducir los términos de la misma dentro de una gran seriedad, responsabilidad y respeto.

La convicción en uno mismo, siempre convence al otro y si se le añade un grado de persuasión importante, terminaremos por dominarle. Cuando uno está seguro de sí mismo, transmite esta seguridad a los demás y ayuda a dar mayor credibilidad a lo que se dice.

10. Motivación, ilusión y estímulo. En una información, has de tener una importante motivación inicial de obtener el objetivo final que te has propuesto. Con motivación tienes grandes posibilidades de obtener éxito.

11. Sonreír. En la persona la sonrisa inspira confianza y rompe barreras, la sonrisa acerca a las personas y lima asperezas. Aunque en la información, uno debe actuar con convicción y firmeza, la sonrisa favorecerá el diálogo y el talante de ambas partes, por muy antagónicas que sean las posturas y abre sendas al entendimiento.

12. Capacidad intelectual, lucidez, estado de ánimo y energía. No olvidar antes de iniciar cualquier información, cargar bien nuestra batería.

13. Improvisación. Aunque en toda información hay que aplicar un método preestablecido, es necesario en el transcurso de la misma tener capacidad de improvisación necesaria para poder ir adaptándonos a las diferentes situaciones a las que nos puede llevar nuestro interesado.

“Improvisación + método + estrategia + factores psicosociales = Gran nivel informador”.

14. Psicología. El experto en información ha de ser un buen psicólogo. Su psicología le ayuda a dibujar el exacto arquetipo de su/s clientes, al tenerlos delante de él analizará su personalidad y sabrá cómo tratarlos.

15. Paciencia. La paciencia te ayuda a ir conociendo de poco a poco y más profundamente a tus interesados y por lo tanto el método que vas aplicando es más coherente. Ser paciente demuestra madurez, equilibrio, seguridad e inteligencia.

16. Cobertura de objeciones. Se han de prever todas las posibles objeciones que la parte opuesta pueda presentar para construir adecuadamente las correspondientes coberturas. Quedarse callado ante una posible objeción, sin hallar la respuesta adecuada en el momento de realizarse, es perder la fuerza persuasiva y puntos en cualquier negociación.

17. El abandono. Entrar a conversar ante causas perdidas o mínimamente rentables a cualquier nivel, no merece la pena perder el tiempo.

18. El liderazgo. El experto en información debe dirigir y dominar completamente a sus interesados, aunque se ha de entender que hay diferentes estilos y maneras de ser líder y cada forma de liderazgo determina y condiciona unos resultados diferentes siempre en contraposición a los estilos y forma de liderazgo de sus interesados.

## **4.9 Diversificación de paquetes turísticos**

De acuerdo a la EAE Business School Harvard “Diversificar implica ingresar en espectros comerciales a los que hasta entonces no se ha accedido. Cuando esto pasa, las empresas ganan en presencia y, si los resultados son los esperados, consolidan su posicionamiento en el nuevo mercado”. La diversificación empresarial es una de las respuestas de las organizaciones ante el progreso de su negocio, que les invita a probar nuevas estrategias o una reacción ante un nuevo paradigma de mercado, que les impulsa a tomar decisiones y abrirse a posibilidades alternativas.

La diversificación es una de las estrategias más empleadas por las empresas cuando se trata de ampliar su horizonte de mercado. Se refiere a que el turista puede elegir vivir experiencias diferentes en un mismo lugar. Además de permitir llegada de la comunicación turística a distintos segmentos del mercado del turismo, es decir a nuevos públicos, esto significa llegar a una demanda que anteriormente no se tenía en cuenta.

### **4.9.1 Estrategia de diversificación turística**

#### **4.9.1.1 Horizontal**

Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

#### **4.9.1.2 Vertical**

Los nuevos productos actualmente desarrollados pero las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.

#### **4.9.1.3 Concéntrica**

Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística. (ALEGRE, J. LLORENC, P. 2006.)

#### **4.10 Producto turístico**

Es el conjunto de componentes tangibles más los intangibles que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de turistas, porque satisfacen sus expectativas relacionadas con su tiempo libre.

Philip Kotler y Gary Armstrong (2003) definen: “Un producto es un conjunto de características tangibles. Los consumidores tienden a ver los productos como conjuntos complejos de beneficios que satisfacen sus necesidades centrales de los consumidores que el producto satisfará; luego debe diseñar el producto real y encontrar formas de aumentarlo, ofreciendo servicios y beneficios adicionales al consumidor para mayor satisfacción de los mismos”.

##### **4.10.1 Características del producto turístico**

Un producto se puede ofrecer con características variables. La empresa puede crear productos de más alto nivel al añadir más características. Estas generalmente son una herramienta competitiva para diferenciar el producto de la empresa de los productos de los competidores.

Los productos turísticos poseen las siguientes características:

##### **a) Intangibilidad y tangibilidad**

Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles. La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Esta componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que

compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto. (ALEGRE, J. LLORENC, P. 2006)

b) Caducidad

Los productos turísticos no se pueden almacenar.

c) Agregabilidad y sustituibilidad

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

d) Heterogeneidad

El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

e) Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras; su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume. (ALEGRE, J. LLORENC, P. 2006).

#### **4.10.2 Estrategias para el Producto Turístico**

Se debe decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas.

a) Estrategia de penetración

Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

b) Estrategia de desarrollo del producto turístico

Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

c) Estrategia de extensión del mercado turístico

Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento, o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

#### **4.10.3 Diseño de un producto turístico**

Para diseñar un producto:

a) Diseño o borrador del proceso turístico (viaje)

Se analiza la viabilidad global del mismo, mediante el estudio de los factores internos de la empresa, y los factores externos del destino turístico, realizando un presupuesto económico aproximado. Si la programación se enfoca a la demanda no hay un problema de riesgo de venta, el único problema es la diferencia de empresas competidoras. Realmente el problema aparece cuando la programación se realiza ajustándola a la oferta disponible, ya que pueden aparecer excedentes de producción al final del proceso.

b) Diseño de programación o planificación del producto o servicio

En el que una vez analizada la viabilidad económica y técnica del producto, se establece la cantidad de elementos del mismo. Posteriormente se realiza el itinerario, integrando los productos turísticos que se ofertan, las actividades y las relaciones de tiempo.

c) Elección de proveedores y establecimientos

Consiste en determinar específicamente las empresas subcontratadas o asociadas que van a participar en el proceso de producción, para lo cual se recomienda una inspección de las empresas de destino turístico que determine la calidad, la forma de prestación de los servicios y el precio.

d) Precio

Las empresas no venden solamente productos, sino también satisfacciones, en las que el precio representa solo un componente a tomar como referencia, aunque de gran importancia, es el valor que la empresa asigna a sus productos y que será comparado por el cliente con los niveles de

calidad que él identifica como correctos. El precio es el valor final en moneda que se le asignara a un bien o servicio según corresponda. El precio al público es la suma del costo más el beneficio.

# CAPÍTULO V

## **SOLUCIÓN DEL PROBLEMA**

### **5.1 Procedimientos de solución**

Después de haber realizado el FODA de la agencia y del Tour Biking, se llegó a determinar el proceso que se debería de seguir para mejorar el rendimiento de la empresa en términos de incremento de las ventas. Y de esta forma se implementó una estrategia que permita incrementar las ventas utilizando el marketing turístico y las herramientas de la promoción entre estas las ventas personales. En las que se debió desarrollar las habilidades de atención y trato al cliente desde el primer momento de contacto, siendo este la primera impresión que tiene de la empresa y que influye en la decisión de compra del servicio o paquete turístico que ofrece la agencia. Por tanto la puntualidad, honestidad, cortesía, amabilidad y atención son importantes en el personal de contacto con el cliente.

La agencia de viajes y tour operadora El Solario, como prestadora de servicios turísticos de forma directa y también como intermediaria, lo que se llevó a cabo fue diversificar la oferta de paquetes y servicios turísticos como una estrategia empresarial que permite proponer y brindar mayores beneficios a los turistas que visitan la agencia o se contactan vía correo electrónico. Consiguiendo de esta forma el incremento de las ventas para lograr compensar la estacionalidad del tour de Biking con otros en la agencia o punto de venta. Como una empresa para ser competitiva debe poder responder a las necesidades de los clientes y de esta forma aprovechar el patrimonio turístico del país.

### **5.2 Estrategia de diversificación Horizontal de la oferta turística de paquetes y servicios**

La razón principal para implementar este tipo de estrategia responde a la necesidad de incrementar los ingresos de la empresa. Esta estrategia es una de las tendencias que ha seguido el sector, que es la optimización de los recursos de los que dispone una empresa. Estamos hablando del personal capacitado, ubicación comercial de la oficina y soporte técnico. Utilizar estos recursos para implementar paquetes y servicios turísticos para comercializarlos.

Para optar por la diversificación horizontal se requiere conocer al público objetivo: el segmento de la demanda turística. Lo que involucra mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

Una de las ventajas de esta estrategia permite reducir los riesgos al disponer de la información sobre lo que quieren los consumidores y hace que eliminemos los riesgos inherentes a la prestación de servicios y paquetes turísticos ya existentes en el mercado.

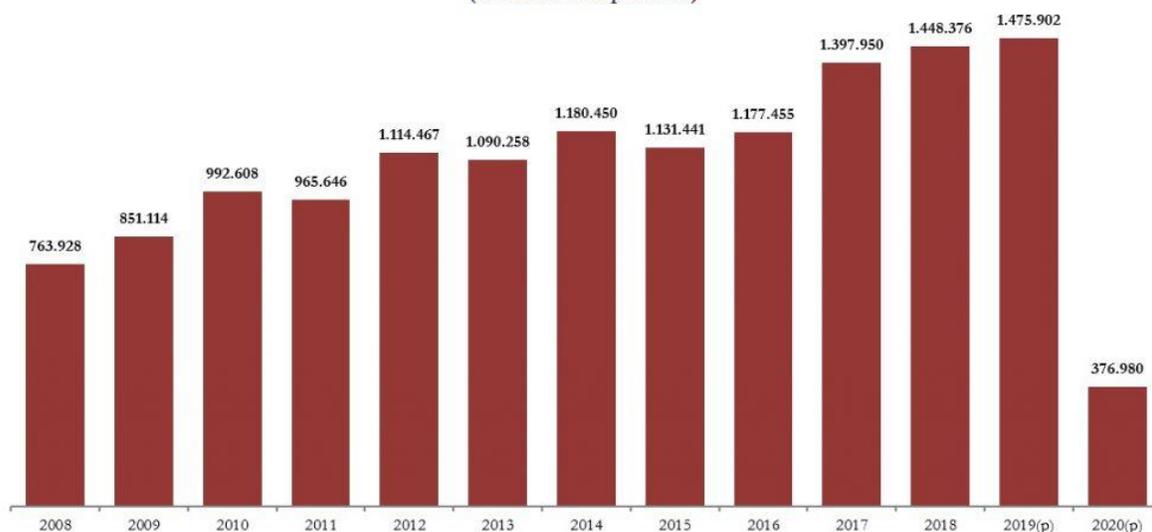
### **5.2.1 Segmento del Mercado**

Bolivia tiene potencialidades muy grandes al poseer atractivos turísticos que pueden cubrir casi la totalidad de las demandas frecuentes: turismo receptivo, recreativo, ecológico, histórico, de aventura y otros. Permite crear una oferta turística diversificada, como ser: el Lago Titikaka y su región como es Copacabana; el salar de Uyuni y las lagunas; el circuito Sucre y Potosí; el Chapare tropical; las Misiones Jesuíticas; el Amazonas; la Cordillera Real; el Chaco y el Pantanal y todo lo que se denomina zona de gestión de desarrollo turístico del Madidi y Rurrenabaque.

Entre los sitios turísticos de Bolivia que han sido declarados Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) figuran los siguientes: Ruinas de la ciudad de Tiwanaku, Parque Nacional Noel Kempff Mercado, Parque Nacional Madidi, Parque Nacional de Toro Toro, Misiones Jesuíticas de Chiquitos, Fuerte de Samaipata; Carnaval de Oruro. Otros sitios atractivos son: Copacabana, Cordillera de los Andes, Parque cretácico Cal Urqu, Cerro Rico de Potosi.

Según el informe de la UDAPE Diagnostico sectoriales Turismo de 2015 menciona que “las tendencias actuales en cuanto a las demandas internacionales del turismo, colocan al país en una posición muy favorable para constituirse en un receptor de turistas extranjeros, de manera que se esperaría que en los siguientes años no sólo se mantenga la tendencia ascendente del turismo receptivo, sino también que exista un desarrollo significativo de productos y servicios turísticos asociados a esta actividad”.

**BOLIVIA: LLEGADA DE VIAJEROS EXTRANJEROS 2008 - 2020**  
(En número de personas)



Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA

(p): Preliminar

De acuerdo al INE la llegada de Viajeros al país el año de 2013 fue de 1.090.258 e incrementándose para el año 2014 a 1.180.450 y para el 2015 se tiene un descenso a 1.131.441. El principal mercado del turismo en Bolivia es el sudamericano, seguido por Europa y Norteamérica. La demanda turística del país está concentrada en los departamentos del eje central, es decir, La Paz y Santa Cruz, y en menor medida Cochabamba, donde destaca un mayor flujo de turistas nacionales.

De acuerdo a estos datos se tiene un flujo de turistas que visitan la ciudad de La Paz al contar con una variedad de atractivos turísticos y desde donde pueden acceder a otros sitios turísticos del país. Para lo que se tiene una variedad de servicios y paquetes turísticos que facilitan que el turista pueda disfrutar de su estancia. Los turistas nacionales y extranjeros pueden acceder a oficinas de información turística y material promocional que son distribuidos en sitios públicos como museos, aeropuertos, terminales entre otros; además de las agencias de viajes en los que adquieren información precisa y personalizada de acuerdo a las actividades y lugares que desean conocer.

La agencia al ser una operadora de descenso en bicicleta recibe turistas interesados en realizar esta actividad y requieren toda la información necesaria, para decidir realizar o no la actividad. Después de haber implementado paquetes y servicios turísticos se ofrece opciones en caso que no puedan realizar el down hill debido al tiempo, grado de dificultad, bloqueos entre otras razones. En su mayoría los turistas que llegan son procedentes de los siguientes países: Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, Estados Unidos, Alemania, Inglaterra, España, Japón, China e Israel con un rango de edad de entre 18 a 45 años, solicitando información sobre los servicios turísticos que ofrece la agencia y así evaluar su decisión de tomar algún paquete o servicio. Para el 2015 se recibe también turistas nacionales interesados en realizar el descenso en bicicleta de los departamentos de Santa Cruz, Cochabamba y Potosí.

Al haber implementado una oferta diversificada se le brinda al pax información de opciones de paquetes o servicios que se acomode a sus preferencias, al tiempo de estadía y presupuesto que tienen destinado para disfrutar de su viaje.

## **5.2.2 Manual de paquetes turísticos y servicios turísticos**

Este manual fue realizado para tener una guía para explicar y dar a conocer los servicios y paquetes turísticos al cliente. Después de ver la oportunidad de implementar paquetes y servicios turísticos para su venta, que se dividen en las que podrán ser operados por la agencia y otros que serán transferidos a otras operadoras. Para lo cual se desplegó una cartilla de los costos de los paquetes y sus precios a la venta, que fueron diseñados de acuerdo a la demanda, es decir de los más pertinentes que pueden ser ofertados y comercializados en la agencia.

Por lo que se trabajó con agencias operadoras de turismo que proveían paquetes compartidos con un itinerario definido:

### **5.2.2.1 Tours Clásicos**

Estos tours son los que están disponibles de forma habitual y que son de los más solicitados por los clientes; se los puede realizar debido a que son tours compartidos. Algunos tours son de corta duración y otros de días que son necesarios para disfrutar al máximo de los atractivos turísticos.

<p><b>TIWANAKU</b></p> <p>Recojo desde los hoteles - Calle Illampu – Sagarnaga - Plaza Isabel Católica- Avenida 16 de Julio - Plaza Murillo- Camino a Tiwanaku– Llegada a Tiwanaku- Visita al Museo y sitio arqueológico- City tour en el pueblo – almuerzo- Retorno la ciudad de La Paz.</p> <p><b>INCLUYE</b></p> <p>Recojo de hotel (horario según la ubicación del hotel, del otro lado esperar en las puertas del hotel plaza)</p> <p>Transporte turístico</p> <p>Guía especializado</p> <p><b>NO INCLUYE</b></p> <p>Alimentación (desde 20 a 35Bs)</p> <p>Entradas 80.- Bs extranjeros 10.- Bs nacionales</p> <p>Bebidas extra y Souvenirs</p> 	<p><b>CHOLITA PELEADORAS</b></p> <p>Recojo desde su hotel con el transporte turístico - Llegada a complejo Multifuncional (Zona 12 de octubre) - Show de las cholitas peleadoras- Retorno y traslado hasta la ciudad de La Paz- Aprox. 19:30 pm.</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte compartido</p> <p>Guía Turístico</p> <p>Entrada</p> <p><b>NO INCLUYE:</b></p> <p>Botellas de agua</p> <p>Y otros no especificados</p> 	<p><b>CITY TOUR</b></p> <p>Todo el circuito empieza/termina en Plaza Isabel la Católica.</p> <p>Circuito Centro</p> <p>Circuito Sur</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte compartido (Bus panorámico).</p> <p>Guía Turístico coordinador.</p> <p>Auriculares para escuchar la explicación del recorrido en el idioma que prefiera, 7 pistas de audio en diferentes idiomas: Inglés, español, alemán, francés, italiano, portugués y japonés.</p> 
--	--	---

## **CHACALTAYA Y VALLE DE LA LUNA**

Recojo desde los hoteles - Calle Illampu – Sagarnaga - Plaza Isabel Católica- Avenida 16 de Julio - Plaza Murillo - Camino a Chacaltaya – Ascenso a 5395 m.s.n.m.- camino a Valle de la Luna – almuerzo- visita al Valle de la Luna – Retorno a la Ciudad de La Paz.

### **INCLUYE**

Recojo de hotel (horario según la ubicación del hotel, del otro lado esperar en las puertas del hotel plaza)

Transporte turístico

Guía especializado

### **NO INCLUYE**

Alimentación (desde 15 a 30 Bs)

Entradas 30.- Bs (Chacaltaya 15.-BS y Valle de la Luna 15.-BS.).

Bebidas extra

Suvenires



## SALAR DE UYUNI Y LAGUNAS DE COLORES 3 DIAS Y 2 NOCHES

**DIA 1** 10:15 A.M., Visitar al Cementerio de trenes, la procesadora de sal, después de unos minutos llegamos al Hotel de Sal para tomar fotos, y luego el almuerzo en la isla del pescado. Más tarde descansaremos en una casa de sal (dormitorio).

**DIA 2** Pasaremos a visitar las lagunas Cañapa, Hedionda, Chiarcota, e ingresaremos al desierto de Dalí. Para disfrutar de las vistas de las vicuñas, flamencos y Vizcachas. En el camino también observaremos el famoso árbol de piedra. Nos alojaremos cerca de la Laguna Colorada. (Dormitorio).

**DIA 3** 05:00 AM visita “El Sol de Mañana” lugar donde podrá apreciar géiseres y fumarolas. Luego iremos rumbo a las aguas termales para después disfrutar de un delicioso desayuno. Después visitamos la laguna verde la cual está en la base del volcán

Licancabur. Retorno a Uyuni y Llegada aproximada 18:00 PM.

### El tour incluye:

2 noches de hospedaje en dormitorios.

2 almuerzos, 2desayuno 2cenas

El transporte desde el principio hasta el final del Tour en un 4X4 (6 TURISTAS)

CHOFER – GUÍA EN ESPAÑOL

### No incluye:

Cuota de admisión para para la isla del Pescado 30 bs y 150 para el parque

Agua, snacks , ducha (10bs). Lentes de sol (esenciales en el salar) bloqueador solar, sombrero, papel, linterna, ropa de abrigo (lana / polar, corta vientos y ropa de dormir) traje de baño, suficiente dinero en efectivo, ya que no hay cajeros automáticos en Uyuni.

**NOTA:** Se realiza ofrece tours de 1 día, 2 días y una noche, 3 días y 2 noches y Transfer a San Pedro de Atacama.



<b>TOUR PAMPAS 3 DIAS Y 2 NOCHES</b>	<b>TOUR JUNGLE 3 DIAS Y 2 NOCHES</b>
<p><b>DIA 1</b> 9:00 am. Recorrido en Jeep a Santa Rosa – Navegación por el Rio Yacuma- Observación de capibaras, cocodrilos, monos pequeños grandes, aves, tortugas, lagartos- Acomodación en las Cabañas - Navegación por el rio para ver el atardecer- Cena.</p>	<p><b>DIA 1:</b> 9:00 am Rurrenabaque- Rio Beni – San Buenaventura - Navegación por el Rio Beni – estrecho del Bala – Observación de aves – llegada al campamento - Acomodación en cabañas – Almuerzo – Caminata de 3 a 4 horas conociendo plantas medicinales, toxicas- Insectos – Retorno al campamento – Cena – Caminata para observar animales nocturnos.</p>
<p><b>DIA 2</b> Bote para luego entrar a caminar en el pantano para buscar anacondas - Retorna al campamento- almuerzo – buscar a los delfines rosados, se retorna al campamento para la cena. Después salen en el bote hacer un paseo nocturno para ver los ojos de los cocodrilos, capibaras- Retorno al campamento.</p>	<p><b>DIA 2</b> Caminata por la selva de 3 horas aprox. Aprendiendo las propiedades de las plantas. Retorno al campamento – Almuerzo- Por la tarde pueden quedarse en el campamento para hacer artesanías con las semillas de la selva o salir a caminar para aprender sobre las vegetación – Cena – Caminata para escuchar el sonido de la naturaleza en la noche.</p>
<p><b>DIA 3</b> Caminata para ver el Amanecer en las Pampas – retorno al campamento y se toma el desayuno- paseo en el bote para que puedan sacar más fotos de las diferentes clases de animales. Retorno al campamento- almuerzo - bote y después en el jeep hasta Rurrenabaque</p>	<p><b>DIA 3</b> Desayuno – caminata – observación de animales – retorno al campamento- Almuerzo – Retorno a Rurrenabaque.</p>
<p><b>INCLUYE</b></p>	<p><b>INCLUYE</b></p>
<p>2 noches en cabaña con mosquitero</p>	<p>2 noches en cabaña con mosquitero</p>
<p>Energía solar y espacio de cena</p>	<p>Energía solar y espacio de cena</p>
<p>Comida buffet, botella de agua</p>	<p>Comida buffet, botella de agua</p>
<p>Kit de primeros auxilios</p>	<p>Kit de primeros auxilios</p>
<p>Transporte 4x4 Jeep</p>	<p>Transporte 4x4 Jeep</p>
<p>Guía especializado</p>	<p>Guía especializado</p>
<p>Cocinera profesional</p>	<p>Cocinera profesional</p>
<p>Radio de comunicación</p>	<p>Radio de comunicación</p>
<p><b>NO INCLUYE</b></p>	<p><b>NO INCLUYE</b></p>
<p>Ticket de ingreso (150.- bs)</p>	<p>Ticket de ingreso (150.- bs)</p>
<p>Hostal en Rurrenabaque</p>	<p>Hostal en Rurrenabaque</p>



### 5.2.2.2 Tickets de avión y buses

Uyuni	Rurrenabaque	Copacabana
Bus: La Paz-Uyuni-La Paz: (552 km pavimentados y camino de tierra) 10 horas de viaje Trans Omar y Turismo Todo.	Bus: La Paz-RBQ todos los días a hrs: 13:00 p.m. Yungueña  Desde Coroico a Rurrenabaque conexión del tour Biking.	Bus: La Paz – Copacabana cada día, rec ojo desde sus respectivos hoteles. Conexión Copacabana- Puno-Cuzco.
Tren: Oruro-Uyuni cuenta con un moderno y bien organizada estación de tren.	Avión: 2 compañías; Amazonas cada día y TAM, Lunes, Miércoles Viernes.	Vicuña Travel, Titicaca y Diana Tours.

### 5.3 Estrategia de Diversificación Vertical de la oferta turística de paquetes y servicios

Esta estrategia de diversificación vertical implica que la empresa se lanza a desarrollar servicios que tradicionalmente adquiría de terceros y en este caso de otras operadoras de turismo. Para lo cual se organiza tours y paquetes turísticos que son más solicitados por los clientes, y que ofrecen las facilidades de ser operados.

### 5.3.1 Tours Clásicos

Son paquetes que pueden ser organizados y operados por la agencia de acuerdo al número de pax que estén interesados en conocer estos sitios durante su estadía en la ciudad de La Paz.

<p><b>COPACABANA FULL DAY</b></p> <p>7:00 a 8:15 am Recojo desde el Hotel – llegada a las 11:30 Copacabana – dura 15 a 20 minutos City tour – a las 12.30 o 1pm Almuerzo – 1.30pm Bote a la Isla del sol – caminata por la escalinata – visita a la fuente del inca – Templo de Pilcocaina – 4.30pm Bote a Copacabana - Retorno a La Paz en Titicaca - Llegada a la ciudad de La Paz aprox. 22:30 pm.</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte Turístico (La Paz-Copa-La Paz)</p> <p>Recojo desde hotel (zona central).</p> <p>Guía Especializado y certificado bilingüe</p> <p>Almuerzo Típico (trucha, opcional vegetariano) es en el COFFEE SHOP</p> <p>Bote Estrecho de Tiquina</p> <p>Bote (Copacabana- Isla del Sol-Copacabana)</p> <p><b>NO INCLUYE:</b></p> <p>Entradas 5.- Bs parte sur</p> <p>Suvenires</p> <p>Snacks /Bebidas Extra</p> 	<p><b>COPACABANA 2 DIAS Y 1 NOCHE DIA</b></p> <p><b>DIA 1</b> 7:00 a 8:15 am Recojo desde el Hotel – Copacabana – City tour – Almuerzo – Bote a la Isla del sol – caminata por la escalinata – Visita a la fuente del inca – Templo de Pilcocaina – Check in hotel “Inti Kala” – Cena y descanso para el siguiente día.</p> <p><b>DIA 2:</b> 6:30 am. Caminata al faro de la Isla – Desayuno – Caminata hacia la parte norte de la Isla del Sol – Chincana – mesa ceremonial – restos arqueológicos – Almuerzo – Bote a Copacabana - Retorno a La Paz - Llegada a la ciudad de La Paz aprox. 22:30 pm.</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte Turístico (La Paz-Copacabana-La Paz)</p> <p>Recojo desde hotel (zona central)</p> <p>Guía Especializado y certificado bilingüe</p> <p>Alimentación completa (2 almuerzos´ - 1 desayuno – 1 cena)</p> <p>Bote (Estrecho de Tiquina e Isla del Sol)</p> <p>Hospedaje (Hotel Inti Kala, en Yumani)</p> <p><b>NO INCLUYE:</b></p> <p>Entradas 5.-Bs parte sur / 15.-Bs. parte Norte</p> <p>Suvenires</p> <p>snacks/Bebidas Extra</p> 
--	---

<p><b>HUAYNA POTOSÍ FULL DAY</b></p> <p>08:00 am. Viaje de 1 hora y media aproximadamente - Pista de ski de Chacaltaya - Cementerio y laguna de “Milluni” Almuerzo - salida hacia la zona de prueba de equipos de montaña – Fotos en la Nieve y el Glacial – retorno en nuestro transporte privado a la ciudad de La Paz.</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte , box lunch, Guía de Montaña</p> <p><b>NO INCLUYE:</b></p> <p>Lentes de sol, Ropa abrigada, Guantes normal</p> <p>Agua personal, Chocolates y otros no mencionados.</p>	
<p><b>SORATA FULL DAY</b></p> <p>Recojo del hotel – Ciudad del Alto - Achacachi – Sorata – City Tour - Almuerzo – Gruta de San Pedro – Retorno a la Ciudad de La Paz aprox. 18:00 pm.</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte privado</p> <p>Guía</p> <p>Almuerzo</p> <p>Visitas a la Gruta de San Pedro</p> <p>Ticket ingreso</p> <p><b>NO INCLUYE:</b></p> <p>Bebidas extras</p> <p>Souvenirs y otros no especificados</p>	<p><b>COROICO FULL DAY</b></p> <p>Recojo del hotel (transporte público) - Villa Fátima – la Cumbre – Coroico – Almuerzo – Tres cascadas – Visita a las plantaciones de Coca y cafetales – City tour – Retorno a la Ciudad de La Paz aprox. 20:30 pm. (Trasporte público).</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte público (ida y retorno)</p> <p>Guía</p> <p>Almuerzo</p> <p>Visitas a las cascadas</p> <p><b>NO INCLUYE</b></p> <p>Entrada a las cascadas 2.- Bs</p> <p>Bebidas extras</p> <p>Souvenirs y otros no especificados</p>



### **5.3.2 Tours implementados**

#### **5.3.2.1 Trekking**

El senderismo permite al viajero adentrarse en la naturaleza a través de caminatas tranquilas pero con diferente nivel de dificultad. Esta actividad no es considerada un deporte extremo pues es una actividad que puede ser practicada inclusive por niños y personas de la tercera edad, siempre y cuando el camino o sendero que se recorra no sea uno de gran dificultad. El equipo necesario para realizar esta actividad es el siguiente: vestimenta cómoda y acorde al clima, zapatos cómodos, preferiblemente botas para caminar, sombrero, carpa y bolsa de dormir, alimentos y utensilios (únicamente los necesarios) y una botiquín de primeros auxilios.

En Bolivia existen senderos y caminos que son recorridos y que son sumamente reconocidos como el famoso Camino del Inca. Este cuenta con tres diferentes tramos importantes que son el Takesi, Choro y Yanacachi. El Takesi, es un camino que tiene una duración de aproximadamente un día y medio, y parte desde la ciudad de La Paz con destino a Yanacachi en Sud Yungas. El siguiente tramo más largo es conocido como el Choro y tiene una duración de entre tres y cuatro días. De la misma manera parte de la ciudad de La Paz con destino a Coroico en Nor Yungas. El último tramo es conocido como el Yunga Cruz y tiene una duración mucho más larga. Esta caminata dura alrededor de siete días y se precisa de mucho más equipo para realizarlo.

### TAKESI 3 DIAS Y 2 NOCHES

**DIA 1** Recorrido en transporte hasta MINA SAN FRANCISCO (2 horas), caminata por APACHETA (a una altitud de 4800 msnm). Tiempo aproximado: 1 hora y media de caminata. 12: 30 Llegada a LAGUNA. Lugar de almuerzo. Luego nos dirigimos a PUENTE DE TAKESI (3500 msnm) para descansar la primera noche (área de camping).

**DÍA 2** 07: 00 Empezamos la caminata a CACAPI (2900 msnm), lugar de almuerzo. Luego seguimos hasta llegar a CHOJLLITA para descansar.

**DÍA 3** 08: 00 Empieza la caminata hacia MINA CHOJLLA (2200 msnm). Lugar de almuerzo y final de trekking (11: 00). Retorno a La Paz en transporte público (CHOJLLA – LA PAZ, 3 hrs).



#### INCLUYE:

- Transporte privado La Paz – Choquekhota
- Transporte público Chojlla - La Paz
- Guía de trek
- Comidas durante el tour
- Porter
- Kit de primeros auxilios
- Equipo de Camping

#### NO INCLUYE:

- Sleeping bag
- Agua
- Bebidas
- Ticket de entrada 30.- Bs.

<p><b>Choro</b></p> <p>DIA 1 Empieza el trekking bajando hacia SAMANAPAMPA 2 horas de caminata a una altitud de 3900 msnm lugar donde se almuerza..01:00 pm Hacemos el recorrido hacia Chucura (3600.msnm) donde se realiza el registro de turismo y el pago de una entrada al Parque Nacional, el costo es de 20 bs por persona. Continuamos bajando durante 2 horas hacia camping de Challapampa ubicado a 2800 msnm donde pasaremos la primera noche.</p> <p>DÍA 2: 7:00 am Empezamos una caminata de 2 a 3 horas sendero bajada. Continuamos 1 hora en camino normal hasta llegar a San Buena Vista, ubicado a 2100 msnm. 12:30 hrs. descanso y almuerzo. Continuamos 3 hrs de caminata hasta San Francisco, lugar de camping para la segunda noche horas 05:00 pm.</p> <p>DÍA 3: 7:00 am. Empieza la caminata de 3 horas hasta Santillani, ubicado a 2000 msnm. Luego de un descanso nos dirigimos a Chairo, ubicado a</p>	 <p>1300 msnm donde almorzamos. Final del trekking, donde nos espera el transporte público para trasladarnos hacia Coroico (1 hora).</p> <p><b>INCLUYE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte privado 4x4 privado</li> <li>Guía de trek Hispanoparlante</li> <li>Comidas durante el tour</li> <li>Kit de primeros auxilios</li> <li>Equipo de Camping</li> </ul> <p><b>NO INCLUYE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Botella de Agua personal</li> <li>Mochilla</li> <li>Bolsa de dormir</li> <li>Otros no mencionados</li> </ul>
---	--

### 5.3.2.2 Escalada

Este deporte se lleva a cabo en montañas rocosas o en nevados y glaciales. La escalada es una de las actividades más peligrosas pues además de estar suspendidos con arneses y cuerdas a muchos metros de del suelo. Las condiciones naturales del entorno pueden ser engañosas y peligrosas. La escalada en montañas rocosas no sufre una amplia variación de temperatura como las sufren los nevados o glaciales. Al escalar montañas nevadas o glaciales, es preciso hacerlo al sentir el sol, durante la noche y en tempranas horas de la madrugada cuando aún no ha salido el sol. Cuál es el motivo de ello, pues, el sol y sus fuertes rayos, alcanzan las montañas y empiezan a derretir la nieve y el hielo. Escalar cuando no hay nos permite contar con un entorno

mucho más seguro, sin correr el riesgo que el suelo bajo nuestros pies este derritiéndose o cayendo. El equipo que se requiere para practicar este deporte es: arnés, pies de gato, casco, cuerdas, cordones y cintas. Mosquetones, frenos, fijaciones, vestimenta de acuerdo al clima, guantes, lentes de sol con protección solar y gorro de nieve.

La escalada en nieve y hielo se realizan en la cordillera de los Andes en nevados como el Illimani y el Huayna Potosí es el nevado más recorrido para este tipo de actividad y anualmente lo visitan muchos turistas.

<b>HUAYNA POTOSÍ 2 DÍAS Y 1 NOCHE</b>	<b>HUAYNA POTOSÍ 3 DÍAS Y 2 NOCHES</b>
<p><b>DIA 1</b> 08:00 am. Prueba de los equipos de montaña - Viaje de 1 hora y media aproximadamente - Pista de ski de Chacaltaya - laguna de “Milluni”- Almuerzo - salida hacia el campo alto a 5300.mts.s.n.m – Campo alto (refugio a 5300 m.s.n.m) – Cena – Pernocte.</p> <p><b>DÍA 2</b> Escalada e inicio de la ascensión hasta la cumbre que es de seis a siete horas aproximadamente de caminata y escalada (6.088 m .s .n .m), para poder observar la maravillosa vista del altiplano, de la cordillera real y del lago Titicaca. Seguidamente, luego de visitar la cumbre retorno al refugio- Almuerzo y retorno en nuestro transporte privado a la ciudad de La Paz.</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte La Paz – Refugio - La Paz.</p> <p>Guía de Montaña certificado por (ENSA)</p> <p>Cocinero</p> <p>Porteadores.</p> <p>Alimentación Completa.</p> <p>Equipo de Montaña (Carpas, Matras, Helmet, Granpones, Zapatos de Climbing, Pantalón y Chaqueta de Lluvia, Cuerdas, Piolet).</p> <p><b>NO INCLUYE:</b></p>	<p><b>DIA 1</b> 08:00 am. Prueba de los equipos de montaña - Viaje de 1 hora y media aproximadamente - Pista de ski de Chacaltaya - laguna de “Milluni”- Almuerzo - salida hacia el campo alto a 5300.mts.s.n.m.caminata de 3 a 4 horas aproximadamente, descanso en el segundo Refugio Huayna Potosí - Posteriormente cena y pernocte.</p> <p><b>DÍA 2</b> 9:00 a.m. Desayuno y descanso por la mañana – Almuerzo – Salida del campo Base del Huayna Potosí – Caminata sobre roca y nieve (de 3 a 4 horas) –Campo Alto (refugio a 5300 m.s.n.m.) Posteriormente cena y pernocte.</p> <p><b>DÍA 3</b> 01:00 am Escalada e inicio de la ascensión hasta la cumbre que es de seis a siete horas aproximadamente de caminata y escalada (6.088 m .s .n .m), para poder observar la maravillosa vista del altiplano, de la cordillera real y del lago Titicaca. Seguidamente, luego de visitar la cumbre retorno al refugio II, descenso al refugio I. Almuerzo y retorno en nuestro transporte privado a la ciudad de La Paz.</p> <p><b>INCLUYE:</b></p> <p>Transporte La Paz – Refugio - La Paz.</p> <p>Guía de Montaña certificado por (ENSA)</p> <p>Cocinero</p>

Bolsas de dormir

Lentes de sol.

Ropa abrigada

Guantes normal

Mochila (60litros o más).

Mochila pequeña (5 litros o más).

Linterna frontal

10 Bs para el ingreso

2 litros de agua personal

Chocolates y otros no mencionados.



Porteadores.

Alimentación Completa.

Equipo de Montaña (Carpas, Matras, Helmet, Granpones, Zapatos de Climbing, Pantalón y Chaqueta de Lluvia, Cuerdas, Piolet).

**NO INCLUYE:**

Bolsas de dormir

Lentes de sol.

Ropa abrigada

Guantes normal

Mochila (60litros o más).

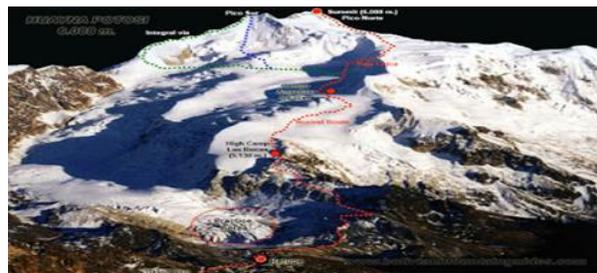
Mochila pequeña (5 litros o más).

Linterna frontal

10 Bs para el ingreso

2 litros de agua personal

Chocolates y otros no mencionados.



## 5.4 Tour Biking - Death Road

El Biking es una de las actividades del turismo de aventura más demandadas y practicadas en Bolivia. Consiste en un recorrido natural en una bicicleta de montaña portando todo el equipo de seguridad. Es una actividad que se practica en territorios naturales y los niveles de dificultad varían en función al territorio donde se practiquen. El equipo que se necesita para practicar el biking son: bicicleta de montaña, casco, rodilleras y coderas, guantes (no muy gruesos), vestimenta acorde al clima donde se practique esa actividad.



 The Death Road-El Solario

### 5.4.1 Características del Tour Descenso en Bicicleta

El tour Death Road que es operado por la agencia de viajes y Tour operadora El Solario por más de una década y como consecuencia de este tiempo el equipo se ha ido desgastando y sufriendo desperfectos en las bicicletas, demandando por ende repuestos y el adecuado mantenimiento, así también el equipo de protección (casco, coderas, rodilleras y guantes) y la vestimenta (casaca, pantalón y chamarra). El taller de bicicletas es donde se realizaba el mantenimiento respectivo a las bicicletas de forma constante y el mecánico determinaba la disponibilidad de acuerdo al arreglo o estado de cada bicicleta. Y las prendas de vestir eran reforzadas de forma periódica por un sastre que hacía los arreglos necesarios.

### 5.4.2 Acciones implementadas para mejorar el tour Descenso en Bicicleta

Después de haber identificado los aspectos que se debían cambiar para mejorar el servicio para así incrementar las ventas. Revisando los equipos e implementos de protección y viendo la necesidad de renovar los equipos de protección y las bicicletas, que por el uso han sufrido desgaste. Se verifica que ya era tiempo de invertir en la renovación de las bicicletas y los equipos

de protección. Y se va adquiriendo en dos lotes de 7 y 14 unidades de bicicletas nuevas marca KONA de doble suspensión junto al mismo número de los equipos de protección (casco full face, coderas, rodilleras y guantes). Que fueron de conocimiento de las agencias de viajes y turismo que comercializaban el tour Death Road. (ANEXO B)

Estos aspectos influyen en la imagen y la calidad del servicio que se brinda que repercute en la preferencia de los turistas y el crecimiento de la competencia con similares características en el servicio. Varios guías de biking han optado por abrir sus propias agencias operadoras en el tour Death Road y ofertando este servicio a los intermediarios al mismo precio neto con la diferencia que eran bicicletas y equipos nuevos.

#### **5.4.2.1 Organización del Tour Privado Death Road**

La adquisición de nuevas bicicletas y equipos de protección, permitió implementar tours privados de acuerdo al requerimiento de los turistas, por lo que se organiza con una hora de antelación para iniciar el tour por la Carretera de la Muerte. Programando de acuerdo a la disponibilidad de tiempos de los turistas para que puedan disfrutar del tour. Varios están con un tiempo limitado por lo que no acceden a tomar tours compartidos con un itinerario definido. Al contar con el transporte y guías los tours privados se pueden organizar de acuerdo al requerimiento del cliente con variantes en el itinerario (hora de inicio y las paradas que se pueden realizar de acuerdo a las posibilidades del tiempo).

La ubicación estratégica de la agencia cerca de establecimientos de hospedaje de distintas categorías como son hoteles de 5 estrellas, residenciales, hostales entre otros; contribuye a captar clientes que desean realizar el tour. Además conforme a la renovación del equipo de protección y bicicletas es más factible el disponer de equipo para brindar un servicio de calidad.

Al registrar los datos de los turistas, se solicita dejar una dirección de correo electrónico al cual enviar un link de las fotografías y videos que serán guardados en google drive o dropbox, por el cual se puede subir y transferir archivos a la nube y compartirlos. También se suben las fotografías y videos a la página de Facebook de la agencia, donde los turistas pueden descargar de acuerdo a la fecha del tour. Esta modalidad de envío y almacenaje de las fotografías es más practico esta opción a la del cd que se proporcionaba después del tour.

<b>Organización del Tour Death Road: Tour Privado</b>		
1.- Transporte	✓	Buscar y confirmar
2.- Guía	✓	Buscar y confirmar
3.- Cargar las bicicletas al minibús	✓	El conductor y el guía
3.- Snacks (Agua, chocolate, )	✓	Confirmar número de paxs
4.- Vestimenta y equipo de Protección	✓	Preparar y seleccionar para cada pax
5.- Recojo de Hotel de los Turistas	✓	El guía los recoge desde su hotel.
6.- Retorno al Hotel de los Turistas	✓	El guía los dirige a su hotel o terminal de buses.

## **5.5 Ventas Personales**

### **5.5.1 Atención al cliente**

La atención al cliente es también conocido como servicio al cliente que se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. Los turistas que visitan la agencia de viajes y tour operadora El Solario reciben toda la información requerida de manera eficaz y amable por parte del personal counter, reforzando la empatía para dilucidar dudas y preguntas que tiene el cliente que se encuentran lejos de su país de origen.

Lo que se vende en turismo son experiencias que buscan el turista local y extranjero, por lo cual tener a la mano atractivos turísticos que puedan ser de interés del turista es fundamental para cerrar ventas. Mismas que son gestionadas para brindar servicios de calidad, que pueden o no ser operados por la misma agencia, pero que deben ser garantizados de acuerdo a lo expuesto al consumidor.

### **5.5.2 Ventas Directas**

Las ventas directas son las que realiza directamente el prestador de los servicios turísticos al consumidor, sin que medie ninguna otra empresa en dicha venta. Siendo el punto de venta la

agencia de Viajes y Tour operadora la responsable de captar y comercializar servicios y paquetes turísticos. El personal encargado de la atención al cliente, brindar información y cerrar ventas es el Counter. Para lo cual se debe contar con la información, folletos y soporte tecnológico con lo cual pueda exponer e informar a los clientes y potenciales clientes vía correo electrónico, siendo capaz de conversar, explicar y persuadir a los clientes para optar por un servicio o paquete turístico que está ofertando la agencia de viajes.

### **5.5.3 Herramientas para la atención al cliente**

Para facilitar la atención al cliente y exponer lo mejor posible los paquetes y servicios turísticos que coadyuven a cerrar ventas, se requiere el internet, el uso de medios audiovisuales y folletos que permitan la presentación de paquetes y servicios turísticos de forma amplia para captar a turistas que les interesa lugares como Copacabana, Tiwanaku, Salar de Uyuni y Amazonia.

Asesoramiento de los lugares y sitios a los cuales no se daban la promoción y énfasis para que puedan comprarlos de la agencia como una alternativa al consumidor. Al brindar información y variedad de datos de los servicios y paquetes turísticos ayudamos al cliente para decidir. Mismos que son producto de contar con información y una base de datos de operadores turísticos y profesionales del área, para que el personal de contacto tenga conocimiento de atractivos turísticos que pueden ser ofertados y provistos a los turistas

#### **5.5.3.1 Internet**

El internet es una herramienta importante para estar en contacto con los turistas y dar a conocer los servicios que oferta la agencia. Brinda un espacio donde el turista puede obtener información pertinente y rápida para organizar sus vacaciones. Muchas empresas han optado por las redes sociales para promocionarse y llegar a un público que está en constante crecimiento por los adelantos tecnológicos y la facilidad en los precios. Y de esta forma incrementar las ventas al estar en contacto de forma constante con los clientes potenciales que se vuelven clientes reales al cerrar la venta.

Para la agencia es también una forma de contactarse con operadores turísticos con los que se puede trabajar de forma conjunta al comercializar los paquetes turísticos que ofertan a cambio de una comisión. Como se expuso el tour de Death Road enfrenta temporadas altas y bajas

durante el transcurso del año, además de la creciente competencia ha disminuido el tamaño de los grupos que se maneja y por ende los ingresos. Y al contar con una oferta turística de servicios y paquetes turísticos y comercializarlo de forma efectiva se logra tener ingresos sustentables. Para lo cual el internet es un soporte tecnológico que coadyuva a promocionar los paquetes y servicios turísticos de la agencia que en un principio contaba con una página Web al que no se dio seguimiento adecuando para mantenerlo vigente. Ahora la red de Facebook y el correo electrónico son los medios por el cual la agencia logra estar en contacto con el público.

### 5.5.3.2 Agenda de operadores turísticos

Para brindar información idónea y real de los servicios o paquetes que se brinda se debe contar con el material de apoyo que coadyuve a responder a las interrogantes de los clientes. Por tanto una agenda de los prestadores de servicios turísticos como ser operadores de turismo, establecimientos de Hospedaje, transporte, guías, restaurantes, etc., es muy importante para contratar sus servicios o con los que se determina trabajar de forma constante. Esta debe ser actualizada y revisada para tener proveedores de servicios y paquetes turísticos que los turistas solicitan al visitar la agencia u opciones que se le puede brindar. Esta agenda en formato digital Microsoft Excel que permite tener una clasificación adecuada de los servicios y paquetes que son ofertados por estas empresas. Así también de los guías de acuerdo a su especialidad como ser biking, senderismo o tours clásicos. El transporte de acuerdo a la capacidad de pax y modelos de los vehículos como minibuses, coasters o minivan.

#### GUIAS

#### TRANSPORTE

GUIAS BIKIING		TRANSPORTE			
NOMBRE	CEL:		NOMBRE	CEL	
EDGAR MOLLO	79513064	71974467	SERAFIN DELGADILLO	74008779	2863227
	70547762		SANTOS FLORES	71282847	73077822
MODESTO	75871611		MIGUEL CHOQUE	71509006	
LUIS (PRIMO DE EDIL)	60659751	60651822	BORIS BARTALAMA	79158208	

#### HOSPEDAJE

#### AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

HOTELES			AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO		
HOTEL CALACOTO	2774600	2152524	A		
HOTEL TORINO	2406003	2407456	ANDEAN SECRETS	22440994	70679300
SAJAMA	2453302	2453442	ALL TRANSPORT	22316759	76741945
HOSTAL ANANAY	2906507	70612026	ARCO TRAVEL	2314890	70653176
HOSTAL NAYA INN	2311970	2311836	ANDEAN BASE CAMP	2463782	73541860
ALEM	2367400		ARCO TRAVEL	2314890	70653176
ALSIGAL	72503357		B		
AUSTRIA	2408540		BARRO BIKING	2315526	
MARTHA	72085639		BEAUTY TOURS BOLIVIA	2901035	76214632
FRANCISCO	60143999		BOLIVIA AUTENTICA	2900125	
ARTIST GUEST HOUSE	2281439		BOLIVIA CAMINO REAL	2460079	67346882
ASTORIA	2483861		BOLIVIA PACHAMAMA	2318287	2456375

Los establecimientos de Hospedaje clasificados por Hoteles, Hostales, Residenciales y Alojamientos como prestadores de servicios que requiere el turista para descansar en los lugares que visita, como por ejemplo Copacabana donde existe una variedad para elegir. Para operar el tour biking era vital tener la lista de números de los distintos establecimientos de hospedaje para saber la ubicación exacta para recoger a los pax y disponer el recorrido de acuerdo a las distancias que se encuentran en la ciudad.

### 5.5.3.3 Material audiovisual

Se fue recolectando de las distintas operadoras de turismo fotografías y videos de los paquetes que ofrecen y de esta forma se desarrolló presentaciones de Diapositivas de PowerPoint donde se muestra las imágenes del atractivo turístico y las características de los servicios de transporte, hospedaje y alimentación dentro del paquete turístico ofertado. Además de los videos que se tiene de los tours que permite transmitir una parte de la experiencia de viaje. Son videos cortos como resumen de los paquetes y atractivos turísticos, mismos que el turista puede observar para decidir optar o no por el paquete.

### 5.5.3.4 Folletos y posters

Adicional al material audiovisual, también se contaba con folletos (dípticos y trípticos) y mapa turístico de la ciudad que fueron proporcionados por operadoras de turismo con las que se trabajó de forma conjunta. También se tenía fotografías del archivo de fotos de viaje del



Viceministerio de Turismo y posters de atractivos turístico como eran del Parque Nacional Madidi, Lago Titicaca, Nevado Huayna Potosí, Tiwanaku, Salar de Uyuni, etc.; estos fueron de gran importancia para brindar información de los paquetes y lugares que se pueden visitar,

puesto que los videos y fotografías atrapan la atención e interés de los turistas que se quedan maravillados con la variedad de paisajes y atractivos que cuenta Bolivia.

El Viceministerio de Turismo ha producido posters y dípticos que pueden ser solicitados por los operadores turísticos como una herramienta para mostrar la los atractivos turísticos y de esta forma dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros del patrimonio turístico que ofrece Bolivia.



## 5.6 Participantes en la prestación del servicio

El personal es esencial para la consecución de los objetivos planteados sobre todo cuando se trata de la prestación de servicios. En el área de turismo tenemos a los Counters, los guías de turismo, personal de transporte, hospedaje y alimentación.

- Counters en el punto de venta, son los que están en contacto con el cliente y se debe dirigir acciones para capacitar y mejorar el rendimiento. Facilitando toda la información pertinente y el trato adecuado a los clientes que son la prioridad para la empresa.
- Guías de Turismo que acompañan en los tours y viajes de los turistas siendo un entusiasta anfitrión que está dispuesto para brindar hospitalidad a clientes (turistas nacionales y extranjeros). Según Martínez (2012; p5) “este interpreta el patrimonio y bienes de interés cultural, espacios naturales y otros bienes del ámbito de actuación a turistas y visitantes”.
- Operadoras de turismo siendo empresas dedicadas a prestar paquetes turísticos que lo venden de forma directa o a través de intermediarios. En este caso la empresa fue trabajando de forma constante con agencias operadoras e intermediarias de forma simultánea quienes nos endosan el tour biking y nosotros los servicios que estos prestan, como por ejemplo empresas que brindan el servicio de transporte turístico compartido como son Vicuña Travel, Titicaca Tours, Diana Tours, Andes Expedition y otros. También operadoras que brindan paseos o tours el caso de Maya Tours o Búhos Tours, Salar Camel Travel, Fluvial Tours, Huayna Potosí, etc., siendo intermediarios de estos para la comercialización de paquetes turísticos a cambio de una comisión.
- Proveedores de servicios turísticos como son Transporte, Hospedaje y Alimentación; con los que se trabaja para prestar paquetes y servicios turísticos de acuerdo al requerimiento de los turistas.

# **CAPITULO VI**

## RESULTADOS

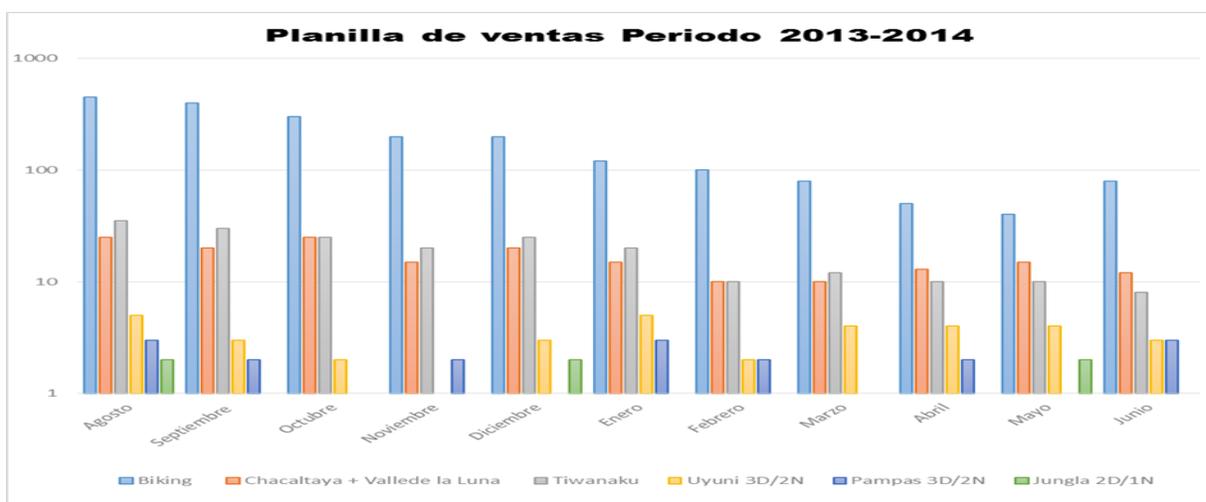
### 6.1 Descripción de los resultados obtenidos

La agencia de viajes y tour operadora El Solario, siguiendo la estrategia de diversificación horizontal y vertical de la oferta turística de paquetes y servicios turísticos ha logrado incrementar los ingresos por concepto de ventas de paquetes y servicios, al obtener ganancias netas y comisiones de otras empresas. Para que de esta forma alcanzar una sostenibilidad de ingresos a lo largo de las temporadas altas y bajas que presenta el sector turístico.

#### 6.1.1 Ventas en el Periodo 2013 – 2014

Esta planilla es elaborada con fines didácticos para exponer cuales eran los paquetes comercializados en el periodo 2013-2014.

Planilla de ventas Periodo 2013-2014											
Producto	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Biking	450	400	300	200	200	120	100	80	50	40	80
Chacaltaya + Vallede la Luna	25	20	25	15	20	15	10	10	13	15	12
Tiwanaku	35	30	25	20	25	20	10	12	10	10	8
Uyuni 3D/2N	5	3	2	1	3	5	2	4	4	4	3
Pampas 3D/2N	3	2	1	2	1	3	2	1	2	1	3
Jungla 2D/1N	2	1	1	0	2	1	1	0	1	2	1



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la planilla de ventas del periodo 2013 y 2014, donde el Tour Biking es el principal producto que se comercializa y el que genera mayores ingresos a la agencia desde su incursión en el mercado turístico. El tour Biking por la denominada “Carretera de la Muerte” es muy popular entre los visitantes, muchas compañías de turismo se dedican a comercializar y operar este tour. Además muchos guías de biking han optado por abrir sus propias empresas de turismo para operar el tour Death Road. Este hecho ha producido que exista una creciente competencia y disminuya el flujo de turistas para las empresas operadoras que vienen prestando sus servicios por más de una década.

La Agencia de viajes y Tour Operadora El Solario después de haber renovado las bicicletas, vestimenta y equipos de protección, busco seguir contando con la preferencia de las agencias intermediarias, pero la competencia había captado gran parte de estas al ofrecer similares características del servicio y al haber demorado en tomar medidas para mejorar el servicio que haga frente a la competencia. Como consecuencia disminuyo el tamaño de los grupos que se manejaba para el tour pero permitió prestar atención personalizada a los turistas e ir mejorando el servicio para lograr recuperar la preferencia de las agencias intermediarias.

Realizando una revisión del tamaño de los grupos que manejaba la agencia en temporada alta, el mes de Agosto a Noviembre de 2013 llegaba a un número de 35 a 40 pax por día siendo la capacidad máxima de acuerdo al número de bicicletas y equipo disponible para operar el tour. Se lograba formar estos grupos a través de agencias intermediarias que ofertaban este tour a sus clientes. Para el mes de Diciembre como resultado de la creciente competencia se perdió la preferencia de las agencias intermediarias que optaron por otras operadoras que prestan el servicio. Estas operadoras ofrecían bicicletas y equipos nuevos, además de precios bajos para lograr captar un gran número de agencias intermediarias.

El primer semestre del 2014 el tamaño de los grupos que se tenía era de 14 a 20 pax, endosados por agencias intermediarias y ventas directas en la oficina a los clientes que visitaban o se contactaban vía internet (Facebook y correo electrónico). Para la temporada alta de la misma gestión se adquirieron bicicletas y equipos nuevos para sustituir los antiguos que ya habían cumplido su vida útil. Esto fue dado a conocer a las agencias intermediarias como respuesta a la mejora del servicio que requería para ir recuperando el espacio en el mercado.

### **6.1.1.1 Características del Turista que realiza el Tour Biking**

Los turistas que realizaban el descenso en Bicicleta eran en su mayoría jóvenes y estudiantes de entre 18 y 35 años de edad. También se tenía parejas de jubilados de entre 40 a 55 años de edad, que les atraía el tour por el paisaje que ofrece el recorrido. Se observa que a principios de año llegan turistas procedentes de Korea del Sur, Japón y China que en su mayoría son estudiantes que viajan en grupo, que optaban por el tour para conectar con la Amazonia y el Salar de Uyuni. En este periodo también se registra la llegada de turistas de los países de Argentina, Brasil y Uruguay entre otros que viajan solos o en grupos pequeños de amigos, que buscan visitar la mayor cantidad de atractivos turísticos.

Desde su apertura hasta el 2016, la oficina de la agencia estaba ubicada en la calle Murillo, donde se ubican varios establecimientos de hospedaje donde llegan muchos turistas jóvenes procedentes del Estado de Israel, que se quedaban un largo periodo en el país. En su mayoría adquirirían el tour de biking pero se quedaban en Coroico o compraban pasaje para Rurrenabaque.

Para la temporada Alta en los meses de Agosto a Noviembre se tenía la afluencia de turistas Latinos (Brasil, Colombia, Uruguay y Argentina) y Europeos (Alemania, Francia, España, Portugal, Irlanda) que optaban por realizar el descenso en Bicicleta como una actividad imperdible para disfrutar y conocer el famoso camino a los Yungas. En esta temporada la agencia logra formar grupos grandes pero con mucha dificultad debido a la competencia desleal (los bajos precios) y los conflictos sociales (bloqueo de caminos en el sector de los Yungas) que afectan el desarrollo de la actividad.

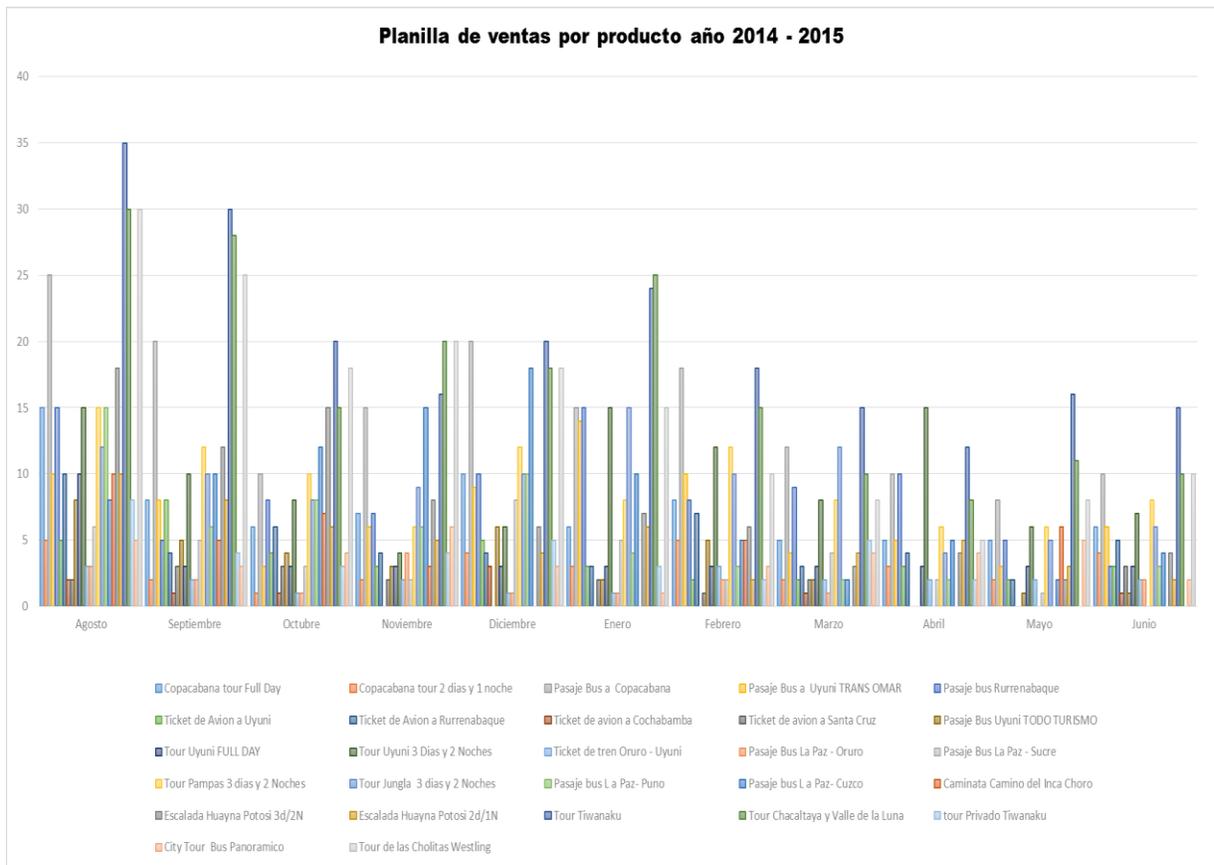
### **6.1.2 Ventas en el periodo 2014-2015**

Al haber identificado la oferta turística de la agencia de viajes y los requeridos por los consumidores, la agencia elaboró paquetes y servicios turísticos que se podían operar de forma directa y también se trabaja con otras empresas de turismo que ofertan sus productos. Los paquetes que se endosan son ofertados después de haber contactado a las operadoras y prestadores de servicios turísticos para obtener información de los servicios y paquetes.

Se logró incrementar las ventas como producto de las acciones implementadas en la agencia de viajes y turismo, aprovechando la ubicación estratégica de la agencia (cerca de Hoteles, atractivos turísticos y operadores de servicios turísticos), la comunicación a través del correo electrónico y el Facebook que se hicieron importantes para promocionar y brindar toda la información requerida por los turistas a través de medios digitales y el trabajo de los encargados de la atención al cliente. Como resultado los ingresos de la agencia ascendieron por las ventas realizadas y las comisiones percibidas por la comercialización de paquetes y tours que se incluyó en la oferta.

A continuación se presenta el cuadro de referencia de las ventas realizadas en el periodo 2014 - 2015, con la implementación de servicios y paquetes turísticos operados por la agencia y endosados a otras empresas de turismo. Esta planilla es elaborada con fines didácticos para mostrar este segundo periodo del año 2014-2015 donde la agencia percibe ingresos por concepto de venta de pasajes de transporte terrestre y aéreo, tours compartidos y tours privados.

<b>Planilla de ventas por producto año 2014 - 2015</b>											
<b>Paquete y Servicio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
Copacabana tour Full Day	15	8	6	7	10	6	8	5	5	5	6
Copacabana tour 2 días y 1 noche	5	2	1	2	4	3	5	2	3	2	4
Pasaje Bus a Copacabana	25	20	10	15	20	15	18	12	10	8	10
Pasaje Bus a Uyuni TRANS OMAR	10	8	3	6	9	14	10	4	5	3	6
Pasaje bus Rurrenabaque	15	5	8	7	10	15	8	9	10	5	3
Ticket de Avion a Uyuni	5	8	4	3	5	3	2	2	3	2	3
Ticket de Avion a Rurrenabaque	10	4	6	4	4	3	7	3	4	2	5
Ticket de avion a Cochabamba	2	1	1	0	3	0	0	1	0	0	1
Ticket de avion a Santa Cruz	2	3	3	2	0	2	1	2	0	0	3
Pasaje Bus Uyuni TODO TURISMO	8	5	4	3	6	2	5	2	0	1	1
Tour Uyuni FULL DAY	10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Tour Uyuni 3 Días y 2 Noches	15	10	8	4	6	15	12	8	15	6	7
Ticket de tren Oruro - Uyuni	3	2	1	2	1	1	3	2	2	2	2
Pasaje Bus La Paz - Oruro	3	2	1	4	1	1	2	1	0	0	2
Pasaje Bus La Paz - Sucre	6	5	3	2	8	5	2	4	2	1	0
Tour Pampas 3 días y 2 Noches	15	12	10	6	12	8	12	8	6	6	8
Tour Jungla 3 días y 2 Noches	12	10	8	9	10	15	10	12	4	5	6
Pasaje bus L a Paz- Puno	15	6	8	6	10	4	3	2	2	0	3
Pasaje bus L a Paz- Cuzco	8	10	12	15	18	10	5	2	5	2	4
Caminata Camino del Inca Choro	10	5	7	3	0	0	5	0	0	6	0
Escalada Huayna Potosi 3d/2N	18	12	15	8	6	7	6	3	4	2	4
Escalada Huayna Potosi 2d/1N	10	8	6	5	4	6	2	4	5	3	2
Tour Tiwanaku	35	30	20	16	20	24	18	15	12	16	15
Tour Chacaltaya y Valle de la Luna	30	28	15	20	18	25	15	10	8	11	10
tour Privado Tiwanaku	8	4	3	4	5	3	2	5	2	0	0
City Tour Bus Panorámico	5	3	4	6	3	1	3	4	4	5	2
Tour de las Cholitas Westling	30	25	18	20	18	15	10	8	5	8	10



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar se implementa paquetes y servicios turísticos como respuesta para ampliar la oferta turística de la agencia de viajes y de esta forma incrementar las ventas. Son paquetes y servicios que pueden ser operados por la propia agencia como son los tours privados que se pueden organizar de acuerdo a los requerimientos de los clientes. Para este caso tenemos las visitas al Lago Titicaca por parte de pax nacionales y extranjeros que son atraídos por la belleza natural que ofrece este atractivo, realizando Copacabana Full Day el que se puede organizar con transporte privado o transporte compartido, que facilita

Las comisiones por concepto de paquetes a la Amazonia y el Salar de Uyuni crecieron debido a la gran demanda por conocer estos lugares, que se comercializaron conjuntamente con tickets de avión y bus para llegar a Rurrenabaque o Uyuni. La disponibilidad de transporte sea terrestre o aéreo generaba que los clientes puedan planificar los tours que estén dentro del tiempo del que disponen. También la venta de pasajes a Copacabana, Puno, Cuzco, etc., y tickets de avión

para Rurrenabaque, Uyuni, Cochabamba, Sucre y Santa Cruz entre los más requeridos, que se ha incluido en la oferta de servicios.

Se ha contactado operadoras de turismo y prestadores de servicios turísticos que trabajen de forma responsable para brindar el servicio del cual la agencia es intermediaria en su comercialización. Que requirió tener la información y costos de los paquetes y servicios que se oferta en la agencia como ser el itinerario, aspectos que incluye y no incluye dentro del precio, que se tiene como apoyo en un manual de los tours y paquetes. Este manual es de uso de los counter o los encargados de atención al cliente para brindar la información requerida por los clientes y de esta forma cerrar ventas que se realizan en la agencia. (APENDICE)

#### **6.1.2.1 Tour Biking**

Con respecto al tour Biking que disminuyo el tamaño de los grupos que se manejaba debido a la competencia y también factores externos que afectan el normal desarrollo de la actividad como son los bloqueos o conflictos sociales que desarrollan una imagen de inseguridad y perdidas al sector turístico. Debido a que se deben cancelar los tours y esperar a que se solucione los problemas que se generan por demandas sociales. Además de la demanda creciente que ofrece similar servicio por contar con personal de experiencia y que varios trabajaron para la agencia, se fue descuidando la cartera de clientes que eran las agencias que endosaban a la agencia, que se fue subsanando pero que ya se había reducido. Por lo que operar tours privados trajo consigo la oportunidad de mejorar el servicio e ir trabajando constantemente en la revisión del servicio. Y finalmente se fue captando otras agencias operadoras de otros departamentos que nos endosaban grupos para el tour Carretera de la Muerte, que se contactaban con nosotros por correo electrónico o vía telefónica.

Finalmente, como una agencia de viajes y tour operadora que genera ingresos y egresos por conceptos de gastos de operación y gastos administrativos debe ser competitiva y sostenible durante todas las temporadas que atraviesa el sector turístico. Por tanto revisar los problemas o contratiempos que afectan de forma directa al desarrollo de la empresa debe ser fundamental. Y por lo que se fue observando y desarrollando acciones que coadyuvaron a mejorar los ingresos por concepto de ventas en la agencia que opera desde sus inicios el Tour Carretera de la Muerte, muy popular y requerido por el turista nacional y extranjero, que debido al crecimiento de la

competencia que se dedican a prestar el mismo servicio la agencia de viajes y tour operadora El Solario se dedicó a generar ingresos que están dentro del área turística como son las comisiones por venta de tickets de transporte terrestre y aéreo, venta de paquetes organizados por la agencia, además de los endosados a otras operadoras. Por la creciente demanda de destinos como son la Amazonia, Uyuni, entre otros, se trabajó con operadoras responsables y con experiencia.

# CAPÍTULO VII

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- El desarrollo de la actividad turística requiere de conocer el área e implementar alternativas que puedan mejorar el rendimiento de las empresas turísticas por su importancia en el manejo más constante de pasajeros a nivel nacional e internacional.
- La formación turística de los recursos humanos requiere del acompañamiento de la práctica en el área del modo que este sea provechoso y enriquecedor para el futuro profesional en turismo.
- Las empresas de turismo enfrentan muchas dificultades propias de la actividad como son las estacionalidades de las temporadas, los fenómenos sociales entre otros que afectan su rendimiento e ingresos que repercuten en el efecto multiplicador y el empleo que generan dichas empresas.
- Las agencias de viajes y turismo como parte de la competitividad y calidad de estas deben renovarse e implementar medidas que vayan a la par de las necesidades del mercado turístico.
- El crecimiento de la actividad turística de acuerdo a las necesidades de los viajeros ha hecho que esta actividad vaya implementando servicios y paquetes turísticos cada vez más variados y personalizados en la medida que los gustos y preferencias son cada vez más complejos.
- Es importante definir el público objetivo para desarrollar e implementar herramientas del marketing turístico que coadyuven a promover paquetes y servicios turísticos a nivel nacional e internacional.

## 7.2 Recomendaciones

- Desarrollar el estudio de las agencias de viaje y operadoras de turismo a nivel La Paz para incrementar la competitividad y crecimiento de los servicios y paquetes turísticos conforme a la demanda turística.
- La promoción y el posicionamiento son factores importantes y están relacionados entre estas para conseguir que la empresa pueda mantenerse en la preferencia de los clientes.
- Se debe trabajar para un reposicionamiento frente a una competencia creciente y que se hace más similar al servicio que prestamos.
- Capacitación al personal de operadores turísticos en técnicas de venta y atención al cliente para lograr los objetivos y metas de la empresa operadora de turismo.
- Fortalecer la formación de recursos humanos en el área de marketing y diseño de productos turísticos que coadyuven a potenciar y aprovechar los atractivos turísticos de forma sustentable.
- Insertar de forma activa la participación de las agencias de viajes y operadoras turísticas en los planes de desarrollo turístico en las instancias a nivel municipal, departamental y nacional.
- Posicionar el papel de las agencias de viajes y operadoras turísticas para la promoción y comercialización de servicios y paquetes turísticos que incluyen la puesta en valor de atractivos turísticos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ACERENZA, M. A. (1996) “Promoción Turística” Sexta edición Trillas, México Pág. 166

ARIAS, Dorys (2006) “Teoría del Turismo análisis comparativo” Deposito Legal N° 1-451-2006 La Paz-Bolivia Pág.92-94

EAE Business School Harvard Deusto “Diversificación empresarial: definición, tipos y ejemplos” <https://fretos-directivos.eae.es>

GÓMEZ, Marcelo M. (2006) “Introducción a la Metodología de la Investigación Científica” 1ª ed., - Brujas, Córdoba- Rep. Argentina. Pág.65-68

KOTLER, Philip, BOWEN, John y MAKENS, James (2004) “Marketing para Turismo” Tercera edición, Pearson Prentice Hall Madrid España, Pág. 6

LEY N° 292 (2012) “Ley General de Turismo Bolivia te espera” Promulgada el 2012 Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia Pág.10 (Documento PDF en [www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo](http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo))

MINISTERIO DE CULTURAS - VICEMINISTERIO DE TURISMO (2012) “Directorio de Prestadores de Servicios Turísticos 2012-2013”, La Paz- Bolivia Pág. 51

PAYME, Adrián (2000) “La esencia de la Mercadotecnia de Servicios” Prentice Hall México Pág.: 119-120

SAAVEDRA, E. (2004). “Promoción Turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca” Primera edición, Fundación PIEB, La Paz- Bolivia, Pág. 15

SANDOVAL, M. (2009) “Turismo de Aventura”, Artículo “Terapia de Aventura: Terapia a través de la Adrenalina” Revista de Turismo N° 22, Revista publicada por el Instituto de Investigación Consultoría y Servicios Turísticos. Depósito Legal: 4-3-82-09 Pág.: 25-36

# **ANEXOS**

## ANEXO A

### OFFICIAL BOOKING FORM

FECHA TOUR:.....		LIBRO DE RESERVA				TYPE OF BIKE			N° HOJA: 1.....	
PAX	NAME	NATIO	N°PASSPORT	HOTEL	VEG/HEIGHT	KONA	FULL	FRONT	ENDOSADO POR	N°VOUCHER /FACTURA
		NALITY							POINT OF SALE	
1					VEGETARIAN?					
					HEIGHT:					
2					VEGETARIAN?					
					HEIGHT:					
3					VEGETARIAN?					
					HEIGHT:					
4					VEGETARIAN?					
					HEIGHT:					
5					VEGETARIAN?					
					HEIGHT:					
					HEIGHT:					
<b>OBSERVACIONES:</b>										
<b>N°PAX SOLO TRANSPORTE..</b>										

## ANEXO B

### CARTA PARA AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

La Paz 20 Mayo del 2015

Señores:

Presente.-

Mediante la presente les informamos que desde la fecha se registrá con la nueva escala de precios en el Servicio de Ciclismo de Aventura hacia la localidad de YOLOSA, incrementando las **NUEVAS** bicicletas de marca **KONA 2015 doble suspensión de frenos hidráulicos a disposición a partir de la fecha.**

<u>Tipo de Bicicleta</u>	<u>Precio Neto</u>	<u>Precio de Venta</u>
<b>KONA Full Suspension Frenos Hidráulicos 2015</b>	<b>400 Bs.</b>	<b>450 Bs.</b>
<b>IRON HORSE Full Suspension Frenos Hidráulicos</b>	<b>350 Bs.</b>	<b>400 Bs.</b>
<b>SANTA CRUZ - WHEELER -TRECK Front Suspension</b>	<b>300 Bs.</b>	<b>350 Bs.</b>
<b>Solo Transporte (CON EL GRUPO)</b>	<b>180 Bs.</b>	<b>220 Bs.</b>

Además que **los recojos desde los hoteles es a partir de las 7:30 am a 8:15 am** dependiendo de la ubicación del hotel o punto de encuentro que indique el pax que sea más cercano al centro de la ciudad.

#### **El servicio incluye:**

- Transporte de apoyo
- Guía
- Snacks (sándwich de huevo, gaseosa, botella de agua de 600 ml., barra de chocolate y fruta)
- Almuerzo buffet o vegetariano
- Ducha (toalla)
- Piscina

#### **Equipo que se provee**

- Chaqueta o chaleco
- Pantalones (Trauser)
- Polera térmica (Thermal Shirt)
- Casco Full Face helmet
- **OPCIONAL** Protectores: Coderas y Rodilleras
- Guantes (Gloves)

#### **No Incluye.**

- **Ingreso Bs. 25.-** que cada turista **debe pagar Bs.25** como ingreso en la localidad de Unduavi y también los que van en el transporte.
- Bebidas extras

Con respecto a los **objetos personales del pasajero**, la agencia no se responsabiliza por su pérdida dentro el tour, cada pasajero será **responsable de sus pertenencias, indicar esta recomendación a los pasajeros.**

Haciendo conocer a las agencias que continuaremos con nuestra promoción de 10 clientes el siguiente es **FREE**; incentivo por ventas que tiene nuestra empresa con las agencias que trabajan de manera constante, ofertando y vendiendo nuestro producto.

Sin otro particular y esperando su buena acogida a la presente, nos es muy grato saludarlos.

Turismo El Solario.

La Gerencia.

## **APENDICE**

### **TOURS PRIVADOS OPERADOS POR LA AGENCIA**

1. BIKING - BICICLETA YOLOSA FULL DAY
2. CITY TOUR
  - 2.1 LA PAZ – HALF DAY
  - 2.2 CITY TOUR LA PAZ FULL DAY
3. TIWANAKU (PRIVADO)
4. PAMPALARAMA FULL DAY
5. COPACABANA
  - 5.1 COPACABANA E ISLA DEL SOL FULL DAY
  - 5.2 COPACABANA E ISLA DEL SOL 2 DIAS Y UNA NOCHE
6. COROICO
  - 6.1 COROICO FULL DAY (TRANSPORTE PRIVADO)
  - 6.2 COROICO FULL DAY (TRANSPORTE PUBLICO)
  - 6.3 COROICO 2 DIAS/1 NOCHE (TRANSPORTE PRIVADO)
7. SORATA
  - 7.1 SORATA FULL DAY (TRANSPORTE PRIVADO)
  - 7.2 SORATA FULL DAY (TRANSPORTE PUBLICO)
8. SAJAMA
  - 8.1 SAJAMA FULL DAY
  - 8.2 SAJAMA 2DIAS /1NOCHE

### **TOURS CLASICO CULTURAL Y AVENTURA COMPARTIDOS ENDOSADOS**

9. CITY TOUR
  - 9.1 CITY TOUR CENTRO DE LA CIUDAD DE LA PAZ (1hora y 30 min.)
  - 9.2 CITY TOUR LA PAZ ZONA SUD (1 Hora y 30Min.)
10. CHOLITAS PELEADORAS
11. TIWANAKU COMPARTIDO FULL DAY
12. CHACALTAYA Y VALLE DE LA LUNA FULL DAY
13. PAMPALARAMA FULL DAY
14. ESCALADA HUAYNA POTOSI
  - 14.1 HUAYNA POTOSI CLIMBING 3DIAS/2NOCHES
  - 14.2 HUAYNA POTOSI CLIMBING 2DIAS/1NOCHE
15. PARAPENTE
  - 15.1 PARAPENTE EN HUAJCHILLA MEDIO DIA
  - 15.2 PARAPENTE EN LA MUELA DEL DIABLO MEDIO DIA
  - 15.3 PARAPENTE EN LAS ANTENAS MEDIO DIA

- 15.4 PARAPENTE EN LOS YUNGAS FULL DAY
- 15.5 PARAPENTE URMIRI – AGUAS TERMALES FULL DAY
- 16. CANOYING
- 17. QUADRATRACK COROICO - FULL DAY
- 18. TREKKING
  - 18.1 TREKKING TAKESI 3 DIAS /2NOCHES
  - 18.2 TREKKING CHORO 3DIAS / 2NOCHES
- 19. RURRENABAQUE
  - 19.1 PAMPAS 3 DIAS/2NOCHES
  - 19.2 RURRENABAQUE JUNGLE 3 DIAS Y 2 NOCHES
- 20. CHALALAN MADIDI
  - 20.1 PROGRAMA TAPACARE 3DÍAS/2NOCHES
  - 20.2 PROGRAMA ESLABÓN 4DIAS/3NOCHES
  - 20.3 PROGRAMA PENENA 5DIAS/4NOCHES
  - 20.4 PROGRAMA CHALALAN + VISITA COMUNIDAD SAN JOSE DE UCHUPIAMONAS 6DIAS/5NOCHES
- 21. BOTE RURRENABAQUE – PAMPAS – JEEP RURRENABAQUE/ LA PAZ ( 5 DIAS )
- 22. JUNGLE RAFTING – LA PAZ - RURRENABAQUE 5 DIAS/4NOCHES
- 23. TOUR JUNGLA – LA PAZ –RURRENABAQUE – BOTE A RURRENABAQUE 3 DIAS / 2 NOCHES
- 24. UYUNI
  - 24.1 UYUNI 3 DIAS Y 2 NOCHES
  - 24.2 UYUNI 2 DIAS Y 1 NOCHE
  - 24.3 UYUNI FULL DAY
- 25. PARQUE NACIONAL TORO TORO - (3DÍAS - 2 NOCHES)
- 25. TARIJA
  - 25.1 RUTA DEL VINO Y SINGANIS DE ALTURA (6 HORAS)
  - 25.2 CAMPIÑÁ CHAPACA (5 HORAS)
  - 25.3 TARIJA EN UN DIA (9 HORAS)
- 26. SANTA CRUZ DE LA SIERRA
  - 26.1 ITINERARIO A LAS MISIONES JESUITICAS 2D/1N
  - 26.2 MISIONES JESUITICAS 4D/3N
- 27. CUZCO VALLE SAGRADO Y MACHUPICCHU
  - 27.1 MACHUPICCHU 2DIAS/1NOCHE
  - 27.2 CUZCO PRESUROSO 3D/2N (PERU ADVENTURES)
  - 27.3 CUZCO TRADICIONAL 3D/2N
  - 27.4 CUZCO MAGICO 4D/3N

TOURS  
PRIVADOS  
OPERADOS POR  
LA AGENCIA

# BIKING

## 1. BICICLETA YOLOSA FULL DAY

**07:00 am.** Desayuno en el Hostal el Solario - Bus con dirección al punto de inicio que es la Cumbre – Prueba de todo el equipo - Descenso de cuatro horas – llegada al hotel Don Lucho – Almuerzo – Uso de la piscina y duchas – Cuarto de juegos- Retorno a la ciudad de La Paz a las 20:00 pm.

### PRECIO POR PERSONA: DE ACUERDO AL MODELO DE LA BICICLETA:

TIPO DE BICICLETA				1PAX	3PAX	5PAX	8PAX	11PAX
IRON	HORSE	FULL	Helmet full face	460.-	460.-	450.-	450.-	440.-
SUSPENSION								
SANTA CRUZ								
			Helmet half face	400.-	400.-	400.-	390.-	390.-
IRON HORSE MAVERIK								
			Helmet half face	360.-	360.-	360.-	350.-	340.-
MECANICA								
			Helmet half face	310.-	310.-	300.-	300.-	300.-
Solo Transporte				180.-	180.-	180.-	180.-	180.-

### INCLUYE

- 4 Desayuno
- 5 Transporte Ida y retorno
- 6 Guía especializado
- 7 Equipo completo
- 8 Almuerzo Buffet
- 9 Duchas
- 10 Snacks
- 11 CD y Polera de regalo.

### NO INCLUYE

- ✓ Entrada 25.- Bs (se paga en la cumbre)

## 2. CITY TOUR LA PAZ

### 2.1 CITY TOUR LA PAZ – HALF DAY PRIVADO (3horas y media)

**9:00 am o 15:00** (elección del pax) Recojo del hotel – Zona sur - Visita Valle de la Luna – Mirador Killi Killi - Visita Calle Jaén – Museo Costumbrista- Museo Casa Murillo - Museo de Metales Preciosos – Museo del Litoral - Plaza Murillo – Calle Sagarnaga – Mercado de las Brujas – Retorno al hotel.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>350</b>	<b>250</b>	<b>185</b>	<b>140</b>	<b>100</b>	<b>95</b>
<b>NETO</b>	<b>249</b>	<b>134</b>	<b>96</b>	<b>77</b>	<b>65</b>	<b>58</b>	<b>57</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>80</b>	<b>40</b>	<b>26,7</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>13,4</b>	<b>11,5</b>
<b>TRANSPORTE</b>	<b>150</b>	<b>75</b>	<b>50</b>	<b>37,5</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>26</b>
<b>TICKET MUSEO</b>	<b>4</b>						
<b>TICKET VALLE</b>	<b>15</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>249</b>	<b>134</b>	<b>96</b>	<b>77</b>	<b>65</b>	<b>58</b>	<b>57</b>

#### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado
- ✓ Guía Bilingüe
- ✓ Entradas a los museos
- ✓ Entrada al Valle de la Luna

#### NO INCLUYE:

- ✓ Snacks
- ✓ Suvenirs

## 2.2 CITY TOUR LA PAZ FULL DAY PRIVADO (7 horas)

**9:00 am** Recojo del hotel – Zona sur - Visita Valle de la Luna – Mirador Killi Killi - Visita Calle Jaén – Museo Costumbrista- Museo Casa Murillo - Museo de Metales Preciosos – Museo del Litoral - Plaza Murillo – Calle Sagarnaga - Mercado de las Brujas – Retorno al hotel.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>650</b>	<b>420</b>	<b>330</b>	<b>270</b>	<b>245</b>	<b>230</b>
<b>NETO</b>	<b>549</b>	<b>319</b>	<b>243</b>	<b>204</b>	<b>181</b>	<b>166</b>	<b>157</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>160</b>	<b>80</b>	<b>54</b>	<b>40</b>	<b>32</b>	<b>27</b>	<b>23</b>
<b>TRANSPORTE</b>	<b>300</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>75</b>	<b>60</b>	<b>50</b>	<b>45</b>
<b>ALMUERZO PAX</b>	<b>35</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>35</b>						
<b>TICKET MUSEO</b>	<b>4</b>						
<b>TICKET VALLE</b>	<b>15</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>549</b>	<b>319</b>	<b>243</b>	<b>204</b>	<b>181</b>	<b>166</b>	<b>157</b>

### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado
- ✓ Guía Bilingüe
- ✓ Entradas a los museos
- ✓ Entrada al valle de la Luna
- ✓ Almuerzo

### NO INCLUYE:

- ✓ Snacks
- ✓ Suvenirs

### 3. TIWANAKU (PRIVADO)

**PRIMER DIA: 08:30 am** Recojo de Hotel - Partida rumbo a Tiwanaku- llegada a Tiwanaku - Visita de las ruinas arqueológicas de Tiwanaku – Visita museo de cerámica y Lítico – Almuerzo - Iglesia de Tiwanaku – Retorno a la ciudad de La Paz.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX-UP</b>
		<b>750</b>	<b>485</b>	<b>400</b>	<b>350</b>	<b>300</b>	<b>280</b>
<b>NETO</b>	<b>560</b>	<b>350</b>	<b>280</b>	<b>245</b>	<b>224</b>	<b>210</b>	<b>205</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>120</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>TRANSPORTE</b>	<b>300</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>75</b>	<b>60</b>	<b>50</b>	<b>45</b>
<b>TICKET INGRESO</b>	<b>80</b>						
<b>ALMUERZO PAX</b>	<b>30</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>30</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>560</b>	<b>350</b>	<b>280</b>	<b>245</b>	<b>224</b>	<b>210</b>	<b>205</b>

#### INCLUYE:

- ✓ Transporte
- ✓ Guía Turística
- ✓ Entrada al sitio arqueológico y museos.
- ✓ Almuerzo

#### NO INCLUYE:

- ✓ Botellas de agua
- ✓ Souvenirs

#### 4. PAMPALARAMA FULL DAY

**7:00 am** La Paz- Salida con guía, en el trayecto observaremos: Vistas de la ciudad; la procesadora de áridos San Roque; Ex fábrica de yeso Bedoya; Vista nevado Chacaltaya; Praderas con bofedales; Camélidos llama, alpaca y wanacu; Minería Kaluyo (Sn); Rio Kaluyo de aguas cristalinas; Explotación de abono vegetal (turba) y Comunidad Originaria Chacaltaya . Se realizara 2 a 3 paradas. Bienvenida y registro, inicio de caminata, observación del paisaje majestuoso e imponente de la cordillera Real de los Andes, refrigerio en la caminata - Almuerzo en el restaurant climatizado del albergue - Paseo en bote y alrededor de la laguna. (malecón) – Retorno.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>450</b>	<b>300</b>	<b>280</b>	<b>250</b>	<b>240</b>	<b>240</b>	<b>180</b>
<b>COMISION 10%</b>	<b>413</b>	<b>263</b>	<b>221</b>	<b>215</b>	<b>190</b>	<b>190</b>	<b>190</b>

#### **INCLUYE:**

- ✓ Transporte Turístico
- ✓ Caminata
- ✓ Guía local
- ✓ Refrigerio y Almuerzo
- ✓ Paseo en bote
- ✓ Almuerzo

#### **NO INCLUYE:**

- ✓ Souvenirs
- ✓ Botellas de agua
- ✓ Equipo de pesca (pagar 45.- BS. adicional)
- ✓ Guía inglés o francés (adicionar 283.- BS.)
- ✓ Y otros aspectos no mencionados

## 5. COPACABANA

### 5.1 COPACABANA E ISLA DEL SOL FULL DAY

**7:00 a 8:15** am Recojo desde el Hotel – llegada a las 11:30 Copacabana – dura 15 a 20 minutos  
 City tour – a las 12.30 o 1pm Almuerzo – 1.30pm Bote a la Isla del sol – caminata por la  
 escalinata – visita a la fuente del inca – Templo de Pilcocaina – 4.30pm Bote a Copacabana -  
 Retorno a La Paz en Titicaca - Llegada a la ciudad de La Paz aprox. 22:30 pm. (a la terminal de  
 buses en titicaca)

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX-UP</b>
		<b>450</b>	<b>350</b>	<b>300</b>	<b>260</b>	<b>210</b>	<b>190</b>
<b>NETO</b>	<b>356</b>	<b>228</b>	<b>187</b>	<b>160</b>	<b>148</b>	<b>142</b>	<b>138</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>150</b>	<b>75</b>	<b>50</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>22</b>
<b>TRANSPORTE PAX</b>	<b>50</b>						
<b>TRANSPORTE GUIA</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
<b>TIKINA PAX</b>	<b>3</b>						
<b>TIKINA GUIA</b>	<b>3</b>	<b>1.5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ALMUERZO PAX</b>	<b>25</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>FREE</b>	<b>FREE</b>	<b>FREE</b>	<b>FREE</b>
<b>BOTE ISLA PAX</b>	<b>20</b>						
<b>BOTE ISLA GUIA</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>TAXI</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>228</b>	<b>187</b>	<b>160</b>	<b>148</b>	<b>142</b>	<b>138</b>

#### INCLUYE:

- ✓ Transporte Turístico (La Paz-Copacabana-La Paz)
- ✓ Recojo desde hotel (zona central, de otra forma en las puertas del hotel plaza)
- ✓ Guía Especializado y certificado bilingüe
- ✓ Almuerzo Típico (trucha, opcional vegetariano) es en el COFFEE SHOP
- ✓ Estrecho de Tiquina
- ✓ Bote (Copacabana- Isla del Sol-Copacabana)

#### NO INCLUYE:

- ✓ Entradas 5.- Bs parte Sur
- ✓ Suvenires, Snack, Bebidas Extra

## 5.2 COPACABANA E ISLA DEL SOL 2 DIAS Y UNA NOCHE

**PRIMER DIA:** 7:00 a 8:15 am Recojo desde el Hotel – Copacabana – City tour – Almuerzo – Bote a la Isla del sol – caminata por la escalinata – Visita a la fuente del inca – Templo de Pilcocaina – Check in hotel “Inti Kala” – Cena y descanso para el siguiente día.

**SEGUNDO DIA:** 6:30 am. Caminata al faro de la Isla – Desayuno – Caminata hacia la parte norte de la Isla del Sol – Chincana – mesa ceremonial – restos arqueológicos – Almuerzo – Bote a Copacabana - Retorno a La Paz - Llegada a la ciudad de La Paz aprox. 22:30 pm.

	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
<b>VENTA</b>	<b>876</b>	<b>620</b>	<b>485</b>	<b>450</b>	<b>400</b>	<b>370</b>	<b>350</b>
<b>NETO</b>	<b>776</b>	<b>518</b>	<b>434</b>	<b>392</b>	<b>360</b>	<b>345</b>	<b>336</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>300</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>75</b>	<b>60</b>	<b>50</b>	<b>43</b>
<b>TRANSPORTE PAX</b>	<b>50</b>						
<b>TRANS GUIA</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
<b>TIKINA PAX</b>	<b>3</b>						
<b>TIKINA GUIA</b>	<b>3</b>	<b>1,5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ALMUERZO 1-2</b>	<b>55</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>55</b>	<b>28</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>BOTE ISLA</b>	<b>30</b>						
<b>BOTE GUIA</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>HOTEL ISLA</b>	<b>80</b>						
<b>HOTEL GUÍA</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>CENA PAX</b>	<b>40</b>						
<b>CENA GUIA</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
<b>TAXI</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>776</b>	<b>518</b>	<b>434</b>	<b>392</b>	<b>360</b>	<b>345</b>	<b>336</b>

### INCLUYE:

- ✓ Transporte Turístico (La Paz-Copacabana-La Paz)
- ✓ Recojo desde hotel (zona central, de otra forma en las puertas del hotel plaza)
- ✓ Guía Especializado y certificado bilingüe
- ✓ Alimentación completa (2 almuerzos´- 1 desayuno – 1 cena)
- ✓ Estrecho de Tiquina y Bote (Copacabana- Isla del Sol-Copacabana)(parte Norte de la isla-Parte Sur de la isla)

- ✓ Hospedaje (Hotel Inti Kala, en el pueblo de Yumani)

**NO INCLUYE:**

- ✓ Entradas 5.-Bs parte sur / 15.-Bs. parte Norte
- ✓ Suvenires
- ✓ Snacks/Bebidas Extra

**6. COROICO**  
**6.1 COROICO FULL DAY (TRANSPORTE PRIVADO)**

**09:00 am.** Recojo del hotel - Villa Fátima – la Cumbre – Coroico – Almuerzo – Tres cascadas – Visita a las plantaciones de Coca y cafetales – City tour – Retorno a la Ciudad de La Paz aprox. 20:30 pm.

	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
<b>VENTA</b>	<b>950</b>	<b>650</b>	<b>530</b>	<b>400</b>	<b>350</b>	<b>300</b>	<b>300</b>
<b>NETO</b>	<b>762</b>	<b>400</b>	<b>280</b>	<b>219</b>	<b>182</b>	<b>159</b>	<b>154</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>140</b>	<b>70</b>	<b>47</b>	<b>35</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>20</b>
<b>TRANSPORTE</b>	<b>550</b>	<b>275</b>	<b>184</b>	<b>138</b>	<b>110</b>	<b>92</b>	<b>92</b>
<b>ALMUERZO PAX</b>	<b>35</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>35</b>	<b>17,5</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
<b>INGRESO CAS</b>	<b>2</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>762</b>	<b>400</b>	<b>280</b>	<b>219</b>	<b>182</b>	<b>159</b>	<b>154</b>

**EL TOUR INCLUYE:**

- ✓ Recojo de hotel
- ✓ Transporte privado (ida y retorno)
- ✓ Guía
- ✓ Almuerzo
- ✓ Visitas a las cascadas

**NO INCLUYE**

- ✓ Entrada a las cascadas 2.-Bs.
- ✓ Bebidas extras
- ✓ Souveniers

## 6.2 COROICO FULL DAY (TRANSPORTE PUBLICO)

**09:00 am.** Recojo del hotel (transporte público) - Villa Fátima – la Cumbre – Coroico – Almuerzo – Tres cascadas – Visita a las plantaciones de Coca y cafetales – City tour – Retorno a la Ciudad de La Paz aprox. 20:30 pm. (Trasporte público).

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>430</b>	<b>330</b>	<b>290</b>	<b>250</b>	<b>230</b>	<b>220</b>
<b>NETO</b>	<b>372</b>	<b>230</b>	<b>185</b>	<b>162</b>	<b>147</b>	<b>141</b>	<b>136</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>140</b>	<b>70</b>	<b>47</b>	<b>35</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>20</b>
<b>TRANSPORTE PAX</b>	<b>50</b>						
<b>TRANS GUIA</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
<b>ALMUERZO PAX</b>	<b>35</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>35</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>CASCADAS</b>	<b>2</b>						
<b>TRANSPORTE CASCADAS</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>TAXI</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>230</b>	<b>185</b>	<b>162</b>	<b>147</b>	<b>141</b>	<b>136</b>

### INCLUYE:

- ✓ Transporte público (ida y retorno)
- ✓ Guía
- ✓ Almuerzo
- ✓ Visitas a las cascadas

### NO INCLUYE

- ✓ Entrada a las cascadas 2.- Bs
- ✓ Bebidas extras
- ✓ Souvenirs y otros no especificados

### 6.3 COROICO 2 DIAS/1 NOCHE (TRANSPORTE PRIVADO)

**PRIMER DÍA:** 09:00 am. Recojo del hotel (transporte público) - Villa Fátima – la Cumbre – Coroico – Llegada al hotel (almuerzo) – Tres cascadas – Visita a las plantaciones de coca- Retorno al hotel para descansar y pasar la tarde disfrutando del ambiente y la piscina que tiene el hotel – cena.

**SEGUNDO DÍA:** Desayuno- Paseo por el pueblo – almuerzo- Balneario – Paseo por la cascada – retorno al hotel- Regreso a la ciudad de La Paz

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>1750</b>	<b>1200</b>	<b>962</b>	<b>800</b>	<b>700</b>	<b>650</b>
<b>NETO</b>	<b>1422</b>	<b>852</b>	<b>665</b>	<b>568</b>	<b>510</b>	<b>474</b>	<b>462</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>280</b>	<b>140</b>	<b>94</b>	<b>70</b>	<b>56</b>	<b>47</b>	<b>40</b>
<b>TRANSPORTE</b>	<b>700</b>	<b>350</b>	<b>234</b>	<b>175</b>	<b>140</b>	<b>117</b>	<b>117</b>
<b>ALMUERZO 1-2</b>	<b>70</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>70</b>	<b>35</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>10</b>
<b>CENA PAX</b>	<b>40</b>						
<b>CENA GUIA</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
<b>HOTEL</b>	<b>170</b>						
<b>HOTEL GUÍA</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>7</b>
<b>CASCADAS</b>	<b>2</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>1422</b>	<b>852</b>	<b>665</b>	<b>568</b>	<b>510</b>	<b>474</b>	<b>462</b>

#### INCLUYE

- ✓ Transporte (Ida y vuelta)
- ✓ Almuerzo
- ✓ Hospedaje
- ✓ Guía
- ✓ Entrada a las cascadas 2.- Bs

#### NO INCLUYE

- ✓ Bebidas extras
- ✓ Souvenirs y otros no especificados

## 7 SORATA

### 7.1 SORATA FULL DAY (TRANSPORTE PRIVADO)

**09:00 am.** Recojo del hotel – Ciudad del Alto - Achacachi – Sorata – City Tour - Almuerzo – Gruta de San Pedro – Retorno a la Ciudad de La Paz aprox. 18:00 pm.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>1075</b>	<b>750</b>	<b>550</b>	<b>430</b>	<b>380</b>	<b>350</b>
<b>NETO</b>	<b>975</b>	<b>513</b>	<b>359</b>	<b>282</b>	<b>235</b>	<b>205</b>	<b>201</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>140</b>	<b>70</b>	<b>47</b>	<b>35</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>20</b>
<b>TRANSPORTE</b>	<b>750</b>	<b>375</b>	<b>250</b>	<b>188</b>	<b>150</b>	<b>125</b>	<b>125</b>
<b>ALMUERZO PAX</b>	<b>35</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>35</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>GRUTA</b>	<b>15</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>975</b>	<b>513</b>	<b>359</b>	<b>282</b>	<b>235</b>	<b>205</b>	<b>201</b>

#### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado
- ✓ Guía
- ✓ Almuerzo
- ✓ Visitas a la Gruta de San Pedro
- ✓ Ticket ingreso

#### NO INCLUYE:

- ✓ Bebidas extras
- ✓ Souvenirs y otros no especificados

## 7.2 SORATA FULL DAY (TRANSPORTE PUBLICO)

**09:00 am.** Recojo del hotel – Ciudad del Alto - Achacachi – Sorata – City Tour - Almuerzo – Gruta de San Pedro – Retorno a la Ciudad de La Paz aprox. 18:00 pm.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>565</b>	<b>450</b>	<b>380</b>	<b>350</b>	<b>330</b>	<b>300</b>
<b>NETO</b>	<b>465</b>	<b>283</b>	<b>223</b>	<b>194</b>	<b>182</b>	<b>176</b>	<b>171</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>140</b>	<b>70</b>	<b>47</b>	<b>35</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>20</b>
<b>TRANSPORTE PAX</b>	<b>50</b>						
<b>TRANSPORTE GUIA</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
<b>ALMUERZO PAX</b>	<b>35</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>35</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>TRANS GRUTA</b>	<b>120</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
<b>GRUTA</b>	<b>15</b>						
<b>TAXI</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>465</b>	<b>283</b>	<b>223</b>	<b>194</b>	<b>182</b>	<b>176</b>	<b>171</b>

### INCLUYE:

- ✓ Transporte público (ida y retorno)
- ✓ Transporte a la Gruta de San Pedro
- ✓ Guía
- ✓ Almuerzo
- ✓ Visitas a la Gruta de San Pedro
- ✓ Ticket ingreso

### NO INCLUYE:

- ✓ Bebidas extras
- ✓ Souvenirs y otros no especificados

## 8 SAJAMA

### 8.1 SAJAMA FULL DAY TRANSPORTE PRIVADO

**5:00 am.** Recojo del hotel- Tambo Quemado - Parque Nacional Sajama - Nevado Sajama - Bosque de queñua - observación de camélidos en estado silvestre (vicuñas, llamas, alpacas) - visita a la Iglesia de Curahuara de Carangas, observación de Necrópolis.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>1350</b>	<b>750</b>	<b>570</b>	<b>480</b>	<b>400</b>	<b>350</b>
<b>NETO</b>	<b>1210</b>	<b>620</b>	<b>424</b>	<b>326</b>	<b>266</b>	<b>227</b>	<b>200</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>150</b>	<b>75</b>	<b>50</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>22</b>
<b>TRANSPORTE</b>	<b>1000</b>	<b>500</b>	<b>334</b>	<b>250</b>	<b>200</b>	<b>167</b>	<b>143</b>
<b>BOX LUNCH</b>	<b>30</b>						
<b>BOX LUNCH</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1210</b>	<b>620</b>	<b>424</b>	<b>326</b>	<b>266</b>	<b>227</b>	<b>200</b>

#### INCLUYE:

- ✓ Transporte turístico
- ✓ Guía bilingüe (inglés- español)
- ✓ Box lunch

#### NO INCLUYE:

- ✓ Agua personal
- ✓ Tickets de ingreso a museo y Parque Sajama

## 8.2 SAJAMA 2DIAS /1NOCHE

**PRIMER DIA: 08:00 a.m.** Recojo del hotel - Parque Nacional de Sajama es un paseo extraordinario por el Altiplano boliviano - en el camino se podrá observar una serie de tumbas “Chullpas” precolombinas - el Valle de las Rocas - iglesia de Cura huara de Carangas que es una joya de la arquitectura colonial en el altiplano - albergue Tomarapi(acomodación) – Almuerzo - caminata por los alrededores del lugar a si como a la laguna Huaña Cota para observar a los flamencos y aves de la zona y también podremos ver rebaños de llamas y alpacas.

**SEGUNDO DIA:** Desayuno - baños termales donde podrán tomar un baño saludable y natural - población de Sajama - caminata por una hora y media hasta llegar a los géiseres en nuestro trayecto también volveremos a observar a los camélidos andinos como las alpacas y llamas – fumarolas - almuerzo y por la tarde retorno a la ciudad de La Paz.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>2120</b>	<b>1350</b>	<b>1044</b>	<b>900</b>	<b>780</b>	<b>690</b>
<b>NETO</b>	<b>1970</b>	<b>1125</b>	<b>844</b>	<b>703</b>	<b>618</b>	<b>563</b>	<b>527</b>
<b>GASTOS</b>							
<b>GUÍA</b>	<b>300</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>75</b>	<b>60</b>	<b>50</b>	<b>43</b>
<b>TRANSPORTE</b>	<b>1200</b>	<b>600</b>	<b>400</b>	<b>300</b>	<b>240</b>	<b>200</b>	<b>175</b>
<b>ALMUERZO 1-2</b>	<b>80</b>						
<b>ALMUERZO GUIA</b>	<b>80</b>	<b>40</b>	<b>27</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>12</b>
<b>ALBERGUE</b>	<b>150</b>						
<b>HOTEL GUIA</b>	<b>60</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>9</b>
<b>CENA PAX</b>	<b>50</b>						
<b>CENA GUIA</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1970</b>	<b>1125</b>	<b>844</b>	<b>703</b>	<b>618</b>	<b>563</b>	<b>527</b>

### INCLUYE:

- ✓ Transporte turístico
- ✓ Guía bilingüe (inglés- español)
- ✓ Alimentación durante el tour
- ✓ Noche de hospedaje “Albergue Tomarapi”

### NO INCLUYE:

- ✓ Agua personal
- ✓ Tickets de ingreso a museo y Parque Sajama

TOURS CLASICO  
CULTURAL  
COMPARTIDOS  
ENDOSADOS

## 9 CITY TOUR

### 9.1 CITY TOUR CENTRO DE LA CIUDAD DE LA PAZ (1hora y 30 min.)

**09:00 o 13:30** Plaza Isabel Católica - Plaza Bolivia- Plaza del Bicentenario y la Universidad Mayor de San Andrés, Plaza del Estudiante- Paseo del Prado- Basílica de San Francisco, Plaza mayor de San Francisco- Puente Pérez Velasco - Plaza Alonso de Mendoza- Museo Quirquincho- Calle de las brujas- Plaza San Pedro- Plaza Pedro Domingo Murillo- Catedral Metropolitana, Palacio de Gobierno - la Prefectura- Palacio Legislativo, Mirador Killi Killi (parada de 15 minutos). Plaza del Templete semisubterráneo y réplica del Monolito Benet. Puente de las Américas y retorno a la Plaza Isabel Católica.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>60</b>						
<b>NETO</b>	<b>50</b>						

#### **INCLUYE:**

- ✓ Transporte compartido (Bus panorámico)
- ✓ Auriculares para escuchar la explicación del recorrido en el idioma que prefiera.(7 idiomas)
- ✓ Guía Turístico coordinador

#### **NO INCLUYE:**

- ✓ Souvenirs
- ✓ Y otros aspectos no mencionados

## 9.2 CITY TOUR LA PAZ ZONA SUD (1 Hora y 30Min.)

**10:30 o 15:00** Plaza Isabel Católica - Avenida Arce – Kantutani- Murales contemporáneo al aire libre- Zona de Calacoto – Vivero municipal - San Miguel - Cactario, 3 Túneles naturales - Villa de Aranjuez – Valle de la Luna (parada de 15 minutos)- Retorno a la Plaza Isabel Católica.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>60</b>						
<b>NETO</b>	<b>50</b>						

### INCLUYE:

- ✓ Bus panorámico compartido
- ✓ Auriculares para escuchar la explicación del recorrido en el idioma que prefiera.(7 idiomas)
- ✓ Guía Turístico coordinador

### NO INCLUYE:

- ✓ Ticket de ingreso al Valle de la Luna (15 bs.)
- ✓ Souvenirs

## 10 CHOLITAS PELEADORAS

**DIA DOMINGO** 16:00 pm. Recojo desde su hotel con el transporte turístico - Llegada a complejo Multifuncional (Zona 12 de octubre) - Show de las cholitas peleadoras- Retorno y traslado hasta la ciudad de La Paz- Aprox. 19:30 pm.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>75</b>
<b>NETO</b>	<b>60</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>55</b>

### INCLUYE:

- ✓ Transporte compartido
- ✓ Guía Turístico
- ✓ Entrada

### NO INCLUYE:

- ✓ Botellas de agua

- ✓ Y otros no especificados

### **11 TIWANAKU COMPARTIDO FULL DAY**

**8:00 am** Recojo desde los hoteles - Calle Illampu – Sagarnaga - Plaza Isabel Católica- Avenida 16 de Julio - Plaza Murillo- Camino a Tiwanaku– llegada a Tiwanaku- Visita al Museo y sitio arqueológico- City tour en el pueblo – almuerzo- Retorno la ciudad de La Paz.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>NETO</b>	<b>35</b>						

#### **INCLUYE**

- ✓ Recojo de hotel (horario según la ubicación del hotel, del otro lado esperar en las puertas del hotel plaza)
- ✓ Transporte turístico
- ✓ Guía especializado

#### **NO INCLUYE**

- ✓ Alimentación (desde 20 a 35Bs)
- ✓ Entradas 80.- Bs extranjeros (12 USD) - 10.- Bs nacionales
- ✓ Bebidas extra y Souvenirs

## 12 CHACALTAYA Y VALLE DE LA LUNA FULL DAY

**8:00 am** Recojo desde los hoteles - Calle Illampu – Sagarnaga - Plaza Isabel Católica- Avenida 16 de Julio - Plaza Murillo - Camino a Chacaltaya – Ascenso a 5395 m.s.n.m.- camino a Valle de la Luna – almuerzo- visita al Valle de la Luna – Retorno a la Ciudad de La Paz.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>55</b>
<b>NETO</b>	<b>40</b>						

### INCLUYE

- ✓ Recojo de hotel (horario según la ubicación del hotel, del otro lado esperar en las puertas del hotel plaza)
- ✓ Transporte turístico
- ✓ Guía especializado

### NO INCLUYE

- ✓ Alimentación (desde 15 a 30 Bs)
- ✓ Entradas 30.- Bs (Chacaltaya 15.-BS y Valle de la Luna 15.-BS.).
- ✓ Bebidas extra
- ✓ Suvenires

### 13 PAMPALARAMA FULL DAY

**7:00 am** La Paz- Salida con guía, en el trayecto observaremos: Vistas de la ciudad; la procesadora de áridos San Roque; Ex fabrica de yeso Bedoya; Vista nevado Chacaltaya; Praderas con bofedales; Camélidos llama, alpaca y wanacu; Minería Kaluyo (Sn); Rio Kaluyo de aguas cristalinas; Explotación de abono vegetal (turba) y Comunidad Originaria Chacaltaya . Se realizara 2 a 3 paradas. Bienvenida y registro, inicio de caminata, observación del paisaje majestuoso e imponente de la cordillera Real de los Andes, refrigerio en la caminata - Almuerzo en el restaurant climatizado del albergue - Paseo en bote y alrededor de la laguna. (malecón) – Retorno.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>450</b>	<b>300</b>	<b>280</b>	<b>250</b>	<b>240</b>	<b>240</b>
<b>COMISION 10%</b>	<b>413</b>	<b>263</b>	<b>221</b>	<b>215</b>	<b>190</b>	<b>190</b>	<b>190</b>

#### INCLUYE:

- ✓ Transporte Turístico
- ✓ Caminata
- ✓ Guía local
- ✓ Refrigerio y Almuerzo
- ✓ Paseo en bote
- ✓ Almuerzo

#### NO INCLUYE:

- ✓ Souvenirs
- ✓ Botellas de agua
- ✓ Equipo de pesca (pagar 45.- BS. adicional)
- ✓ Guía inglés o francés (adicionar 283.- BS.)
- ✓ Y otros aspectos no mencionados

# ESCALADA

## 14.1 HUAYNA POTOSI CLIMBING 3DIAS/2NOCHES

**PRIMER DÍA** 08:00 am. Prueba de los equipos de montaña - Viaje de 1 hora y media aproximadamente - Pista de ski de Chacaltaya - laguna de “Milluni”- Almuerzo - salida hacia el campo alto a 5300.mts.s.n.m.caminata de 3 a 4 horas aproximadamente, descanso en el segundo Refugio Huayna Potosí - Posteriormente cena y pernocte.

**SEGUNDO DÍA** 9:00 a.m. Desayuno y descanso por la mañana – Almuerzo – Salida del campo Base del Huayna Potosí – Caminata sobre roca y nieve (de 3 a 4 horas) –Campo Alto (refugio a 5300 m.s.n.m.) Posteriormente cena y pernocte.

**TERCER DÍA** 01:00 am Escalada e inicio de la ascensión hasta la cumbre que es de seis a siete horas aproximadamente de caminata y escalada (6.088 m .s .n .m), para poder observar la maravillosa vista del altiplano, de la cordillera real y del lago Titicaca. Seguidamente, luego de visitar la cumbre retorno al refugio II, descenso al refugio I. Almuerzo y retorno en nuestro transporte privado a la ciudad de La Paz.

**PRECIO POR PERSONA: 150.- USD. ó 1050 bs.**

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>150</b>						
<b>NETO</b>	<b>140</b>						

### INCLUYE:

- ✓ Transporte La Paz – Refugio - La Paz.
- ✓ Guía de Montaña certificado por (ENSA)
- ✓ Cocinero
- ✓ Porteadores.
- ✓ Alimentación Completa.
- ✓ Equipo de Montaña (Carpas, Matras, Helmet, Granpones, Zapatos de Climbing, Pantalón y Chaqueta de Lluvia, Cuerdas, Piolet).

### NO INCLUYE:

- ✓ Bolsas de dormir
- ✓ Lentes de sol.
- ✓ Ropa abrigada
- ✓ Guantes normal
- ✓ Mochila (60litros o más).
- ✓ Mochila pequeña (5 litros o más).

- ✓ Linterna frontal
- ✓ 10 Bs para el ingreso
- ✓ 2 litros de agua personal
- ✓ Chocolates y otros no mencionados.

#### **14.2 HUAYNA POTOSI CLIMBING 2DIAS/1NOCHE**

**PRIMER DÍA** 08:00 am. Prueba de los equipos de montaña - Viaje de 1 hora y media aproximadamente - Pista de ski de Chacaltaya - laguna de “Milluni”- Almuerzo - salida hacia el campo alto a 5300.mts.s.n.m – Campo alto (refugio a 5300 m.s.n.m) – Cena – Pernocte.

**SEGUNDO DÍA** Escalada e inicio de la ascensión hasta la cumbre que es de seis a siete horas aproximadamente de caminata y escalada (6.088 m .s .n .m), para poder observar la maravillosa vista del altiplano, de la cordillera real y del lago Titicaca. Seguidamente, luego de visitar la cumbre retorno al refugio- Almuerzo y retorno en nuestro transporte privado a la ciudad de La Paz.

**PRECIO POR PERSONA: 120.- USD. ó 840 bs.**

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>120</b>						
<b>NETO</b>	<b>110</b>						

**INCLUYE:**

- ✓ Transporte La Paz – Refugio - La Paz.
- ✓ Guía de Montaña certificado por (ENSA)
- ✓ Cocinero
- ✓ Porteadores.
- ✓ Alimentación Completa.
- ✓ Equipo de Montaña (Carpas, Matras, Helmet, Granpones, Zapatos de Climbing, Pantalón y Chaqueta de Lluvia, Cuerdas, Piolet).

**NO INCLUYE:**

- ✓ Bolsas de dormir
- ✓ Lentes de sol.
- ✓ Ropa abrigada
- ✓ Guantes normal
- ✓ Mochila (60litros o más).
- ✓ Mochila pequeña (5 litros o más).
- ✓ Linterna frontal
- ✓ 10 Bs para el ingreso
- ✓ 2 litros de agua personal
- ✓ Chocolates y otros no mencionados.

# PARAPENTE

## 15.1 PARAPENTE EN HUAJCHILLA MEDIO DIA

**8:00 am.** Concentración en la Plaza Humbolt (zona sur Calacoto). Huajchilla se encuentra en el sur de La Paz, con grandes vistas del Illimani. Los tiempos de vuelo son de 10 a 20 minutos. Esta a 3540 m/s/n/m de 2950 m/s/n/m.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>450</b>	<b>450</b>	<b>440</b>	<b>430</b>	<b>430</b>	<b>430</b>	<b>420</b>
<b>NETO</b>	<b>390</b>						

### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado
- ✓ Guía instructor especializado
- ✓ Equipo

### NO INCLUYE:

- ✓ Aspectos no mencionados

## 15.2 PARAPENTE EN LA MUELA DEL DIABLO MEDIO DIA

**8:00 am.** Concentración en la Plaza Humbolt (zona sur Calacoto). Muela del Diablo da la opción de terminar el tour cerca del zoológico de Mallasa. Se encuentra en el sur de la ciudad de La Paz. Los tiempos de vuelo son de 5 a 15 minutos. Está a 3500 m/s/n/m de 3100 m/s/n/m.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>450</b>	<b>450</b>	<b>440</b>	<b>430</b>	<b>430</b>	<b>430</b>	<b>420</b>
<b>NETO</b>	<b>390</b>						

### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado
- ✓ Guía instructor especializado
- ✓ Equipo

### NO INCLUYE:

- ✓ Aspectos no mencionados

### 15.3 PARAPENTE EN LAS ANTENAS MEDIO DIA

**8:00 am.** Concentración en la Plaza Humbolt (zona sur Calacoto). Este lugar se encuentra entre Huajchilla y Mallasa. Este lugar nos ofrece que los tiempos de vuelo son as largos, es decir de 20 a 45 minutos. A una altitud de 1200 m. Esta a 4300 m/s/n/m de 3100 m/s/n/m.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>560</b>	<b>560</b>	<b>550</b>	<b>550</b>	<b>540</b>	<b>450</b>
<b>NETO</b>	<b>500</b>						

#### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado
- ✓ Guía instructor especializado
- ✓ Equipo

#### NO INCLUYE:

- ✓ Aspectos no mencionados

### 15.4 PARAPENTE EN LOS YUNGAS FULL DAY

**8:00 am.** Concentración en Sopocachi.- Viaje desde La Paz a Tacana (un pueblo afro boliviano en la región de los Yungas). Alrededor de 3 a 4 horas de vieja. El tiempo de vuelo es de 10 a 40 minutos. Dependiendo de las condiciones climáticas – Almuerzo en el refugio de Animales la Senda Verde – Retorno a La Paz. Esta a 1500 m/s/n/m de 1000 m/s/n/m.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>740</b>	<b>730</b>	<b>730</b>	<b>720</b>	<b>720</b>	<b>710</b>
<b>NETO</b>	<b>675</b>						

#### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado
- ✓ Guía instructor especializado
- ✓ Equipo
- ✓ Almuerzo

#### NO INCLUYE:

- ✓ Aspectos no mencionados

### 15.5 PARAPENTE URMIRI – AGUAS TERMALES FULL DAY

**8:00 am.** Concentración en Sopocachi.- Viaje desde La Paz a Urmiri. El tiempo de vuelo es de 20 minutos a 1 hora – Almuerzo – Traslado al Hotel Gloria para relajarse en las aguas termales por la tarde – Retorno a La Paz aprox. 19:00 pm. Esta a 4055 m/s/n/m de 2930 m/s/n/m.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>920</b>	<b>920</b>	<b>910</b>	<b>910</b>	<b>900</b>	<b>900</b>	<b>890</b>
<b>NETO</b>	<b>850</b>						

#### **INCLUYE:**

- ✓ Transporte privado
- ✓ Guía instructor especializado
- ✓ Equipo
- ✓ Almuerzo

#### **NO INCLUYE:**

- ✓ Aspectos no mencionados

# CANOYING

## 16 CANOYING

**9:00 am** Recojo desde Coroico- La Casa de Hacienda – Entrada camino a las cascadas (aprox. 8 Km.) – Explicación de las actividades- ruta y tiempo de la caminata a las cascadas – Preparación para el descenso con los equipos y la ropa necesaria. Descenso de las 8 cascadas del cañón – Box Lunch (normal o vegetariano) – descanso en la hacienda- Retorno a Coroico.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>480</b>	<b>480</b>	<b>470</b>	<b>470</b>	<b>460</b>	<b>460</b>	<b>460</b>
<b>NETO</b>	<b>420</b>						

### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado Coroico- Santa Rosa de Vagante - Coroico
- ✓ Guía instructor especializado
- ✓ Equipo de descenso de barrancos(casco, traje de neopreno, arnés, bandas de seguridad y cuerdas)
- ✓ Box Lunch (normal o vegetariano)
- ✓ Botella de agua

### NO INCLUYE:

- ✓ Transporte La Paz- Coroico
- ✓ Desayuno
- ✓ Seguros
- ✓ Bloqueador solar
- ✓ Repelente para mosquitos
- ✓ Snacks
- ✓ Gafas de sol

**RECOMENDACION IMPORTANTE:** Lleve su cámara y una bolsa impermeable para que pueda tomar fotos durante la actividad. Es necesario llevar un cambio de ropa más zapatos. Además necesita de un calzado que proporcione una buena adherencia sobre la roca húmeda.

# QUADRATRACK

## 17 QUADRATRACK COROICO - FULL DAY

**7:00 am.** Desayuno Continental en restaurante Banais – Cumbre – Pongo – Prueba de equipo y Descenso por asfalto- Descenso por la carretera de la muerte – Descanso y almuerzo en Coroico Hotel Gloria - Partida del restaurant hacia Pongo – Retorno en Minivan desde Pongo a la ciudad de La Paz – Llegada aprox. 20:30 pm.

**PRECIO POR PERSONA: 150.- USD o 1050 bs.**

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
<b>USD</b>	<b>150</b>						
<b>COMISIONABLE 10% SOBRE TARIFA VENTA (USD )</b>							

### INCLUYE:

- ✓ Desayuno continental en Banais
- ✓ Almuerzo en el hotel Gloria
- ✓ Uso de piscina
- ✓ Equipo completo
- ✓ Seguro contra accidentes
- ✓ Transporte turístico La Paz – Pongo - La Paz
- ✓ Quadratracks marca CAN – AM
- ✓ Combustible
- ✓ Guía supervisor

### NO INCLUYE

- ✓ Entrada al camino de la muerte 25.- bolivianos
- ✓ Requisitos indispensables: Licencia de conducir
- ✓ Dejar pasaporte de garantía

# TREKKING

## 18.1 TREKKING TAKESI 3 DIAS /2NOCHES

**PRIMER DIA:** 7:00 am Recojo del hotel – Inicio rumbo a San Francisco – Almuerzo – observación durante el recorrido del Cañón de Palca – Valle de Illimani – Mururata.

9:30 am Inicia la caminata después de acomodar y organizar el equipo necesario para la actividad - Caminata de 6 horas aprox. Para llegar al Takesi – camping – cena

**SEGUNDO DIA:** Desayuno – caminata cerca al Mururata – almuerzo – caminata de 8 horas aprox – Camping – cena.

**TERCER DIA:** Desayuno – descenso por el camino del Inca - Caminata de 7 horas aprox. Arribo a la mina Chojlla – Retorno a La Paz.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>850</b>	<b>800</b>	<b>800</b>	<b>750</b>	<b>750</b>	<b>700</b>	<b>700</b>
<b>NETO</b>	<b>700</b>	<b>650</b>	<b>650</b>	<b>650</b>	<b>650</b>	<b>650</b>	<b>650</b>

### INCLUYE:

- ✓ Transporte privado La Paz – Choquekhota
- ✓ Transporte público Chojlla - La Paz
- ✓ Guía de trek
- ✓ Comidas durante el tour
- ✓ Porter
- ✓ Kit de primeros auxilios
- ✓ Equipo de Camping

### NO INCLUYE:

- ✓ Sleeping bag
- ✓ Agua
- ✓ Bebidas
- ✓ Ticket de entrada 30.- Bs.

## 18.2 TREKKING CHORO 3 DIAS / 2 NOCHES

**PRIMER DIA 8:00 am** La Paz - Cumbre (4700 m alt.), punto de inicio de la famosa “Ruta de la Muerte” que nos conduce hasta los Yungas - Ascenso en los valles profundos de la Cordillera real - Samaña pampa – Chucura – Challampampa - Comida fría a medio día – Camping en la noche.

**SEGUNDO DIA** Challampampa (Descenso de 6 horas aproximadamente hacia Yungas) – Almuerzo – Por la tarde arribo a la localidad del Choro – Caminata (sucesión de subidas y bajadas)- San Francisco – Cena – Camping.

**TERCER DIA** Por la mañana, cruzamos el río Coscapa - Pueblo de Sandillani – Almuerzo - . Después de algunas horas de marcha, nuestro trek concluye en la localidad de Chairó – Transporte privado 4x4 espera para llevarnos hasta la población de Coroico – Retorno a La Paz.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
		<b>780</b>	<b>780</b>	<b>770</b>	<b>760</b>	<b>760</b>	<b>750</b>
<b>NETO</b>	<b>650</b>						

### INCLUYE

- ✓ Transporte privado 4x4 privado
- ✓ Guía de trek Hispanoparlante
- ✓ Comidas durante el tour
- ✓ Kit de primeros auxilios
- ✓ Equipo de Camping

### NO INCLUYE

- ✓ Botella de Agua personal
- ✓ Mochilla
- ✓ Bolsa de dormir
- ✓ Otros no mencionados

# RURRENABAQUE

## 19.1 PAMPAS 3 DIAS/2 NOCHES

**PRIMER DIA 9:00 am.** Recorrido en Jeep a Santa Rosa – Pago de ingreso de 150 bs al Parque - Almuerzo – Navegación por el Rio Yacuma- Observación de capibaras, cocodrilos, monos pequeños grandes, varias clases de aves, tortugas, lagartos- Acomodación en las Cabañas - Navegación por el rio para ver el atardecer- Cena.

**SEGUNDO DIA:** Desayuno y luego se va en el bote para luego entrar a caminar en el pantano para buscar anacondas - Retorna al campamento- almuerzo – buscar a los delfines rosados para nadar con ellos, si quieren también pueden pescar pirañas eso se habla con el guía y el los lleva donde puedan pescar

Se retorna al campamento, se toma la cena- Después salen en el bote hacer un paseo nocturno, es necesario la linterna para ver los ojos de los cocodrilos, capibaras- Retorno al campamento. .

**TERCER DIA:** Caminata para ver el Amanecer en las Pampas – retorno al campamento y se toma el desayuno- paseo en el bote para que puedan sacar más fotos de las diferentes clases de animales que hay, y si tienen suerte pueden ver al oso perezoso y sacarle fotos - retorno al campamento- almuerzo - Retorna en el bote y después en el jeep hasta llegar a Rurrenabaque aproximadamente a las 5:00 pm.

VENTA	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	5PAX	6PAX	7PAX/UP
	900	900	900	850	850	850	850
NETO	750	750	750	750	750	750	750

### INCLUYE

- ✓ 2 noches de accommodation con mosquitero
- ✓ Energía solar y espacio de cena
- ✓ Comida buffet, botella de agua
- ✓ Kit de primeros auxilios
- ✓ Transporte 4x4 Jeep
- ✓ Guía especializado
- ✓ Cocinera profesional
- ✓ Radio de comunicación

### NO INCLUYE

- ✓ Ticket de ingreso (150.- bs)
- ✓ Hostal en Rurrenabaque

## 19.2RURRENABAQUE JUNGLE 3 DIAS Y 2 NOCHES

**PRIMER DIA: 9:00 am** Rurrenabaque- Rio Beni – San Buenaventura – Pago de ingreso al Parque 125 bs.- Navegación por el Rio Beni – estrecho del Bala – Observación de aves – llegada al campamento - Acomodación en cabañas – Almuerzo – Caminata de 3 a 4 horas conociendo plantas medicinales, toxicas- Insectos – Retorno al campamento – Cena – Caminata para observar animales nocturnos.

**SEGUNDO DIA:** Desayuno- caminata por la selva de 3 horas aprox. Aprendiendo de las plantas y las propiedades de estas – Retorno al campamento – Almuerzo- 2 opciones por la tarde: si están cansados pueden quedarse en el campamento para hacer artesanías con las semillas de la selva y la segunda opción es salir a caminar para aprender sobre las vegetación y arboles muy grandes – Cena – Caminata para escuchar el sonido de la naturaleza en la noche.

**TERCER DIA:** Desayuno – caminata – observación de animales como los chanchos de monte (se los verá en tropas de entre 100 a 200 juntos) – retorno al campamento- Almuerzo – Retorno a Rurrenabaque.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>900</b>	<b>900</b>	<b>900</b>	<b>850</b>	<b>850</b>	<b>850</b>	<b>850</b>
<b>NETO</b>	<b>750</b>						

### INCLUYE

- ✓ 2 noches de accommodation en cabaña con moequitero
- ✓ Energía solar y espacio para reuniones y cena
- ✓ Comida buffet
- ✓ Botella de agua
- ✓ Kit de primeros auxilios
- ✓ Transporte 4x4 Jeep
- ✓ Guía especializado
- ✓ Cocinera profesional
- ✓ Radio de comunicación

### NO INCLUYE

- ✓ Ticket de ingreso (150.- BS)
- ✓ Hostal en Rurrenabaque

# CHALALAN MADIDI

## 20.1 PROGRAMA TAPACARE 3DÍAS/2NOCHES

### **PRIMER DIA LA PAZ – RURRENABAQUE – CHALALAN ECOLODGE**

Recepción en Aeropuerto de Rurrenabaque por uno de nuestros guías y traslado hasta la oficina de Chalalán - Bote a motor fuera de borda con destino al Ecolodge (5 horas y ½ navegando por los ríos Beni y Tuichi) - el viaje es una oportunidad para disfrutar y apreciar bellos paisajes como el cañón del Bala (Bala George), paisajes de la selva tropical, con la posibilidad de observar algunos animales y aves durante el viaje hasta llegar al puerto de Chalalán. (A medio trayecto en el recorrido servimos un box lunch o refrigerio) - Desde el puerto principal iniciamos una caminata de 25 minutos siguiendo el sendero Jaguar hasta llegar al lago Chalalán donde se encuentra ubicado el Ecolodge - Recepción y bienvenida, y acomodación en sus respectivas habitaciones - Almuerzo de bienvenida - caminata corta por uno de nuestros senderos temáticos, donde el guía local hará la interpretación del bosque tropical húmedo y su uso tradicional - Retorno en canoa para observar algunas especies de monos y aves - Cena - Luego de la cena iniciaremos una caminata corta para observar la vida nocturna de animales, especialmente variedad de insectos.

### **SEGUNDO DÍA - CHALALÁN ECOLODGE – PARQUE NACIONAL MADIDI**

Desayuno en el Ecolodge - caminata guiada de 3 a 4 horas por el sendero Tapacare o similar, donde el guía local profundizará la interpretación del bosque lluvioso y los procesos ecológicos - Retorno al Albergue – Almuerzo - visita el mirador desde donde podrá observar el hermoso paisaje del lago Chalalán y la extensa selva tropical primaria del Parque Nacional Madidi - Charla acerca de la historia de la comunidad, el proyecto Chalalán y la creación del parque Madidi – Retorno al ecolodge – Cena (La cena será comida típica de la zona tipo buffet) - Paseo en canoa, actividad especial para observar el brillo impresionante de los ojos de caimanes y otros animales - Noche tradicional (Quechua – Tacana) donde nuestros guías locales explicaran sobre las costumbres, usos y rituales de los indígenas Uchupiamonas, donde podrá degustar de una bebida tradicional local, deleitarse con la música local y bailar con la gente de nuestra comunidad de San José de Uchupiamonas.

### **TERCER DÍA: CHALALÁN ECOLODGE – RURRENABAQUE**

Desayuno en el Ecolodge - caminata corta por uno de nuestros senderos donde tendrá su última oportunidad para observar algunos animales y aves. Retorno al Albergue - caminaremos hacia el puerto Chalalán para abordar el bote a motor de retorno a Rurrenabaque - Arribo a Rurrenabaque y traslado al aeropuerto para pasajeros que tienen vuelo de retorno a La Paz

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>360</b>						
<b>NETO USD</b>	<b>315</b>						

#### **INCLUYE**

- ✓ 3 noches ecolodge Chalalan – Baño compartido
- ✓ Comida buffet
- ✓ Kit de primeros auxilios
- ✓ Transporte – bote
- ✓ Guía especializado

#### **NO INCLUYE**

- ✓ Ticket de ingreso (150.- BS)

**Nota: El almuerzo del último día será servido a hrs 11:00am por lo que puede tomar el vuelo de retorno a La Paz a hrs 16:00, (recomendable)**

(\*) El programa incluye una noche de hospedaje en hotel Oriental en Rurrenabaque, ya sea a su llegada o a su salida de Chalalan. En caso de no requerir Hotel en Rurrenabaque, el costo del programa será menos USD 10 por persona)

## **20.2 PROGRAMA ESLABÓN 4DIAS/3NOCHES**

### **PRIMER DÍA 0: LA PAZ – RURRENABAQUE**

Recepción en Aeropuerto de Rurrenabaque por uno de nuestros guías y traslado hasta la oficina de Chalalán, donde le informaremos acerca de su viaje del siguiente día al Albergue, después le mostraremos su hostel donde pernoctara la noche.

### **PRIMER DÍA: RURRENABAQUE – CHALALÁN ECOLOGE**

Por la mañana el guía pasara por su hotel para recogerlo y trasladarlo al puerto y tomar el bote a motor fuera de bordo con destino al Ecolodge - El viaje en bote toma aproximadamente 5 horas y ½ navegando por los ríos Beni y Tuichi, el viaje es una oportunidad para disfrutar y apreciar bellos paisajes como el cañón del Bala (Bala George), paisajes de la selva tropical, con la posibilidad de observar algunos animales y aves durante el viaje hasta llegar al puerto de Chalalán. (A medio trayecto en el recorrido servimos un box lunch o refrigerio). Desde el puerto principal iniciamos una caminata de 25 minutos siguiendo el sendero Jaguar hasta llegar al lago Chalalán donde se encuentra ubicado el Ecolodge. Recepción y bienvenida, y acomodación en sus respectivas habitaciones. Almuerzo de bienvenida.

Por la tarde, después de almuerzo tendremos una caminata corta por uno de nuestros senderos temáticos, donde el guía local hará la interpretación del bosque tropical húmedo y su uso tradicional. Retorno en canoa para observar algunas especies de monos y aves - Cena - caminata corta para observar la vida nocturna de animales, especialmente variedad de insectos.

### **SEGUNDO DÍA: CHALALÁN ECOLOGE – PARQUE NACIONAL MADIDI.**

Desayuno en el Ecolodge - caminata guiada de 3 a 4 horas por el sendero Tapacare u otro similar - donde el guía local hará la interpretación del bosque tropical y los procesos ecológicos - Retorno al Ecolodge - Almuerzo - visita el mirador desde donde podrá observar el hermoso paisaje del lago Chalalán y la extensa selva tropical primaria del Parque Nacional Madidi - Charla acerca de la historia de la comunidad, el proyecto Chalalán y la creación del parque Madidi – Cena – Paseo en canoa, o caminata nocturna para observar animales y aves nocturnos.

### **TERCER DÍA: CHALALÁN ECOLOGE – PARQUE NACIONAL MADIDI**

Desayuno en el Ecolodge - caminata hacia el río Eslabón, esta vez una caminata larga de todo el día (6h aprox.), para adentrarnos hacia las profundidades del bosque virgen y tener la oportunidad de observar animales tales como: mono araña, tapir, venado, chanchos salvajes y también aprender más sobre la interpretación del bosque tropical húmedo y los procesos ecológicos - Refrigerio en el río Eslabón.

Después de un pequeño descanso y observación de paisajes - retornaremos al Ecolodge por el mismo sendero. Arribo al Ecolodge, Refrigerio de llegada. Luego de un descanso podremos disfrutar del lago tomando un baño y haciendo natación. Cena: La cena será comida típica de la

zona tipo buffet - Paseo en canoa - actividad especial para la observar el brillo impresionante de los ojos de caimanes y otros animales - Noche tradicional (Quechua – Tacana) donde nuestros guías locales harán la explicación sobre las costumbres, usos y rituales de los indígenas Uchupiamonas, actividad en la cual además podrá degustar de una bebida tradicional local, deleitarse con la música local y bailar con la gente de nuestra comunidad San José de Uchupiamonas.

#### **CUARTO DÍA: CHALALÁN ECOLODGE – RURRENABAQUE**

Desayuno en el Ecolodge. Muy temprano tendremos una caminata corta por uno de nuestros senderos donde tendrá su última oportunidad para observar algunos animales y aves. Retorno al Albergue. Almuerzo - caminata hacia el puerto Chalalán para abordar el bote a motor de retorno a Rurrenabaque - Durante el viaje se recomienda estar siempre atento para poder observar algunos animales en el trayecto. El viaje de retorno toma solo 3 horas. Arribo a Rurrenabaque y traslado al aeropuerto para pasajeros que tienen vuelo de retorno a La Paz

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>460</b>						
<b>NETO USD</b>	<b>400</b>						

#### **INCLUYE**

- ✓ 3 noches ecolodge Chalalan – Baño compartido
- ✓ Comida buffet
- ✓ Kit de primeros auxilios
- ✓ Transporte – bote
- ✓ Guía especializado

#### **NO INCLUYE**

- ✓ Ticket de ingreso (150.- BS)

**Nota: El almuerzo del último día será servido a hrs 11:00am por lo que puede tomar el vuelo de retorno a La Paz a hrs 16:00, (recomendable)**

(\*) El programa incluye una noche de hospedaje en hotel Oriental en Rurrenabaque, ya sea a su llegada o a su salida de Chalalan. En caso de no requerir Hotel en Rurrenabaque, el costo del programa será menos USD 10 por persona

## **20.3 PROGRAMA PENENA 5DIAS/4NOCHES**

### **DÍA 0: LA PAZ – RURRENABAQUE**

Recepción en Aeropuerto de Rurrenabaque por uno de nuestros guías y traslado hasta la oficina de Chalalán, donde le informaremos acerca de su viaje del siguiente día al Albergue, después le mostraremos su hostel donde pernoctara la noche.

### **DÍA 1: RURRENABAQUE – CHALALÁN ECOLOGE**

Por la mañana el guía pasara por su hotel para recogerlo y trasladarlo al puerto y tomar el bote a motor fuera de borda con destino al Ecolodge. El viaje en bote toma aproximadamente 5 horas y ½ navegando por los ríos Beni y Tuichi, el viaje es una oportunidad para disfrutar y apreciar bellos paisajes como el cañón del Bala (Bala George), paisajes de la selva tropical, con la posibilidad de observar algunos animales y aves durante el viaje hasta llegar al puerto de Chalalán. (A medio trayecto en el recorrido servimos un box lunch o refrigerio). Desde el puerto principal iniciamos una caminata de 25 minutos siguiendo el sendero Jaguar hasta llegar al lago Chalalán donde se encuentra ubicado el Ecolodge. Recepción y bienvenida, y acomodación en sus respectivas habitaciones. Almuerzo de bienvenida.

Por la tarde, después de almuerzo tendremos una caminata corta por uno de nuestros senderos temáticos, donde el guía local hará la interpretación del bosque tropical húmedo y su uso tradicional. Retorno en canoa para observar algunas especies de monos y aves. Cena.

Luego de la cena iniciaremos una caminata corta para observar la vida nocturna de animales, especialmente variedad de insectos.

### **DÍA 2: CHALALÁN ECOLOGE – PARQUE NACIONAL MADIDI.**

Desayuno en el Ecolodge. Luego del desayuno tendremos una caminata guiada de 3 a 4 horas por el sendero Tapacare u otro de similar características, donde el guía local hará la interpretación del bosque tropical y los procesos ecológicos. Retorno al Ecolodge. Almuerzo.

Por la tarde, después de un pequeño descanso (siesta), se visitara el mirador desde donde podrá observar el hermoso paisaje del lago Chalalán y la extensa selva tropical primaria del Parque Nacional Madidi. Charla acerca de la historia de la comunidad, el proyecto Chalalán y la creación del parque Madidi.

Cena en el Ecolodge. Paseo en canoa, actividad especial para la observar el brillo impresionante de los ojos de caimanes y algunas otras especies de animales.

### **DÍA 3: CHALALÁN ECOLOGE – PARQUE NACIONAL MADIDI**

Desayuno. Caminata larga (5h) por los senderos Silbador, Huaso y Penena hasta llegar al Salitral o Colpa, área especial del bosque tropical donde los animales acuden para obtener las sales minerales. Este sitio es un lugar especial del bosque para la interpretación y observación de vida

silvestre y hablar acerca del comportamiento de los mamíferos, además de la interpretación de los procesos ecológicos y hábitats del bosque primario.

Box lunch y refrigerio.

Retorno en bote por el río Tuichi y breve caminata por el sendero Jaguar hacia el Ecolodge. Esta caminata incluye todas las temáticas ofrecidas en Chalalán. La caminata tiene un grado de dificultad medio y es apto para todo visitante. La duración total de la excursión es de aproximadamente 7 horas. Este recorrido ofrece mayor posibilidad de observar especies de fauna. Algunos de las especies más comunes a observar en el área son el mono araña, mono aullador, mono capuchino, chanchos salvajes, parabas, loros y con menor posibilidad avistar muy velozmente al jaguar.

Arribo al Ecolodge y refrigerio. Natación y relajamiento en el Lago.

Después de la cena puede elegir como actividad opcional una breve caminata nocturna o un paseo en canoa por el lago Chalalán. La actividad nocturna ofrece la posibilidad de observar anfibios, aves nocturnas, murciélagos pescadores y divisar fácilmente el impresionante brillo de los ojos de los caimanes negros.

#### **DÍA 4: CHALALÁN ECOLODGE – PARQUE NACIONAL MADIDI**

Desayuno en el Ecolodge. Luego del desayuno, iniciaremos una caminata hacia el río Eslabón, esta vez una caminata larga de todo el día (6h aprox.), para adentrarnos hacia las profundidades del bosque virgen y tener la oportunidad de observar animales tales como: mono araña, tapir, venado, chanchos salvajes y también aprender más sobre la interpretación del bosque tropical húmedo y los procesos ecológicos. Refrigerio en el río Eslabón.

Después de un pequeño descanso y observación de paisajes, retornaremos al Ecolodge por el mismo sendero. Arribo al Ecolodge, Refrigerio de llegada. Luego de un descanso podremos disfrutar del lago tomando un baño y haciendo natación.

Cena; La cena será comida típica de la zona tipo buffet.

Paseo en canoa, actividad especial para la observar el brillo impresionante de los ojos de caimanes y otros animales.

Noche tradicional (Quechua – Tacana) donde nuestros guías locales harán la explicación sobre las costumbres, usos y rituales de los indígenas Uchupiamonas, actividad en la cual además podrá degustar de una bebida tradicional local, deleitarse con la música local y bailar con la gente de nuestra comunidad San José de Uchupiamonas.

#### **DÍA 5: CHALALÁN ECOLODGE – RURRENABAQUE**

Desayuno en el Ecolodge. Muy temprano tendremos una caminata corta por uno de nuestros senderos donde tendrá su última oportunidad para observar algunos animales y aves. Retorno al Albergue. Almuerzo.

Después del almuerzo, caminaremos hacia el puerto Chalalán para abordar el bote a motor de retorno a Rurrenabaque. Durante el viaje se recomienda estar siempre atento en el trayecto para poder observar algunos animales. El viaje de retorno toma solo 3 horas.

Arribo a Rurrenabaque y traslado al aeropuerto para pasajeros que tienen vuelo de retorno a La Paz

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>555</b>						
<b>NETO USD</b>	<b>480</b>						

#### **INCLUYE**

- ✓ 3 noches ecolodge Chalalan – Baño compartido
- ✓ Comida buffet
- ✓ Kid de primeros auxilios
- ✓ Transporte – bote
- ✓ Guía especializado

#### **NO INCLUYE**

- ✓ Ticket de ingreso (150.- BS)

**Nota: El almuerzo del último día será servido a hrs 11:00am por lo que puede tomar el vuelo de retorno a La Paz a hrs 16:00, (recomendable)**

(\*) El programa incluye una noche de hospedaje en hotel Oriental en Rurrenabaque, ya sea a su llegada o a su salida de Chalalan. En caso de no requerir Hotel en Rurrenabaque, el costo del programa será menos USD 10 por persona)

## **20.4 PROGRAMA CHALALAN + VISITA COMUNIDAD SAN JOSE DE UCHUPIAMONAS 6DIAS/5NOCHES**

### **DÍA 0: LA PAZ – RURRENABAQUE**

Recepción en Aeropuerto de Rurrenabaque por uno de nuestros guías y traslado hasta la oficina de Chalalán, donde le informaremos acerca de su viaje del siguiente día al Albergue, después le mostraremos su hostel donde pernoctara la noche.

### **PRIMER DÍA: RURRENABAQUE – CHALALÁN ECOLODGE**

Por la mañana el guía pasara por su hotel para recogerlo y trasladarlo al puerto y tomar el bote a motor fuera de borda con destino al Ecolodge. El viaje en bote toma aproximadamente 5 horas y ½ navegando por los ríos Beni y Tuichi, el viaje es una oportunidad para disfrutar y apreciar bellos paisajes como el cañón del Bala (Bala George), paisajes de la selva tropical, con la posibilidad de observar algunos animales y aves durante el viaje hasta llegar al puerto de Chalalán. (A medio trayecto en el recorrido servimos un box lunch o refrigerio). Desde el puerto principal iniciamos una caminata de 25 minutos siguiendo el sendero Jaguar hasta llegar al lago Chalalán donde se encuentra ubicado el Ecolodge. Recepción y bienvenida, y acomodación en sus respectivas habitaciones. Almuerzo de bienvenida.

Por la tarde, después de almuerzo tendremos una caminata corta por uno de nuestros senderos temáticos, donde el guía local hará la interpretación del bosque tropical húmedo y su uso tradicional. Retorno en canoa para observar algunas especies de monos y aves. Cena.

Luego de la cena iniciaremos una caminata corta para observar la vida nocturna de animales, especialmente variedad de insectos.

### **SEGUNDO DÍA: CHALALÁN ECOLODGE – PARQUE NACIONAL MADIDI.**

Desayuno en el Ecolodge. Luego del desayuno tendremos una caminata guiada de 3 a 4 horas por el sendero Tapacare u otro de similar características, donde el guía local hará la interpretación del bosque tropical y los procesos ecológicos. Retorno al Ecolodge. Almuerzo.

Por la tarde, después de un pequeño descanso (siesta), se visitara el mirador desde donde podrá observar el hermoso paisaje del lago Chalalán y la extensa selva tropical primaria del Parque Nacional Madidi. Charla acerca de la historia de la comunidad, el proyecto Chalalán y la creación del parque Madidi.

Cena en el Ecolodge. Paseo en canoa, actividad especial para la observar el brillo impresionante de los ojos de caimanes y algunas otras especies de animales.

### **TERCER DÍA: CHALALÁN ECOLODGE – PARQUE NACIONAL MADIDI**

Desayuno. Caminata larga (5h) por los senderos Silbador, Huaso y Penena hasta llegar al Salitral o Colpa, área especial del bosque tropical donde los animales acuden para obtener las sales minerales. Este sitio es un lugar especial del bosque para la interpretación y observación de vida silvestre y hablar acerca del comportamiento de los mamíferos, además de la interpretación de los procesos ecológicos y hábitats del bosque primario.

Box lunch y refrigerio.

Retorno en bote por el río Tuichi y breve caminata por el sendero Jaguar hacia el Ecolodge. Esta caminata incluye todas las temáticas ofrecidas en Chalalán. La caminata tiene un grado de dificultad medio y es apto para todo visitante. La duración total de la excursión es de aproximadamente 7 horas. Este recorrido ofrece mayor posibilidad de observar especies de fauna. Algunos de las especies más comunes a observar en el área son el mono araña, mono aullador, mono capuchino, chanchos salvajes, parabas, loros y con menor posibilidad avistar muy velozmente al jaguar.

Arribo al Ecolodge y refrigerio. Natación y relajamiento en el Lago.

Después de la cena puede elegir como actividad opcional una breve caminata nocturna o un paseo en canoa por el lago Chalalán. La actividad nocturna ofrece la posibilidad de observar anfibios, aves nocturnas, murciélagos pescadores y divisar fácilmente el impresionante brillo de los ojos de los caimanes negros.

#### **CUARTO DÍA: CHALALÁN ECOLODGE – PARQUE NACIONAL MADIDI**

Desayuno en el Ecolodge. Caminata por el sendero Silbador, Mutún y Anta hasta llegar al río Rayamayu, donde podremos caminar por la rivera del arroyo y pescar pirañas. Breve descanso y retorno al Ecolodge.

Almuerzo en el Ecolodge. Breve descanso.

En la tarde proyectaremos un documental acerca de la historia del pueblo indígena y TCO Uchupiamonas donde podremos aprender acerca de la vida y las costumbres acerca de los indígenas amazónicos. Dependiendo del horario podremos realizar actividad artesanal, actividad que le permitirá con la ayuda del guía local elaborar su propia artesanía como anillos y collares hechos en base a semillas obtenidas del bosque.

Cena en el Ecolodge.

***Actividad Opcional Día 4:** Caminata corta por el sendero Wichi hacia el río Tuichi para tomar el bote hacia el Lago Santa Rosa. El viaje en bote toma unos 20 minutos complementada con una caminata de 30 minutos hasta llegar al Lago Santa Rosa. El lago ofrece la posibilidad de realizar paseo en canoa y pescar pirañas con anzuelos. Las riveras del Lago son ideal para la observación de aves, principalmente guacamayos. Luego de unas 2 a 3 horas de actividad en el área retornaremos hacia el Ecolodge tomando la misma ruta. (USD25)*

## **QUINTO DÍA: CHALALÁN ECOLODGE – COMUNIDAD INDÍGENA SAN JOSÉ DE UCHUPIAMONAS**

Desayuno - caminaremos hacia el puerto Chalalán sobre el río Tuíchi donde abordaremos el bote a motor fuera de borda con destino a la comunidad de San José de Uchupiamonas. El viaje permite navegar aguas arriba del majestuoso y caudaloso río Tuíchi. Arribo al puerto de San José de Uchupiamonas. Caminata de 30 minutos con destino a la comunidad. Este recorrido también se lo puede realizar montado a caballo. Arribo a la comunidad. Recibimiento con música autóctona. Presentación de la comunidad a cargo de una autoridad. Visita a las familias artesanas donde podrán ver el proceso de elaboración de diferentes artesanías (tallados en madera, cestería, hilados, tarjetería).

Almuerzo en la comunidad.

Después de almuerzo, visita a áreas de cultivo tradicional y posteriormente visitar la unidad educativa.

Retorno al puerto para tomar el bote de retorno al Ecolodge. Arribo al puerto de Chalalán y caminata de 25 minutos hacia el Ecolodge.

Cena, La cena será comida típica de la zona tipo buffet.

Paseo en canoa, actividad especial para la observar el brillo impresionante de los ojos de caimanes y otros animales.

Noche tradicional (Quechua – Tacana) donde nuestros guías locales harán la explicación sobre las costumbres, usos y rituales de los indígenas Uchupiamonas, actividad en la cual además podrá degustar de una bebida tradicional local, deleitarse con la música local y bailar con la gente de nuestra comunidad San José de Uchupiamonas.

## **SEXTO DÍA: CHALALÁN ECOLODGE – RURRENABAQUE**

Desayuno en el Ecolodge - caminata corta por uno de nuestros senderos donde tendrá su última oportunidad para observar algunos animales y aves. Retorno al Albergue - caminata hacia el puerto Chalalán para abordar el bote a motor de retorno a Rurrenabaque - Arribo a Rurrenabaque y traslado al aeropuerto para pasajeros que tienen vuelo de retorno a La Paz

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>735</b>						
<b>NETO USD</b>	<b>650</b>						

## **INCLUYE**

- ✓ 3 noches ecolodge Chalalan – Baño compartido
- ✓ Comida buffet
- ✓ Kit de primeros auxilios
- ✓ Transporte – bote
- ✓ Guía especializado

## **NO INCLUYE**

- ✓ Ticket de ingreso (150.- BS)

**Nota: El almuerzo del último día será servido a hrs 11:00am por lo que puede tomar el vuelo de retorno a La Paz a hrs 16:00, (recomendable)**

**(\* El programa incluye una noche de hospedaje en hotel Oriental en Rurrenabaque, ya sea a su llegada o a su salida de Chalalan. En caso de no requerir Hotel en Rurrenabaque, el costo del programa será menos USD 10 por persona)**

# BOTE RURRENABAQUE

## 21. BOTE RURRENABAQUE – PAMPAS – JEEP RURRENABAQUE/ LA PAZ ( 5 DIAS )

Programa de 5 días (2 días en bote – 2 días Pampas – 1 día Jeep).

**PRIMER DIA:** Tour Bote 04:00 a 04:30 recojo desde La Paz. 06:30 Recojo desde Coroico. 09:30 Desayuno en Caranavi. 09:45 partida desde Caranavi. 12:00 Llegada al punto de partida en Bote- Almuerzo. 13:30 Partida en Bote. 18:00 Camping a orilla del rio.

**SEGUNDO DIA:** Tour Bote 08:00 1 hora. 10:00 Caminata en la Jungla de 3 a 4 horas. 17:00 o 18:00 llegada a Rurrenabaque. Hotel (no incluye)

**TERCER DIA:** Pampas Tour 07:00 encuentro en oficina de Rurrenabaque. 07:30 Transporte privado por 3 horas. 10:30 bote al campamento. 15:00 navegación en bote para observar animales. 20:00 noche de bote

**CUARTO DIA:** Tour Pampas 08:30 Caminata donde las Anacondas 2 horas y media. 11:30 Almuerzo 13: 30 Navegación en bote por 3 horas y media. 17:00 Transporte privado a Rurrenabaque 3 horas (Hotel no incluye)

**QUINTO DIA:** 07:00 Jeep Rurrenabaque – La Paz 12 horas.

**PRECIO POR PERSONA: 2700.-BS**

NETO BS.	VENTA	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	5PAX	6PAX	7PAX	11PAX
.-			2700.-	2700.-	2700.-	2700.-	2700.-	2700.-	2700.-

**INCLUYE:**

**TOUR BOTE**

- ✓ Transporte privado
- ✓ Tour bote
- ✓ Cocinero
- ✓ 1 noche de camping
- ✓ Guía en español

- ✓ Comidas( 2 desayunos -2 almuerzos-1 cena)
- ✓ Botella de agua 2 litros por persona y día.
- ✓ Tickets de ingreso

**TOUR PAMPAS:**

- ✓ Transporte privado
- ✓ Tour bote
- ✓ Guía
- ✓ Cocinero
- ✓ Comidas(1 desayuno – 2 almuerzos – 1 cena )
- ✓ 1 noche de acomodación en el campamento
- ✓ Mosquitero personal
- ✓ Sabanas
- ✓ Mantas
- ✓ Botella de agua de 2 litros por persona

**NO INCLUYE:**

**TOUR BOTE**

- ✓ Desayuno el primer día
- ✓ Bolsa de dormir
- ✓ Snacks – bebidas

**TOUR PAMPAS**

- ✓ Desayuno el primer día
- ✓ Snacks – bebidas
- ✓ Ticket de ingreso de 150.- BS.

**RURRENABAQUE**

- ✓ Comidas
- ✓ Acomodación

**NOTA:** Guía en Ingles o traductor, adicionar **40.- USD** por el grupo, no por persona.

## 22. JUNGLE RAFTING – LA PAZ - RURRENABAQUE 5 DIAS/4NOCHES

**PRIMER DIA: La Paz** 05:15 a 05:30 recojo desde hotel recorrido aprox. 07:45 a 08:00 Recojo desde Coroico. 09:00 desayuno – Teoponte – Almuerzo - Salida en Balsa del Rio Kaka – Camping.

**SEGUNDO DIA:** Desayuno - 08:00 caminata en la Jungla/selva – conociendo las cataratas de Rtemas – donde puede nadar – balsa hacia el segundo campamento – caminata en la selva por la noche.

**TERCER DIA:** Desayuno - Caminata por la jungla hasta el siguiente campamento.

**CUARTO DIA:** Desayuno – RUMBO Rio Abajo- observación de Guacamayos y animales que se encuentran en las orillas del rio- Arribó al campamento – guía les enseñara a pescar como los lugareños- cena.

**QUINTO DIA:** Desayuno – navegación en bote rumbo a Rurrenabaque – llegada aproximada a Rurrenabaque 15:00 pm o 17:00pm.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>1740</b>						
<b>COMISIONABLE 10% SOBRE TARIFA DE VENTA</b>							

### INCLUYE:

- ✓ Transporte
- ✓ Balsa
- ✓ Guía
- ✓ Cocinero
- ✓ 4 noches de acomodación – camping
- ✓ Tienda de campaña
- ✓ Colchones
- ✓ Comidas durante el tour (5 desayunos- 5 almuerzos- 4 cenas)

### NO INCLUYE:

- ✓ Ticket ingreso al Parque 125.- BS.
- ✓ Agua personal (llevar pastillas de purificacion)
- ✓ Bolsa de dormir
- ✓ Bebidas
- ✓ Cigarrillos
- ✓ Snacks

**NOTA:** Las partidas son cada miércoles. Otro día solo con grupo de 5 personas. El grupo es máximo de 8 personas y mínimo de 2 personas.

**23. TOUR JUNGLA – LA PAZ –RURRENABAQUE – BOTE A  
RURRENABAQUE 3 DIAS / 2 NOCHES**

**PRIMER DIA:** La Paz 05:15 a 05:30 recojo desde hotel recorrido aprox. 07:45 a 08:00 Recojo desde Coroico. 09:00 Recorrido por 2 horas rumbo a Caranavi – Almuerzo. 15:30 partida en Bote – camping.

**SEGUNDO DIA:** Desayuno - 08:00 caminata en la Jungla (3 horas) – conociendo los diferentes usos de las plantas – Cañón 2 horas de caminata – cena – caminata por la noche en la jungla.

**TERCER DIA:** 08:00 Caminata por 3 horas en la jungla- navegación en bote – Almuerzo. 15:00 a 16:00 llegada a Rurrenabaque.

**PRECIO POR PERSONA: 1450.-BS**

NETO BS.	VENTA	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	5PAX	6PAX	7pax	11/UP
		1450.-	1450.-	1450.-	.1450-	1450.-	1450.-	1450.-	1450.-

**INCLUYE:**

- ✓ 2 noches de acomodación
- ✓ Comidas(2 desayunos- 3 almuerzos- 2 cenas)
- ✓ Camping
- ✓ Colchones
- ✓ Transporte privado
- ✓ Bote
- ✓ Guía
- ✓ Ingresos
- ✓ Botella de agua de 2 litros por persona y día.
- ✓ Tickets de ingreso

**NO INCLUYE:**

- ✓ Bolsa de dormir
- ✓ Snacks – bebidas

## 24. SALAR DE UYUNI Y LAGUNA DE COLORES

### 24.1 SALAR DE UYUNI 3Dias /2 Noches

**PRIMER DIA:** Llegada a Uyuni a hrs 7:00 am, una persona los esperara en la oficina a su llegada. Si nadie los encuentran entonces por favor deben ir a la oficina “SALAR CAMEL EXPERIENCE” Avenida Ferroviaria justo en frente de la oficina de MIGRACIÓN, buscar a la señora Albina.

Salimos de Uyuni a las 10:15 A.M. en un Jeep 4x4 para Visitar el Cementerio de trenes, la procesadora de sal, para luego contemplar el más grande salar en el mundo donde tendremos una parada para fotos; después de unos minutos llegamos al Hotel de Sal para tomar fotos, y luego el almuerzo en la isla del pescado Más tarde descansaremos en una casa de sal (dormitorio).

**SEGUNDO DIA:** Pasaremos a visitar las lagunas Cañapa, Hedionda, Chiarcota, e ingresaremos al desierto de Dalí. Para disfrutar de las vistas de las vicuñas, flamencos y Vizcachas (una especie de roedores andinos). En el camino también observaremos el famoso árbol de piedra. Nos alojaremos cerca de la Laguna Colorada. (Dormitorio).

**TERCER DIA:** Empezaremos el día muy temprano hrs. 05:00am visitando un lugar llamado “El Sol de Mañana” lugar donde podrá apreciar géiseres y fumarolas. Luego iremos rumbo a las aguas termales para después disfrutar de un delicioso desayuno. Después visitamos la laguna verde la cual está en la base del volcán

Licancabur. Tenemos transporte de retorno a Uyuni Llegada aproximada a UYUNI

**PRECIO POR PERSONA: 750.- BS**

NETO BS.	VENTA	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	5PAX	6PAX
700.-		850.-	850.-	850.-	850.-	800.-	800.-

#### INCLUYE:

- ✓ 2 noches de hospedaje en dormitorios.
- ✓ 2 almuerzos, 2desayuno 2cenar
- ✓ El transporte desde el principio hasta el final del Tour en un 4X4 (6 TURISTAS)
- ✓ CHOFER – GUÍA EN ESPAÑOL

#### NO INCLUYE:

- ✓ Cuota de admisión para para la isla del Pescado 30 bs y 150 para el parque

- ✓ Agua, snacks, , ducha (10bs)
- ✓ Lentes de sol (esenciales en el salar) bloqueador solar, sombrero, papel, linterna, ropa de abrigo (lana / polar, corta vientos y ropa de dormir) traje de baño, suficiente dinero en efectivo, ya que no hay cajeros automáticos en Uyuni.

## 25. PARQUE NACIONAL TORO TORO - (3DÍAS - 2 NOCHES)

**PRIMER DIA : 06:30 am** Cochabamba – Partida hacia Toro Toro – acomodación hotel – registro en oficina del Parque Nacional Toro Toro – Almuerzo – Caverna de Humajalanta – retorno a Toro Toro – Cena.

**SEGUNDO DIA :** Desayuno –Visita al museo Litico Pachamama Wasi – Visita al cerro de Wayllas – en el que se obvervan cientos de huellas – caminata de 3 horas bordeando el Cañon de Toro Toro – Mirador – Almuerzo (Box Lunch) – caminata retorno a Toro toro – Pinturas Rupestres – Cena.

**TERCER DIA:** 08:00 am Desayuno – Salida a la ciudad de Itas (serie de formaciones rocosas a casi 4000 metros de altura – laberintos y galerías pétreas forman una ciudad gótica, enclavada en una serranía de rocas sedimentarias) – Almuerzo (Box Lunch) – Retorno a Toro Toro – Salida rumbo a Cochabamba (llegada aprox. 22:00 pm.)

**PRECIO POR PERSONA: 750.- BS**

NETO BS.	VENTA	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	5PAX	6PAX	8PAX	11PAX
600.-		750.-	750.-	750.-	700.-	700.-	700.-	700.-	700.-

### INCLUYE

- ✓ Transporte Privado CBB/TOROTORO/CBB + Caverna Humajalanta +Ciudad de Itas.
- ✓ Guías Locales de Parque Nacional Toro Toro
- ✓ Visita a los atractivos (Caverna de Humajalanta, Cañon de Toro Toro, Cascadas "El Vergel", Pintura Rupestre, Pachamama Wasi, Cerro de Wayllas, Ciudad de Itas)
- ✓ Hospedaje 2 noches
- ✓ Tickets de ingreso (solo al Parque Nacional Toro Toro)
- ✓ Sistema de alimentación completa: 2 Desayunos, 2 almuerzos y 1 almuerzo Box Lunch, 2 cenas

### NO INCLUYE

- ✓ Excursiones adicionales a otros atractivos NO indicados en el Programa.
- ✓ Alquiler de cascos y linternas para ingresar a la Caverna de Umajalanta. (Adicionar Bs. 7,50.- se paga a los comunarios directamente)
- ✓ Tickets de ingreso al Pachamama Wasi adicionar 5.- Bs. por persona.
- ✓ Tickets de ingreso a la ciudad de Itas adicionar 7,50 .- Bs. por persona
- ✓ Botellas de agua

- ✓ Souvenirs
- ✓ Y otros aspectos no mencionados

# TARIJA

## 26.1 RUTA DEL VINO Y SINGANIS DE ALTURA (6 horas)

Paseo por los Viñedos 3 bodegas: 2 industriales y una artesanal (Barbera, Merlot, Riesling, Moscatel, Sirah, Caberne Sauvignon) – Participación en el proceso de obtención del vino (industrial y artesanal) – Degustación retorno al punto de partida.

VENTA	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	5PAX	6PAX	7PAX/UP
	600	600	600	600	600	600	600
<b>COMISIONABLE 10% SOBRE PRECIO DE VENTA</b>							

### INCLUYE:

- ✓ Transporte Turístico
- ✓ Degustación de vinos y mesa de picados
- ✓ Guía especializado
- ✓ Botella de Vino (cortesía) y Degustación

### NO INCLUYE:

- ✓ Souvenirs
- ✓ Botellas de agua
- ✓ Y otros aspectos no mencionados

## 26.2 CAMPIÑÁ CHAPACA (5 horas)

Tarija - Plaza central – San Lorenzo (entrada al museo del héroe de la independencia) - Lajas – El Picacho (paisaje natural)- Balneario natural de Caimata – San Jacinto - Retorno a Tarija.

VENTA	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	5PAX	6PAX	7PAX/UP
	500	500	500	180	180	180	180
<b>COMISIONABLE 10 % SOBRE PRECIO DE VENTA</b>							

### INCLUYE:

- ✓ Transporte Turístico privado
- ✓ Degustación de Masas criollas y refresco típico
- ✓ Guía especializado

**NO INCLUYE:**

- ✓ Souvenirs
- ✓ Botellas de agua
- ✓ Y otros aspectos no mencionados

**26.3TARIJA EN UN DIA (9 horas)**

Tarija - Plaza central - Casa Dorada - Museo Paleontológico Arqueológico (700 piezas en exhibición de las cuales 505 pertenecen a mamíferos fósiles, 195 piezas de fósiles invertebrados y 5000 piezas líticas y de cerámica)- Paseo por el barrio del Molino – visita 3 bodegas de vinos – Degustación de vinos, quesos etc. – visita al pueblo histórico de San Lorenzo – entrada al museo del héroe de la independencia - Balneario de Coimata y Visita a San Jacinto- Retorno a Tarija.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>750</b>	<b>750</b>	<b>700</b>	<b>700</b>	<b>650</b>	<b>650</b>	<b>600</b>
<b>COMISIONABLE 10% SOBRE PRECIO DE VENTA</b>							

**INCLUYE:**

- ✓ Transporte Turístico
- ✓ Guía especializado
- ✓ Degustación de vinos y quesos.

**NO INCLUYE:**

- ✓ Souvenirs
- ✓ Botellas de agua
- ✓ Y otros aspectos no mencionados

# SANTA CRUZ DE LA SIERRA

## 27.1 ITINERARIO A LAS MISIONES JESUITICAS 2D/1N

### PRIMER DIA - SANTA CRUZ / SAN JAVIER / CONCEPCIÓN

**7:00 am.** Recojo del hotel - San Javier - visita a la población - la iglesia fundada por el Jesuita Francisco de Arce y Antonio Rivas - almuerzo - Concepción, arribo y acomodación en el hotel.

### SEGUNDO DIA CONCEPCION / SANTA CRUZ

Visita a la iglesia de Concepción - Taller de restauración de las Misiones Jesuitas – Almuerzo - Retorno a la Ciudad de Santa Cruz.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>4095</b>	<b>2345</b>	<b>1925</b>	<b>1540</b>	<b>1540</b>	<b>1540</b>	<b>1225</b>
<b>COMISIONABLE 10% SOBRE PRECIO DE VENTA</b>							

### INCLUYE

- ✓ Transporte
- ✓ Guía turístico especializado
- ✓ 1 Noche en Concepción
- ✓ Visita de las Iglesias de San Javier, Concepción.
- ✓ Sistema de alimentación completa: Desayunos, almuerzos, refrigerios y cenas.
- ✓ Visita de los talleres artesanales en San Javier, Concepción y San Ignacio

### NO INCLUYE

- ✓ Botellas de agua
- ✓ Souvenirs
- ✓ Y otros aspectos no mencionados
- ✓ Pasajes de La Paz o cualquier otro punto del país a Santa Cruz

## 27.2 MISIONES JESUITICAS 4D/3N

### **PRIMER DIA SANTA CRUZ – SAN IGNACIO/ SAN JAVIER - CONCEPCIÓN.**

**7:00 am.** Recojo del hotel - San Javier - visita a la población - la iglesia fundada por el Jesuita Francisco de Arce y Antonio Rivas - almuerzo - Concepción, arribo y acomodación en el hotel.

### **SEGUNDO DIA CONCEPCION - SAN IGNACIO.**

Visita a la iglesia de Concepción - Taller de restauración de las Misiones Jesuitas – Almuerzo - Retorno a la Ciudad de Santa Cruz - San Ignacio de Velasco – Llegada y acomodación en el hotel.

### **TERCER DIA SAN IGNACIO - SANTA ANA - SAN RAFAEL - SAN MIGUEL**

Visita a la iglesia de Santa Ana - San Rafael - Almuerzo - San Miguel - Retorno a San Ignacio - cena y pernocte.

### **CUARTO DIA SAN IGNACIO - SANTA CRUZ**

Desayuno en el hotel - retornaremos a la ciudad de Santa Cruz- Almuerzo – Arribo a Santa Cruz y acomodación en el hotel.

<b>VENTA</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>5915</b>	<b>3458</b>	<b>2786</b>	<b>2695</b>	<b>2695</b>	<b>2095</b>	<b>2065</b>
<b>NETO</b>	<b>480</b>						

### **INCLUYE**

- ✓ Transporte Privado
- ✓ Guía turístico especializado
- ✓ Alimentación completa menú del día
- ✓ 2 Noches de hotel en el Apart hotel las Misiones o similar
- ✓ 1 noche de Hospedaje en San Ignacio en el Apart Hotel San Ignacio o similar
- ✓ Refrigerio(botella de agua o soda)

### **NO INCLUYE**

- ✓ Souvenirs
- ✓ Y otros aspectos no mencionados.

# CUZCO

## 28.1MACHUPICCHU 2DIAS/1NOCHE VALLE SAGRADO Y MACHUPICCHU

### PRIMER DIA

CUSCO - VALLE SAGRADO DE LOS INCAS - AGUAS CALIENTES

8:30 am. Recojo del hotel – Pisac – Feria de Pisac- Urubamba – Vista de las casa de descendientes de los incas - Almuerzo Buffet – Ollantaytambo- Tren hacia Aguas Calientes- 21:00 pm acomodación en hotel seleccionado (Pueblo de Machu Picchu).

### SEGUNDO DIA:

AGUAS CALIENTES – TOUR A MACHU PICCHU –CUSCO

Desayuno – caminata a la ciudad Inca de Machu Picchu – Observación del amanecer – Caminata o trekking hasta la cumbre de Huaynapicchu (opcional, esto tomara 2 horas) – Visita a la plaza principal – Torre circular – Sagrado reloj solar – Cuartos reales – templo de las ventanas – cementerios – Paseo por la ciudadela – Tarde retorno en tren a Ollantaytambo – bus a Cuzco.

VENTA USD	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	5PAX	6PAX	7PAX/UP
	280	280	280	275	275	270	270
NETO	245	245	245	245	245	245	245

### INCLUYE:

- ✓ Todos los traslados desde su hotel o puerta oficina, a la estación y atractivos turísticos.
- ✓ Tours a Machu Picchu y Valle Sagrado de los incas.
- ✓ Ticket de tren ida y retorno Ollantaytambo - Aguas Calientes – Ollantaytambo
- ✓ Bus subida de aguas Calientes a Machu Picchu
- ✓ Guía Profesional de turismo en ingles y español.
- ✓ Ingreso a Machu Picchu.
- ✓ 1 noche de Hospedaje en Aguas Calientes.
- ✓ 1 almuerzo buffet en el Valle Sagrado.

### NO INCLUYE:

- ✓ Boleto turístico
- ✓ Cena
- ✓ Almuerzo (aguas calientes)

## 28.2 CUZCO PRESUROSO 3D/2N (PERU ADVENTURES)

### PRIMER DIA

Recepción en el aeropuerto de la ciudad de Cuzco – transfer al hotel – Recepción en el Hotel – Tarde libre.

### SEGUNDO DIA

Machupicchu – Recojo de Hotel para tomar el Tren-Viaje a Aguas Calientes – Bus de Subida – Ingreso al Santuario de Machupicchu – Visita guiada – Retorno a Aguas Calientes en Bus – Almuerzo Buffet (en Aguas Calientes) –Retorno a Cuzco – Noche de Hotel

### TERCER DIA

Traslado del Hotel al Aeropuerto acompañado de un guía.

<b>VENTA USD</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>234</b>						
<b>COMISION 20% SOBRE TARIFA(USD)</b>							

### INCLUYE:

- ✓ Ingresos
- ✓ Guía profesional de turismo (ingles - español)
- ✓ Bus de turismo
- ✓ Desayuno en el hotel
- ✓ Asistencia personalizada
- ✓ Hotel (habitación simple por 2 noches )

### NO INCLUYE:

- ✓ Boleto de tren (120.- USD)

### 28.3 CUZCO TRADICIONAL 3D/2N

#### PRIMER DIA

Recepción en el aeropuerto de la ciudad de Cuzco – transfer al hotel – Recepción en el Hotel.  
13:30 pm. City Tour – Recojo del Hotel para Visitar Qorikancha – Catedral de Cuzco –  
Saqsayhuaman – K’enko – Puka Pukara – Tambomachay.

#### SEGUNDO DIA

Machupicchu – Recojo de Hotel para tomar el Tren-Viaje a Aguas Calientes – Bus de Subida  
– Ingreso al Santuario de Machupicchu – Visita guiada – Retorno a Aguas Calientes en Bus –  
Almuerzo Buffet (en Aguas Calientes) –Retorno a Cuzco – Noche de Hotel

#### TERCER DIA

Traslado del Hotel al Aeropuerto acompañado de un guía.

<b>VENTA USD</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>291</b>						
<b>COMISION 20% SOBRE TARIFA VENTA(USD)</b>							

#### INCLUYE:

- ✓ Ingresos
- ✓ Guía profesional de turismo (ingles - español)
- ✓ Bus de turismo
- ✓ Desayuno en el hotel
- ✓ Asistencia personalizada
- ✓ Hotel (habitación simple por 2 noches )

#### NO INCLUYE:

- ✓ Boleto de tren (120.- USD)

## 28.4CUZCO MAGICO 4D/3N

### PRIMER DIA

Recepción en el aeropuerto de la ciudad de Cuzco – transfer al hotel – Recepción en el Hotel – Tarde libre.

### SEGUNDO DIA

Machupicchu – Recojo de Hotel para tomar el Tren-Viaje a Aguas Calientes – Bus de Subida – Ingreso al Santuario de Machupicchu – Visita guiada – Retorno a Aguas Calientes en Bus – Almuerzo Buffet (en Aguas Calientes) –Retorno a Cuzco – Noche de Hotel

### TERCER DIA

Valle Sagrado – Recojo del hotel para visitar el Mercado turístico de Písaq – Písaq – Ruinas – Coya – Lamay – Urubamba – Ollantaytambo – Chinchero – Retorno a Cuzco – Almuerzo Buffet en Urubamaba.

### CUARTO DIA

Traslado del Hotel al Aeropuerto acompañado de un guía.

<b>VENTA USD</b>	<b>1PAX</b>	<b>2PAX</b>	<b>3PAX</b>	<b>4PAX</b>	<b>5PAX</b>	<b>6PAX</b>	<b>7PAX/UP</b>
	<b>320</b>						
<b>COMISION 20% SOBRE TARIFA VENTA(USD)</b>							

### INCLUYE

- ✓ Ingresos
- ✓ Guía profesional de turismo (inglés - español)
- ✓ Bus de turismo
- ✓ Desayuno en el hotel
- ✓ Asistencia personalizada
- ✓ Hotel (habitación simple por 2 noches )

### NO INCLUYE

- ✓ Boleto de tren (120.- USD)