

TRABAJO DE TITULACIÓN

AÑO 2.000

TPU
2000-33



TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:
"PROMOCIONAR EL TURISMO
EN EL ECUADOR"

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:
CRISTINA NARANJO DEL SALTO

NOMBRE DEL PROFESOR - GUÍA
ING. FREDDY VÁSQUEZ

AÑO 2000.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todo, lo que El puso en mí para poder realizar este Trabajo de Titulación, agradezco a mi hija, a mi esposo que con paciencia siempre supieron entender las obligaciones universitarias que tenía que realizar.

Agradezco también a mi abuelita, a mi madre, a mi padre y hermanos que con su ayuda no hubiese sido posible este Trabajo.

Y un agradecimiento muy sincero a todos mis profesores que con su experiencia nos dieron a conocer día a día su saber en los campos donde se desenvuelve la Publicidad y en especial al Ing. Freddy Vásquez que con su apoyo me supo guiar para la realización del mismo.

DEDICATORIA

Dedico, este Trabajo de Titulación, primero a Dios por haber puesto sabiduría, dedicación y esfuerzo a este proyecto, o sino también en estos cuatro años de estudios.

También lo dedico a mi hija por haberme dado el valor de seguir estudiando, a mis padres que con su paciencia y sabiduría dieron todo de sí para que yo siga adelante.

INDICE:

- **DEDICATORIA**
- **AGRADECIMIENTO**

CAPÍTULO I.

- **INTRODUCCIÓN** 1
- **PROBLEMA** 2
- **JUSTIFICACIÓN** 3
- **IMPORTANCIA** 3
- **DEFINICIÓN DEL TEMA** 4
- **ALCANCE** 4
- **LIMITACIONES** 4
- **OBJETIVOS** 5
- **METODOLOGÍA** 5
- **ANTECEDENTES** 6
- **HIPÓTESIS** 6
- **METODOLOGÍA** 6
- **MARCO TEÓRICO** 10

CAPITULO II.

EL TURISMO:

• CONCEPTO		12
	Turismo interior	
	Turismo nacional	
• EL SISTEMA TURÍSTICO		12
	Demanda	
	Oferta	
	Espacio geográfico	
	Operadores de mercado	
• FORMAS DE TURISMO		14
• CATEGORÍAS		14
	Turismo interior	
	Turismo nacional	
	Turismo internacional	
• EL TURISMO EN EL PROCESO DE DESARROLLO	15	
• MAGNITUD Y CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA		
• ETAPAS DE EVOLUCIÓN		18

CAPITULO III.

TURISMO EN LA CIUDAD DE QUITO:

• DESCRIPCIÓN DE LA CIUDAD	20
• DESCRIPCIÓN DEL MONUMENTO Y MINI-CIUDAD	
TURÍSTICA DE LA MITAD DEL MUNDO.	22

CAPITULO IV.

MARKETING DEL TURISMO:

• MARKEYING MIX DEL TURISMO:	25
	Política
	Opinión publica
	Evidencia física
	Participantes
	Proceso
• PRODUCTO	26
	Estructura del producto
	turístico.
	Ciclo de vida.
• PRECIO	29
• PLAZA	30
	Características
• PROMOCIÓN	31
• MARKETING TURÍSTICO:	33
	Componentes del producto
	turístico
	Elementos

CAPITULO V

ANÁLISIS Y RECOPIACIÓN DE DATOS

• INVESTIGACION	37
	Tamaño de la muestra
	Trabajo de campo
• MUESTRA DE ENCUESTAS:	39
	Agencias de viajes
	Turistas
• TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS	43
• CUADROS ESTADÍSTICOS	43

• CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LAS ENCUESTAS	43
• PROGRAMAS SUGERIDOS	72
CAPITULO VI	
• CONCLUSIONES GENERALES	78
• RECOMENDACIONES GENERALES	79
• BIBLIOGRAFÍA	
• ANEXOS	



CAPÍTULO I.

PROMOCIONAR EL TURISMO EN EL ECUADOR

INTRODUCCIÓN:

Desde un punto de vista geográfico Ecuador es un país pequeño. No obstante está caracterizado por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una prolífica población de especies vegetales y animales. El viajero no necesita salir de sus fronteras para trasladarse, en cuestión de horas, de la selva tropical a las estribaciones y alturas de la Cordillera de los Andes, y bajar luego hacia la Costa del Pacífico, mientras contempla arrobado una sucesión interminable de paisajes naturales.

Al viajar por el maravillosos mundo natural del Ecuador, podemos seguir el curso de ríos anchos y angostas corrientes, descansar en la ribera de lagos prístinos, explorar cuevas misteriosas y admirar especies vegetales y animales únicas en su tipo que han evolucionado sin la intervención del hombre en isla solitarias del Pacífico.

De la Sierra a la Costa, la proverbial diversidad del Ecuador se

reproduce también en su gente, cuyos orígenes y tradiciones se han formado a partir de su inmediato contorno geográfico.

Es propósito de todos los ecuatorianos continuar respetando y protegiendo el medio ambiente, el turista está invitado a unirse ya descubrir una tierra muy especial.

Imagínese todas estas regiones en un solo país!: el

Archipiélago de Galápagos, la Costa del Pacífico, la Cordillera de los Andes y la Cuenca Amazónica, paisajes de cumbres andinas, bosques secos tropicales y bosques lluviosos, páramos y volcanes nevados, lagos glaciares y tectónicos, y bosques de manglar. Además, - no olvide visitar la costa del Pacífico, llena de especies simbióticas cuya vida enriquecen corrientes frías y cálidas.

El presente trabajo de titulación pretende dar a conocer nuevos programas turísticos, diferentes de los tradicionales para la región de Quito y sus alrededores.

EL PROBLEMA:

El problema a resolverse es: **¿Cómo promocionar mejor el turismo en la ciudad de Quito?.**

JUSTIFICACIÓN:

Quiero dar a conocer a mi país, principalmente a la ciudad de Quito, en donde se enfocará el estudio para mejorar el turismo en la misma. Dar a conocer su geografía, sus atractivos, su gente; a promocionarla para que el mundo y los habitantes de nuestro país también la conozcan; para cuando lo hayan hecho piensen en el Ecuador para que más! Ya que nuestra preciosa Patria tiene diversidades de climas y cuatro hermosas regiones que ofrecer.

IMPORTANCIA:

La importancia de este tema es la de aportar, con un granito de arena, al desarrollo mi Ciudad.

Al Ecuador debemos explotarlo turísticamente ya que es un país que se presta hacerlo, por su magnífica geografía, diversidad de clima, por su flora y fauna únicas en el mundo, etc.

El turismo en el Ecuador es una industria que deja muchas divisas al país y es una fuente de ingresos para miles ecuatorianos.

DEFINICIÓN DEL TEMA:

“PROYECTO DE MEJORAMIENTO TURISTICO”

Enfocado a la ciudad de QUITO.

ALCANCE:

Investigar que es lo que se está haciendo para mejorar el Turismo en el Ecuador, principal en la ciudad de Quito en donde se realizará el estudio.

LIMITACIONES:

La recopilación y análisis de datos sobre el estudio del mejoramiento del Turismo se lo hará en la parte norte de la ciudad de Quito, con la ayuda de los diferentes organismos, empresas u otros que se encuentran en el sector.

OBJETIVOS:

- Fomentar el Turismo a nivel nacional.
- Definir como aumentar las ventas de paquetes turísticos con los diferentes programas que se podrían ofrecer en la ciudad de Quito.
- Definir los lugares más visitados en la ciudad capital, donde será realizado el estudio.

HIPOTESIS:

Comprobar ¿ cuál o cuáles son las preferencias, de los turistas en la ciudad de Quito?, y como mejorarlas.

METODOLOGÍA:

El método estadístico a utilizarse será mediante encuestas, que se les hará a personas dedicadas a esta actividad y a turistas extranjeros que estén de visita en la ciudad de Quito.

ANTECEDENTES:

Nuestro país está dividido en cuatro grandes regiones::

COSTA:

Esta es una de las tres regiones naturales en las que se divide el Ecuador continental, se extiende entre la cordillera de los Andes y el Océano Pacífico. Con escasa diferencia de altitud, la región costera está dotada de uniformidad de climas y paisajes, sin embargo se encuentran variaciones desde el bosque tropical en el norte hasta las desérticas llanuras en el sur, región poseedora de uno de los más antiguos registros culturales de América, como es el caso de Machalilla.

La llamada Costa Azul ecuatoriana ofrece hermosos balnearios con extraordinarias playas, límpida arena y brillante sol, que permiten al turista gozar de un clima agradable y de deportes acuáticos, incomparable pesca y toda clase de entretenimientos en confortables hoteles.

Para sus vacaciones los balnearios del Ecuador le ofrecen días de ensueño, diversión y alegría.

SIERRA:

La Cordillera de los Andes el fenómeno telúrico que determina la imagen turística de país andino, rico en manifestaciones socio-culturales de ancestral historia La región turística Sierra destaca por conservar ecosistemas únicos de páramo altoandino, cumbres y valles de gran valor escénico, lo que se complementa con la artesanía, la gastronomía y otras expresiones culturales de una vivencia cultural que ha resistido siglos de incomprensión y aislamiento. Puede admirar las hermosas lagunas de Mojanda, Quicocha, San Pablo; la renombrada feria de Otavalo con su fabuloso mercado artesanal; Cuenca la tradicional ciudad colonial; el valle de Vilcabamba paraíso de la longevidad.

Espectaculares cumbres mundialmente famosas, hacen de Ecuador un destino atractivo para los amantes de la montaña y de la aventura en este magnífico entorno natural. Volcanes y nevados que superan los cinco mil metros de altura, son una tentación para aquellos que no resisten el reto del deporte y del descubrimiento, lo que está facilitado por accesos adecuados, refugios de alta montaña y servicios especializados, para disfrutar de estas imponentes cimas

de nieve eterna en la mitad del mundo. Nombres como Cotopaxi, Cayambe, Antisana, Tungurahua, Altar o Sangay, están ya inscritos en el ámbito internacional y qué decir del majestuoso Chimborazo, la cumbre más alta del país.

AMAZONIA:

La Amazonía ecuatoriana se extiende sobre un área de 120.000 Km² de exuberante vegetación, propia de los bosques húmedo-tropicales. La Cordillera de los Andes que forma el límite meridional y oriental respectivamente. La temperatura anual promedio oscila entre los 24° y 25° C.

El ecosistema amazónico, en especial su bosque lluvioso tropical contiene los hábitats vegetales y animales más ricos y complejos del mundo. La existencia de una prolífica flora y fauna junto a extraordinarias variaciones de macro y micro-hábitats es la característica más importante de esta región.

En medida que dictan sus sentidos de supervivencia, diversas etnias han ocupado desde antes de la colonia este laboratorio natural, integrándose y formando parte de este ambiente especial, del cual han extraído ancestrales conocimientos útiles de los verdaderos recursos naturales de la amazona ecuatoriana como es la

etnogeobotánica.

GALÁPAGOS:

Este archipiélago oceánico está ubicado a 1.000 Km del Ecuador continental y se conforma de 13 islas grandes, 6 pequeñas y más de 40 islotes de origen volcánico. Este extraordinario laboratorio natural es una fusión de peculiares especies de fauna y flora de valores naturales únicos en el mundo. En 1976 el Parque Nacional Galápagos fue declarado por la UNESCO como Patrimonio Natural de la Humanidad y posteriormente se le designó como reserva de la biosfera.

Tortugas gigantes, iguanas marinas y terrestres, junto a las lagartijas de lava, constituyen las familias de reptiles más adaptado en el archipiélago.

Las hermosas focas y los juguetones delfines, junto a los extraordinarios lobos marinos representan el grupo de los mamíferos en Galápagos.

MARCO TEORICO:

El Turismo es la afición a viajar por gusto de recorrer una región o un país.

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios u otros motivos.

El Turismo en el Ecuador se lo hace de muchas formas como lo es en la Costa, donde se visitan sus hermosas playas, deportes acuáticos , pesca; esta región posee uniformidad de climas y paisajes. En la sierra lo más atrayente son sus volcanes siendo el Ecuador uno de los puntos más turísticos para los amantes de la montaña , sus lagunas, la parte colonial de varias ciudades de la sierra, también existen varios ecosistemas únicos en el mundo. Las ciudades señaladas como patrimonio cultural de la humanidad, también es atrayente la línea ecuatorial, la que divide a la tierra en dos partes iguales y las diversas etnias existentes en la región. La amazonía es una región para los aventureros, aquí encontramos a vegetales y animales más ricos y complejos del mundo. La existencia de una prolífica flora y fauna junto a extraordinarias

variaciones de macro y micro-hábitats es la característica más importante de esta región.

Por último la región insular es un verdadero laboratorio, en Galápagos existe flora y fauna únicos en el mundo, siendo uno de los mayores atractivos del Ecuador.



CAPÍTULO II.



CAPÍTULO III.

CONCEPTO Y FORMAS DEL TURISMO

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

TURISMO INTERIOR: compuesto de “Turismo Interno” y de “Turismo receptor”. El turismo interno” se refiere al realizado por los residentes de un país y el “turismo receptor” se refiere al realizado por los visitantes que llegan a un país en el que no son residentes.

TURISMO NACIONAL: Compuesto de “Turismo Interno” y de “Turismo emisor”, donde el “turismo emisor” se refiere a los residentes de un país que visitan otros países.

TURISMO INTERNACIONAL: comprende el “turismo receptor” y el “turismo emisor”.

EL SISTEMA TURISTICO:

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente

Existen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

- **La demanda.-** formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos.
- **La oferta.-** compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
- **El espacio geográfico.-** base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

- **Los operadores del mercado.**- son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular, y aquellos organismos públicos y privados que mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

FORMAS DE TURISMO:

- a) **Turismo interno.**-el de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país.
- b) **Turismo receptor.**-el de los no residentes que viajan dentro del País dado.
- c) **Turismo emisor.**- el de los residentes del país dado que viajan a otro país.

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse de diversas maneras produciendo lo siguiente:

CATEGORÍAS:

- a) **Turismo interior.**-que incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- b) **Turismo nacional.**-que incluye el turismo interno y el turismo

emisor.

c) *Turismo internacional*.-que se compone de turismo receptor y turismo emisor.

EL TURISMO EN EL PROCESO DE DESARROLLO:

Este sector palanca del desarrollo socioeconómico. El proceso de expansión económico ha tenido una explicación basada en etapas de desarrollo. Se inician en el desarrollo agrario que induce al industrial y finalmente lleva al de los servicios.

En nuestros días el turismo es un sector capaz de acelerar las etapas de desarrollo.

El turismo ha sido escasamente incluido en la teoría del desarrollo económico y social, debido a su novedad como fenómeno de masas y a las limitaciones estadísticas y de los instrumentos de análisis para su aprehensión ; la actividad turística además ha sido considerada, como una actividad económica poco estable y específica d países y zonas en desarrollo y se ha ocultado que como en otras actividades, la actividad turística es importante y está más estructurada precisamente en los países referentemente

desarrollados.

En los países de desarrollo como el nuestro, en los que el turismo puede no ser objetivo prioritario de su política económica por disponer de otros recursos naturales y materias primas por ejemplo el petróleo. Otras razones, tales como la diversificación de la economía o las existencias de un importante turismo de negocios pueden aconsejar un cierto desarrollo turístico, aunque de características a las de otros países.

Desde el punto de vista productivo, sin embargo, el sector turístico, aunque importante, no ha sido considerado generalmente un sector estratégicamente relevante.

Países en vías de desarrollo, como el Ecuador, país receptor conceden prioridad al fenómeno turístico como actividad productiva, el turismo juega un importante papel en el desarrollo económico general, constituyendo en una actividad motriz y diversificadora generadora de empleo y de exportación importante.

El turismo tiene un papel importante en la economía.

MAGNITUD Y CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA:

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

Efectivamente, desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes sitios por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Así los romanos viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades.

En la época de la ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de *Grand Tour*. Sin embargo, no ha sido hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el Turismo surge como un fenómeno de masas.

En los años cincuenta, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes factores, como por ejemplo, la aparición del avión de pasaje a reacción al término de la segunda guerra mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del

que dispone la población en los países industrializados. El desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte fue otro determinante que amplió enormemente las posibilidades de llegar a nuevas y más lejanas regiones de acogida o destino turístico.

Todo esto favoreció el desarrollo de una oferta estandarizada, basada en paquetes turísticos que permiten gestionar la demanda de un elevado número de turistas conforme a sus intereses y necesidades.

ETAPAS DE EVOLUCIÓN:

- Desde los años cincuenta hasta la década de los ochenta, el número de viajes internacionales en el ámbito mundial duplicó cada diez años aproximadamente. Además, cabe referir que en este período de tiempo la demanda de todo tipo de bienes se caracterizó por un continuo crecimiento.
- En la década de los ochenta, el mercado del sector turístico alcanzó un mayor grado de madurez, caracterizándose por un crecimiento más lento de la demanda y por exceso de oferta. Así, el aumento medio de las llegadas de turistas internacionales

a los destinos concretos creció a un ritmo más lento.

- En el comienzo de la década de los años noventa el turismo internacional no ha mostrado una tendencia clara en su crecimiento, aunque se ha caracterizado por presentar un elevado grado de resistencia a las fluctuaciones económicas.

QUITO:

Quito, destino de congresos, convenciones y eventos, gracias a su ubicación estratégica en la mitad del mundo y en el centro del área Andina, su clima primaveral constante, la cercanía de destinos turísticos nacionales con atractivos culturales, geográficos, étnicos, artesanales y folklóricos, Quito es, sin lugar a dudas el principal destino turístico del Ecuador.

Quito cuenta además con una riqueza cultural y arquitectónica de renombre mundial, ya que posee uno de los centros Históricos Coloniales mejor conservados de América, del cual podemos observar iglesias, claustros, conventos y monasterios que datan del siglo XVI, XVII, XVIII. Su riqueza expresa igualmente en la pintura y escultura de la famosa Escuela Quiteña, centro de formación de artistas de la talla de Miguel de Santiago y Bernardo Legarda. Quito posee alrededor de 30 museos, los cuales muestran las más variadas colecciones de arte colonial. Además existen exhibición sobre la pintura del siglo XIX, caracterizada por el retratismo y la del siglo XX que tiene como tema central en los primeros cincuenta años, el indigenismo.

Como ciudad cosmopolita, en Quito se puede encontrar todos los

atractivos de una ciudad moderna, existen alrededor de 10 centros comerciales que presentan una oferta variada de productos nacionales e importados, donde se puede encontrar las marcas de mayor renombre mundial y a precios muy competitivos. Para quienes gustan de la diversión y el esparcimiento, en Quito se puede encontrar varias alternativas que van desde las tradiciones “peñas” especializadas en música nacional hasta las más sofisticadas discotecas, muchas de ellas especializadas en música moderna y caribeña. La ciudad cuenta con una importante red de salas de cine, de última tecnología y varios centros de diversión para todos los gustos.

La ciudad de Quito se ha convertido en la puerta de entrada para visitar Ecuador, ya que más del 70% de las llegadas internacionales se realizan a través de su aeropuerto.

Quito ha sido nominado como el núcleo distribuidor de los flujos turísticos a otros destinos del país, como son: las playas de Esmeraldas, los mercados indígenas y ferias artesanales de Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo, Galápagos y la región Amazónica.

La Fundación "Quito Colonial", exhibe la Maqueta del Centro Histórico de Quito, en miniatura, trabajo de reproducción volumétrica y de detalle de nuestra Arquitectura, realizada a lo largo de 7 años. Además exhibe también armas y herramientas del pasado y ofrece material didáctico y turístico del Ecuador.



CAPÍTULO IV.

MARKETING MIX

El Marketing Mix es “el conjunto de herramientas que utilizan las empresas para conseguir sus objetivos comerciales con relación a un grupo objetivo”.

Aparte de las cuatro “Ps”, ya conocidas en el marketing que son implementadas por las empresas, para el sector turístico se añadió dos “Ps” más de gran relevancia:

- **POLÍTICA.**- entendido por tal, la materialización de la actitud que toman las instituciones públicas con relación a la gestión del negocio/sector que se trate.
- **OPINIÓN PÚBLICA.**- en definitiva la creadora de modas y tendencias que influyen en la mayor o menor aceptación de un producto/servicio.

Por otro lado para el mismo sector turístico se han acuñado, por otros autores; el denominado Marketing Mix Ampliado y que básicamente consiste en añadir a las cuatro “Ps” tradicionales, tres más que tienen especial relevancia:

- **PHYSICAL EVIDENCE.**- (Evidencia Física), ambiente del servicio visible antes de la compra y desde el punto de

vista del cliente.

- **PARTICIPANTS.**-(Participantes), se refiere al factor humano que en el sector turístico es de especial importancia, dada la interacción personal que existe entre la persona que presta el servicio y el cliente. Por ello, el marketing también debe actuar sobre el personal de la empresa turística.

- **PROCESS.**-(Proceso), es el proceso de prestación de servicio.

Respecto a las cuatro “Ps” tradicionales, para el sector turístico se las describiría de la siguiente manera.

- **PRODUCTO**

Centrados en el sector turístico, el producto turístico es “el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores”.

La estructura del producto turístico es compleja ya que éste se caracteriza por englobar elementos tangibles e intangibles- bienes y servicios, además de estar basado en la interacción entre el proveedor del servicio y el consumidor del mismo.

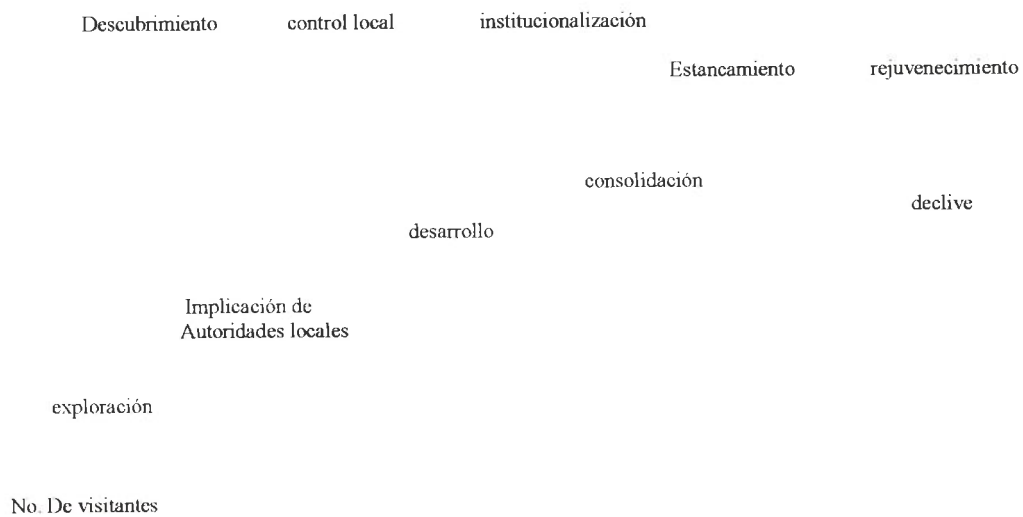
ESTRUCTURA DEL PRODUCTO TURÍSTICO:

Tenemos cinco dimensiones del producto turístico que son las siguientes:

1. **Beneficio substancial o básico.**- que responde al cumplimiento del deseo o necesidad que el consumidor tiene. Por ejemplo, el “descanso” en un viaje de placer.
2. **Producto genérico.**- hace referencia a una versión básica del producto, como por ejemplo el hotel.
3. **Producto esperado.**- es un conjunto de bienes y servicios considerados por el cliente como propios del producto. Por ejemplo: camas amplias, cuarto de baño, toallas, etc.
4. **Producto incrementado.**- que viene determinado por el conjuntos de atributos, que suponen una diferencia respecto al producto esperado o genérico, y que permite a las empresas establecer elementos diferenciados respecto a su competencia. Por ejemplo: la calidad del servicio ofrecido.
5. **Producto potencial.**- es el conjunto de incrementos que pueden llegar a realizarse en un producto en el futuro.

El ciclo de vida de un destino turístico comprende en:

- Exploración.
- Implicación de autoridades locales.
- Desarrollo.
- Consolidación.
- Estancamiento
- Declive.



- **PRECIO**

Con referencia al sector turístico, hay que tener en cuenta que el precio se verá condicionado, asimismo, por la alta estacionalidad de la demanda, ya que un pequeño aumento del precio puede provocar una caída importante en el número de visitantes. El turismo por ser una actividad internacional, los precios se ven sujetos a las influencias de las fluctuaciones en los tipos de cambio.

Un producto o servicio turístico constituye una base económicamente viable para edificar y sostener una empresa en el sector, siempre que dicho producto o servicio encuentre mercados y sea fuente de rentabilidad a un determinado nivel de precios. Por ello, un análisis riguroso y sistemático de la demanda y un análisis rigurosos de los puntos fuertes y débiles del producto con respecto a esa demanda deben ser los pasos previos en la configuración de la política de precios en el sector turístico, sin olvidar a los posibles cambios que puedan tener lugar.

- **PLAZA**

Es las distintas actividades que se desarrollan para comunicar los méritos de los productos y persuadir a su público objetivo para comprar.

En el turismo el producto es producido y consumido al mismo tiempo, en la experiencia turística también existen canales de distribución, ya que previamente al consumo, el producto turístico debe estar disponible y debe ser accesible para el consumidor.

CARACTERÍSTICAS:

- No se produce una distribución real.
- La actividad turística implica el acto de compra, el viaje del consumidor al destino y la participación en el proceso de consumo.
- Se realizan importantes inversiones en la producción de folletos publicitarios.
- En algunos casos la distribución está controlada por unos pocos tour operadores y agencias de viajes.

En el sector turístico los principales distribuidores son los mayoristas, las operadoras, creadores de paquetes turísticos; y los minoritarios o agencias de viajes.

• PROMOCIÓN

Comunicación es las distintas actividades que se desarrollan por la empresa para comunicar los méritos de sus productos y persuadir al público objetivo a que compre.

Dentro del Marketing Turístico, la información-comunicación, tiene un papel absolutamente definitivo, ya que en el acto de la venta del producto turístico se manejan principalmente promesas (debido a la intangibilidad del producto turístico), por lo que la imagen mental que de un destino tenga una persona será definitiva a la hora de su elección final. Es necesario, por lo tanto, transmitir una imagen favorable o positiva de los productos turísticos que se ofrecen a los consumidores potenciales en sus regiones de origen.

Por ejemplo, si un destino es percibido como peligroso, es difícil que reciba un gran número de visitantes. Los distribuidores tienen el poder de influir en dicha imagen, distorsionándola o realzándola.

Aunque la realidad sea completamente distinta, es la imagen presentada lo que cuenta para el turista.

El propósito de la comunicación es informar adecuadamente, en este sentido, la publicidad es de gran ayuda en el sector turístico, que cuenta con la dificultad importante de no poder mostrar el producto por lo que se ha de recurrir a sus sustitutos tangibles. Por ello se fomentan los siguientes

instrumentos de comunicación:

- Capitalizar al máximo el boca-oreja.
- Crear símbolos tangibles que identifiquen claramente el producto.
- Que el producto ofrecido sea comprensible para el consumidor potencial.
- Mantener continuidad para conseguir que el mensaje llegue y se entienda en la mente del consumidor.
- Generar seguridad en las expectativas del cliente, por lo que sólo debería ofrecerse aquello que sea posible.
- Fuerza de ventas: considerada en el sector turístico como el conjunto de agencias de viajes, que establecen el contacto con los clientes finales, y de los propios promotores/comerciales de las empresas cuya labor, en muchas ocasiones, es más propia de relaciones públicas que de ventas.



CAPÍTULO V.

MARKETING TURÍSTICO

CONCEPTO:

Es 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 las necesidades de ciertos grupos de consumidores y lograr de esta forma, un beneficio apropiado.

En la actualidad, está claro que el marketing de servicios, en el que se engloba al sector turístico, tiene unos fundamentos y objetivos claramente diferenciados a los del marketing de producto que se viene utilizando tradicionalmente en la industria de bienes y consumo.

Una gran diferencia es que los bienes son producidos y los servicios prestados o realizados, entre los bienes-productos y los servicios.

Existen algunas características propias del producto turístico, que justifican la tendencia a establecer al marketing turístico como una categoría específica dentro del marketing de servicios, las características son las siguientes:

- Marcada dificultad para establecer las estrategias de precios, ya que la

existencia de factores exógenos con gran capacidad de influencia, ajenos al propio proceso de producción, dificulta extraordinariamente su fijación.

- En tanto que son personas las que participan de forma muy directa en su proceso de fabricación/prestación, se plantean mayores dificultades a la hora de fijar de forma precisa y continuada los estándares de servicios.
- Es muy difícil establecer atributos y valores del producto claramente diferenciales respecto a la competencia, no siendo además, susceptible de protección por los medios jurídicos habituales.
- El producto turístico es un compendio indisoluble de bienes y servicios, en el que interactúan elementos materiales (instalaciones, maquinarias, etc), con personas ya sean empleados o prestatarios del servicio como el propio cliente y dónde factores como la ubicación, imagen, etc, juega un papel determinante en las elección. En la mayor parte de las ocasiones, el producto turístico no está exclusivamente configurado por el establecimiento donde se lleva a cabo la prestación, sino que el entorno forma parte del propio producto que, normalmente gira en torno a uno o varios recursos turísticos.
- Es el consumidor que tiene que desplazarse siempre al lugar donde está el

producto a utilizar.

El sector turístico tendrá que desarrollar diferentes métodos para:

- Hacer tangible lo intangible, es decir, proporcionar soporte físico a las ofertas turísticas, que por su propia naturaleza son abstractas.
- Encontrar los medios adecuados para influir en la demanda y conseguir una mejor relación entre ésta y la producción de las industrias turísticas, dejando de lado el obstáculo consistente en la imposibilidad de almacenar el producto turístico.
- Dado que el cliente está presente mientras el servicio turístico se está produciendo, la interacción prestador del servicio/cliente es muy importante, por lo que la gestión del marketing turístico no sólo se basa en una actuación externa (influenciar la demanda), sino que también tiene una vertiente interna muy importante que engloba al marketing interno, centrado en la formación, entrenamiento y motivación de los empleados, para conseguir la satisfacción de los turistas; marketing interactivo, que se centra y fomenta las nuevas habilidades en la forma de prestar el servicio, ya que supone un factor determinante para ofrecer una calidad total en la experiencia turística.

Hay que crear una diferenciación competitiva de sus servicios, ofrecer una alta calidad y fomentar el aumento de productividad de los servicios turísticos ofrecidos.

- **ELEMENTOS DEL MARKETING TURÍSTICO**

Básicamente son de tres tipos:

1. *Satisfacción de las necesidades del turista.*- (vacaciones, ocio, etc) para lo cual será necesario el conocimiento previo de sus motivaciones y comportamientos por medio de los correspondientes estudios de mercado.
2. *Diseño y promoción del producto turístico.*- son elementos y características detalladas que resulten atractivas al consumidor, satisfaga sus expectativas una vez consumido y genere un beneficio para la organización que lo produce.
3. *Función de intercambio.*- realizado por unos canales de distribución, que permiten poner en contacto a la demanda con la oferta, generando un beneficio.

INVESTIGACIÓN

El propósito de esta investigación, a través, de dos encuestas, dirigidas a las Agencias de Viajes y a los Turistas respectivamente, realizada en la ciudad norte de Quito fue de: conocer cual o cuales eran los paquetes o programas más vendidos de la ciudad, cuales eran las preferencias, atractivos de los turistas, el porque de su visita a la ciudad, por cuanto tiempo, cual era su criterio de los servicios en general que encierra el Turismo, que les gustaría que cambie, a los turistas y a los agentes de viajes. También conocer acerca del aporte de empresas y Gobierno por esta importante actividad económica.

Con la investigación realizada, nos ayudará a cumplir los objetivos trasados.

La metodología que se utilizó en el estudio fue mediante encuestas a las Agencias de viajes y a los Turistas.

FÓRMULA: para determinar el tamaño de la muestra.

n = tamaño de la muestra.

Z = nivel de confianza 1.96

P = probabilidad de que el evento suceda. 50%

P = probabilidad del que el evento no suceda. 50%

E = error muestral. 8%

N = población meta. 75

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$\frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot 75}{75 \cdot (0.08)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$\frac{0.9604 \cdot 75}{0.48 + .9604}$$

$$\frac{72.03}{1.44} = 50$$

TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo se realizó, en el sector norte de la ciudad de Quito, se visitó a las 50 agencias de viajes- operadoras dedicadas específicamente sobre la información que requeríamos para el estudio. Las encuestas dirigidas para los turistas, se las realizó en varios hoteles de la ciudad y en el sector de la Mariscal.

MUESTRAS DE LAS ENCUESTAS:

ENCUESTA A LAS AGENCIAS DE VIAJES

Esta encuesta está dirigida a los agentes de viajes con fin de que nos ayuden con sus opiniones e inquietudes a mejorar el turismo en la ciudad de Quito.
Instrucciones: en las preguntas cerradas haga un círculo en la respuesta escogida.

Nombre de la Agencia: _____

1.-¿A qué tipo de Agencia pertenece?

2.- ¿Qué programa o paquete turístico es el que más venden para la ciudad de Quito?

3.-¿Qué lugar o lugares son los más visitados por los turistas en la ciudad de Quito?

4.-Para su parecer ¿dónde es el lugar más peligroso en Quito para los turistas y que posible solución aconsejaría al respecto?

5.-En forma general la infraestructura hotelera que ofrece la ciudad de Quito, a su parecer es:

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena
- d) Regular
- e) Mala

¿Por qué? _____

6.-¿Poseen ud (s) infraestructura hotelera propia?

- a) SI
- b) NO

7.-¿Conoce ud. que está haciendo el Gobierno para mejorar esta importante actividad económica?

8.-¿Existe algún organismo o programa no gubernamental que ayude al desarrollo del Turismo en la ciudad?

- a) SI
 - b) NO
- ¿Cuál? _____

9.-¿Qué haría ud. como agencia para mejorar el Turismo en la ciudad?

10.-¿ Su Agencia ha realizado algún tipo de estudio de mercado para mejorar sus ventas?

a) SI b) NO

¿Cuál y qué resultados obtuvieron? _____

COMENTARIOS ADICIONALES _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENCUESTA A LOS TURISTAS

1.-¿Cuál es el motivo de su estadía en la ciudad de Quito?

- a) Negocios
- b) Placer
- c) Estudios
- d) Otros _____

2.-¿ Por cuánto tiempo será su permanencia en la ciudad de Quito?

- a) 1 semana
- b) 2 semanas
- c) 3 semanas
- d) o más _____

3.-¿Por qué escogió Quito?

4.-¿Qué ha sido lo más atrayente de la ciudad de Quito, durante su estadía?

5.-¿Qué le parece la infraestructura turística de la capital?

- a) Excelente
- b) Muy Buena
- c) Buena
- d) Regular
- e) Mala

¿Y qué le aconsejaría que cambie?

6.-¿A su parecer, los costos que se obtienen por los servicios que les prestan le ha parecido?

- a) Muy costosos
- b) Costoso
- c) Buenos
- d) Baratos

7.-¿La atención brindada y el trato por parte de los miembros de las Agencias de Turismo, ha sido?

- a) Excelente
- b) Muy Buenos
- c) Buenos
- d) Regular
- e) Malo

8.-¿ Ha tenido algún percance en su persona o en sus pertenencias, en su estadía en la ciudad?

- a) SI
- B) No

¿Cuál? _____

¿Dónde? _____

9.- ¿Qué sugerencia daría ud. para mejorar los servicios turísticos en la ciudad?

10.-¿Recomendaría en su país de origen que visiten en Ecuador, en especial la ciudad de Quito?

- a) SI
- b) NO

¿Por qué? _____

11.-¿ Regresaría ud. al Ecuador?

a)SI

b) NO

¿Por qué?

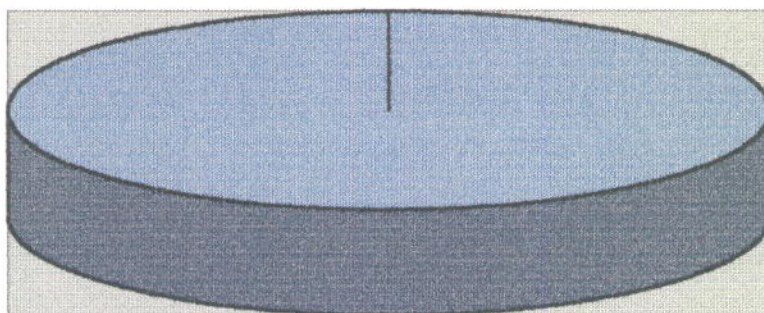
GRACIAS POR SU COLABORACION

TABULACION DE LAS ENCUESTAS A LAS AGENCIAS DE VIAJES

Cuadros estadísticos:

Pregunta #1

¿ A qué tipo de agencia pertenecen?

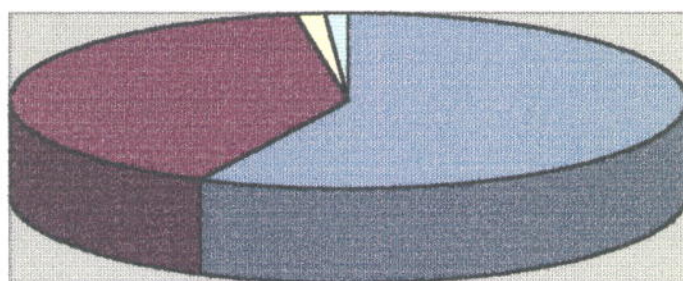


**OPERADORA DE
TURISMO 100%**

Las encuestas se realizó, solamente a agencias que son operadoras, que poseen, turismo receptivo, ya que el mismo se dedica lo que es la recepción de los pasajeros y las que realizan los tours en la ciudad de Quito.

Pregunta #2

¿Qué programa o paquete turístico es el que más venden para la ciudad de Quito?

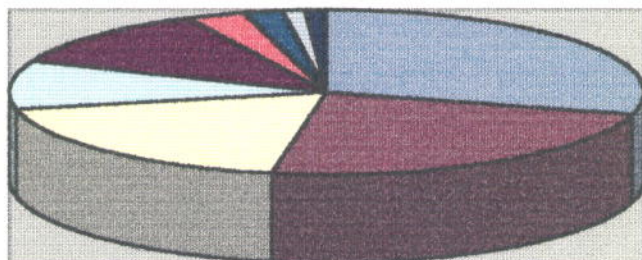


■	CITY TOUR	57.14
■	CITY LINEA	40.47
□	MUSEOS	1.19
□	MARISCAL	1.19

El paquete turístico más vendido para la ciudad de Quito es el City Tour con el 57.14%, en segundo lugar está el paquete de City línea o más conocido Mitad del Mundo con el 40.17 y con casi nada del porcentaje total ocupan los museos y la mariscal 2.38; pero debemos tomar en cuenta que la Mariscal es donde más se concentran los turistas ya que la mayoría de hoteles, hostales, etc están en el sector.

Pregunta #3

¿Qué lugar o lugares son los más visitados por los turistas en la ciudad de Quito?



■ **CENTROHISTORICO 29.47%**

■ **IGLESIAS 23.15%**

□ **PANECILLO 18.94%**

□ **PLAZA GRANDE 9.47%**

■ **MUSEOS 1.47%**

■ **MITAD DEL MUNDO 3.15%**

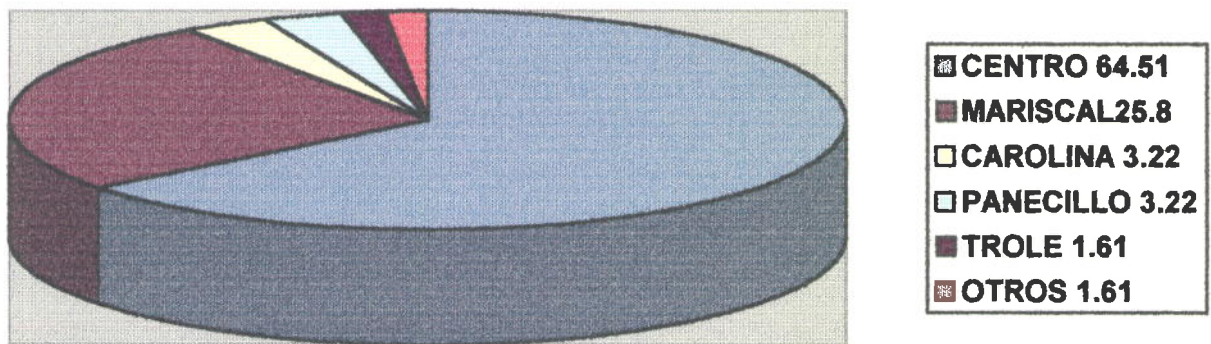
■ **M-GUÁPULO 2.1%**

Los lugares más visitados por los turistas es el Centro histórico, Iglesias, Panecillo, plaza grande ocupando estos un 82%, siendo un porcentaje alto, todos estos lugares antes mencionados se los visita realizando el city tour de la ciudad.

Lugares como los museos, los parques, miradores son muy poco visitados por el turista, ya que su principal atractivo es el Quito Colonial, Otro lugar sin duda, que es visitado y muy atrayente es el Monumento a la Mitad del Mundo.

Pregunta #4

¿Para su parecer dónde es el lugar más peligroso para los turistas?

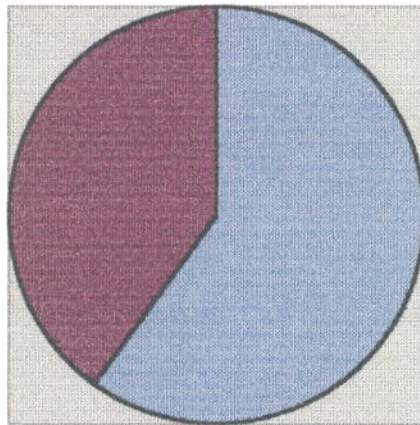


Los lugares más peligrosos para asaltos, robos, hacia los turistas es el Centro Histórico ya que tiene el porcentaje más alto con el 64.51 %, en la Mariscal también existen estos percances con un índice del 25.8%. La Carolina y el Panecillo también ocupan un lugar que se lo debe tomar en cuenta para el peligro de los señores turistas con un 6.44%.

Siempre a los turistas se les da las indicaciones respectivas para que no sufran ninguno de estos percances, tomando medidas como el no llevar cámaras fotográficas, videos, dinero etc. A estos lugares.

Pregunta #5

En forma general la infraestructura hotelera que ofrece la ciudad de Quito, a su parecer es:



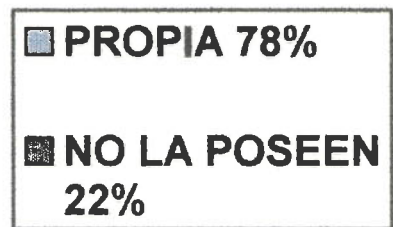
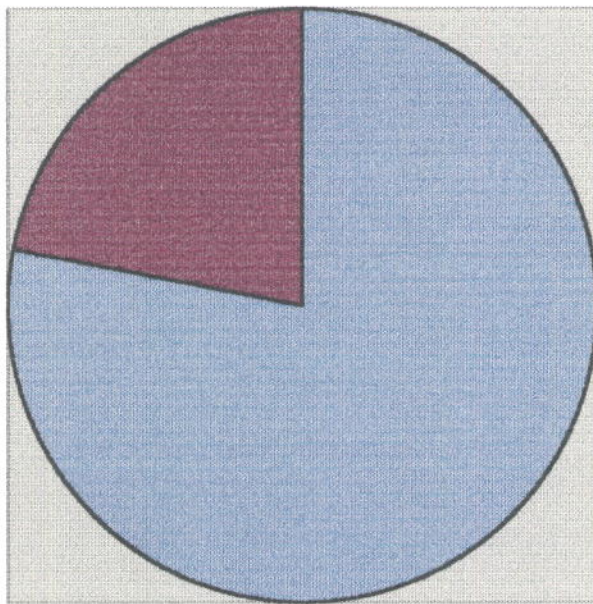
■ EXCELENTE	66%
■ MUY BUENA	44%

En general podemos decir que la infraestructura que posee la ciudad de Quito si está a nivel internacional, lo malo es que existen muy pocos hoteles de esta categoría. Las razones de esta respuestas son las siguientes:

- **Se debe mejorar el servicio**
- **Se debe mejorar la calidad**
- **No hay mucho que ofrecer**
- **Variedad en lo que ofrecen cada uno de ellos.**
- **Para toda clase**
- **Están a nivel internacional.**

Pregunta #6

Posee ud.(s) infraestructura propia?

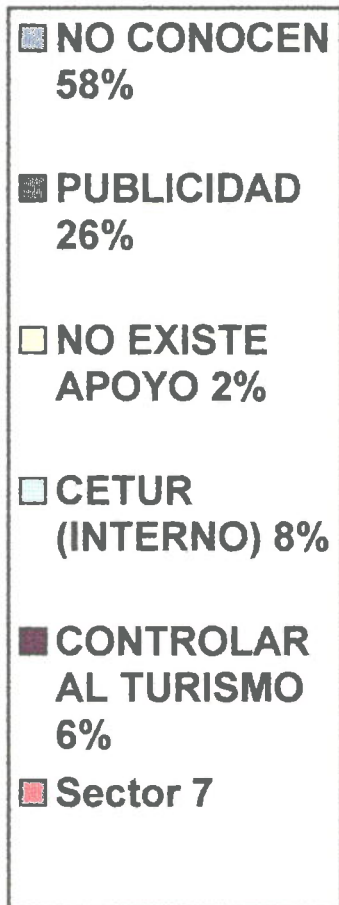
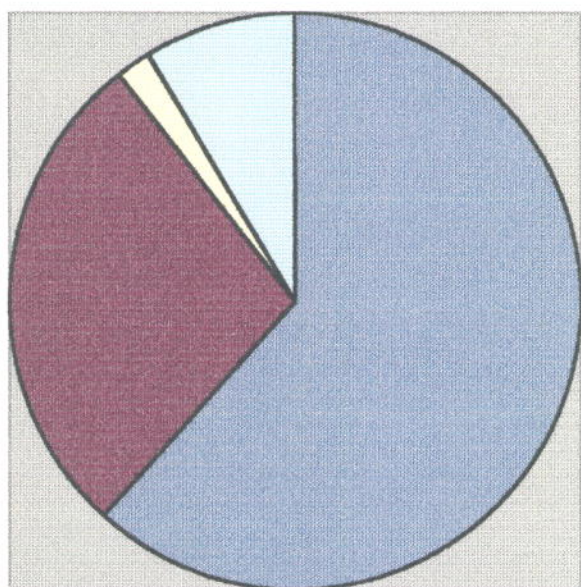


En esta pregunta podemos concluir que solamente el 22% de las agencias poseen infraestructura propia y esto les beneficia mucho a las mismas, la mayoría de las agencias como podemos apreciar no la poseen por varias razones que expondremos en las conclusiones y recomendaciones.

Pregunta #7

¿Conoce usted que está realizando el Gobierno para mejorar esta importante actividad económica?

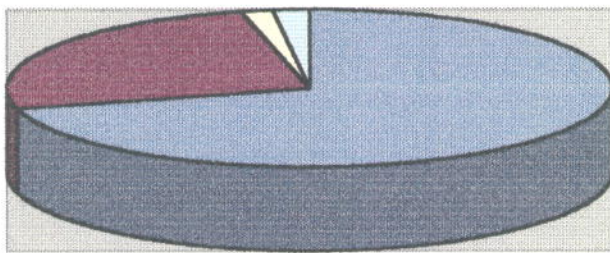
La mayoría de personas dedicadas a esta actividad no saben lo que el Gobierno hacen por la misma, y prácticamente se limitan a saber que realizan publicidad.



Pregunta #8

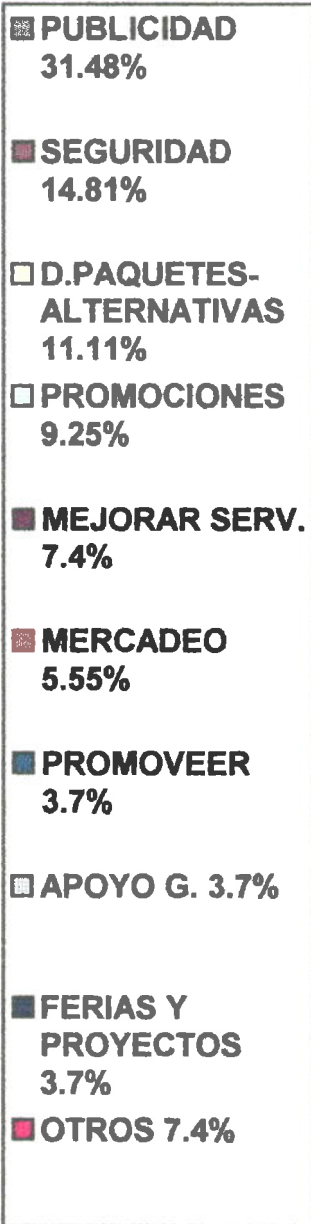
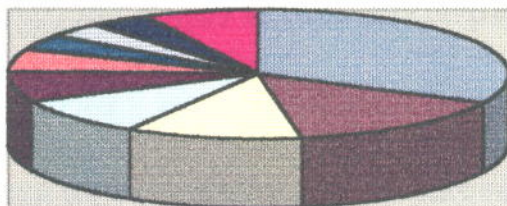
Existe algún organismo o programa Gubernamental que ayude al desarrollo del Turismo en las ciudad?

Si existen estos organismos el mayor porcentaje lo ocupa CAPTUR y el ASECUT con el 96.35% y un mínimo porcentaje lo opuca el Fondo de Preservación y la Unesco y Unicef.



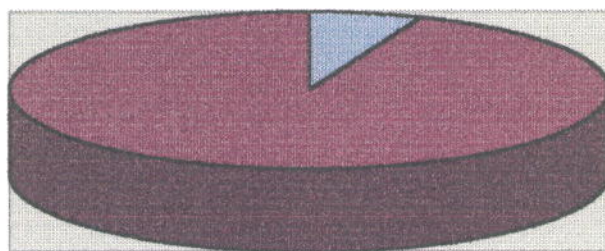
Pregunta #9

¿Qué haría ud. como agencia para mejorar el turismo en la ciudad?



Pregunta #10

¿Su agencia de viajes ha realizado algún tipo de estudio de mercadeo para mejorar sus ventas?



■	SI LO HAN REALIZADO	6%
■	NO LO HAN REALIZADO	94%

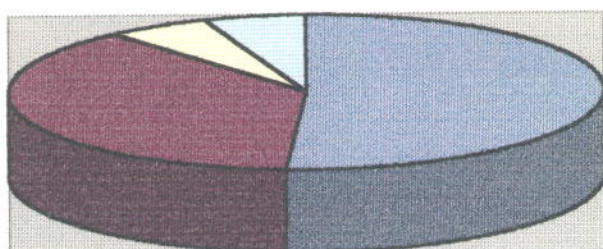
Son muy pocas las Agencias de viajes que han realizado un estudio de mercado ya que sus presupuestos son limitados.

Las agencias que lo han realizado lo han hecho mediante el método de encuestas.

TABULACION DE ENCUESTA PARA LOS TURISTAS

Pregunta #1

¿Cuál es el motivo de su estadía en la ciudad de Quito?

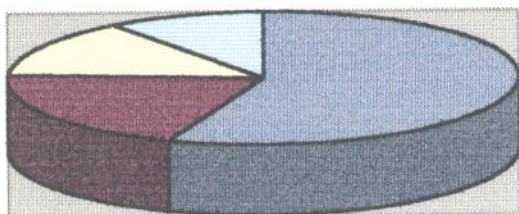


■	PLACER	46%
■	NEGOCIOS	34%
□	ESTUDIOS	5%
□	OTROS	5%

Como podemos apreciar la mayoría de los turistas que se encuentran en la ciudad de Quito, se hallan por placer u ocio, seguimos por aquellos que llegan después de estos llegan a la capital por negocios y solamente un 10 % corresponde a los estudiantes extranjeros y los que llegan por cualquier otra razón.

Pregunta #2

¿Por cuánto tiempo será su permanencia en la ciudad de Quito?

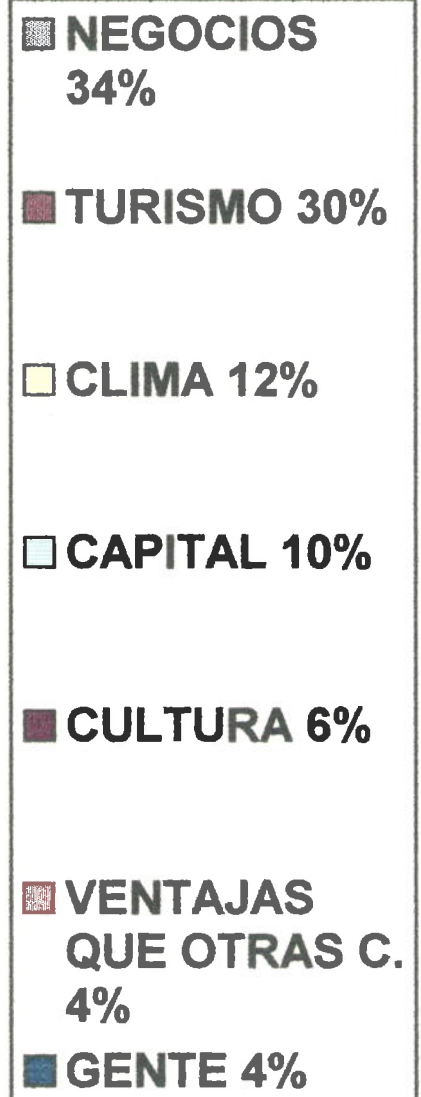
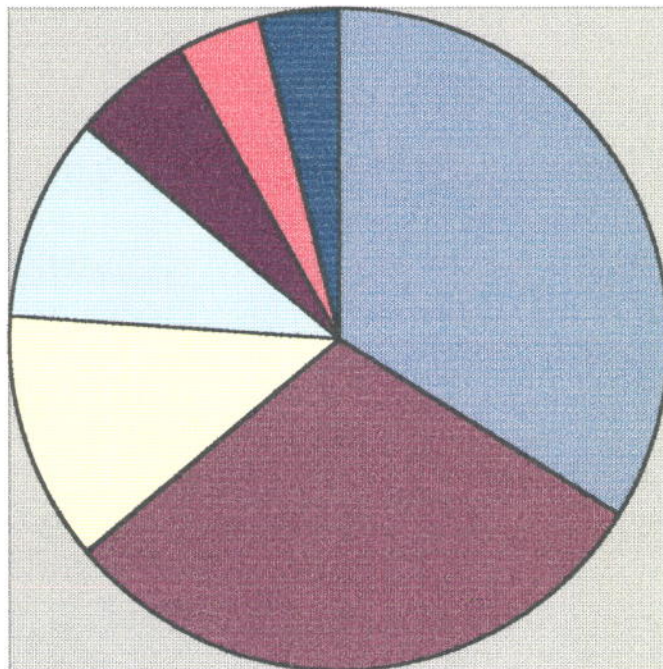


■	1 SEMANA	56%
■	2 SEMANAS	20%
□	3 SEMANAS	14%
□	MAS TIEMPO	10%

La mayoría de los turistas que llegan de visita a nuestro país pasan una semana en la ciudad de Quito, el 20% de los demás turistas pasan su estadía por dos semanas en la capital, el 14% están 3 semanas y solamente un 10 % se quedan más tiempo en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta #3

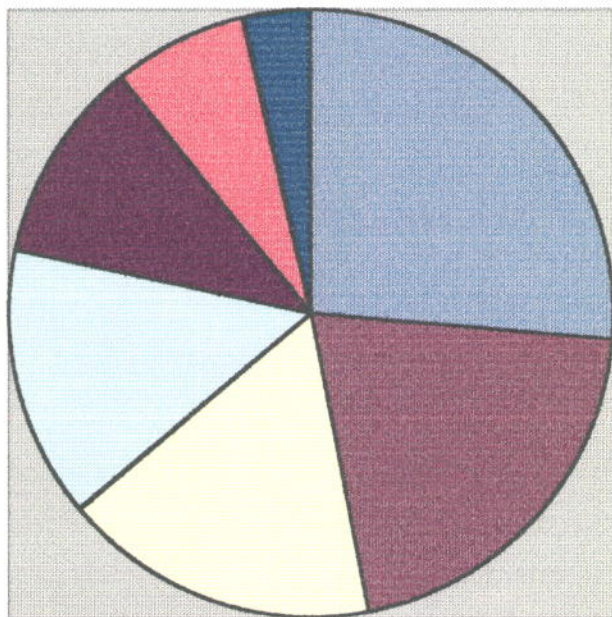
¿Por qué escogió Quito?



La mayoría de extranjeros que llegan a la ciudad de Quito, están en la ciudad por motivo de negocios que tienen un 34%, el 30% que escogen Quito es por el Turismo, el 12% por su clima, el 10% llegan a la ciudad por ser la capital de la república, un 6% lo hacen por su cultura y un 8% la escogieron por las ventajas que ofrece la ciudad de Quito y por la calidad de gente que vive en ella.

Pregunta #4

¿Qué ha sido lo más atrayente de la ciudad de Quito, durante su estadía?



- CENTRO HIST.**
26.5%
- GENTE-AMABILIDAD**
20.48%
- PAISAJES**
16.86%
- CLIMA** 14.45%
- MITAD DEL MUNDO** 10.84%
- MONUMENTOS**
7.22%
- TRANQUILA PARA SER LA CAPITAL** 3.61%

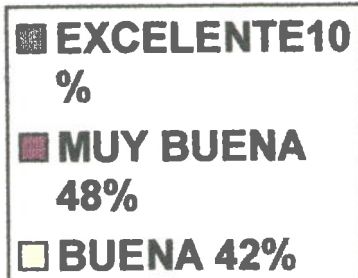
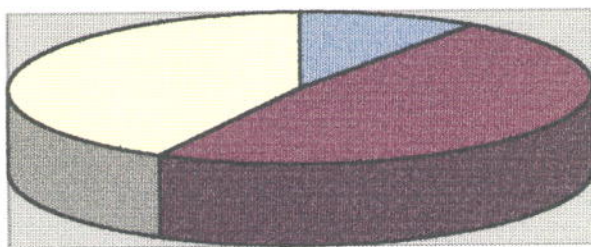
Lo más atrayente para los turistas de la ciudad de Quito es nuestro Centro Histórico que tiene un 26.5%, después lo más atrayente es la amabilidad de su gente con un 20.48%, esto es positivo ya que ella está en contacto directo con los turistas, lo que también les gusta de la capital son los paisajes que desde ella se pueden apreciar alrededor de la misma con un 16.86%, un 14.45% lo ocupan por los que les agrada el clima tan inesperado de la ciudad.

Lo menos atrayente para los turistas que visitan la ciudad de Quito son sus monumentos y la tranquilidad de la misma por ser la capital de la República del Ecuador con un 10.83%.

Pregunta #5

¿Qué le parece la infraestructura turística de la capital?

¿Y qué le gustaría que cambie?



La mayoría de los turistas opinan que la infraestructura hotelera de la ciudad es muy buena, que tienen lo básico para una estadía tranquila y placentera, obteniendo un 48% siendo casi la mitad; pero también es preocupante que solamente un 10% de los turistas creen que la infraestructura hotelera sea excelente y que además de esto un porcentaje muy alto cree que solamente sea buena con un 42%.

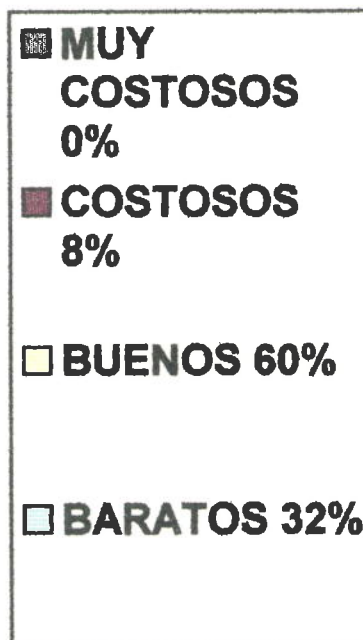
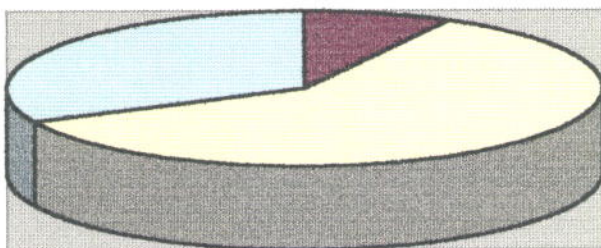
Los turistas desearían que en la administración de los hoteles haya más

seguridad.

También les gustaría que remodelen en general a la ciudad, pero debemos recalcar que a la mayoría se sienten muy cómodos y están satisfechos de los servicios que les ofrecen los hoteles y no desean ningún cambio.

Pregunta #6

¿A su parecer los costos que se obtienen por los servicios que les prestan le ha parecido?



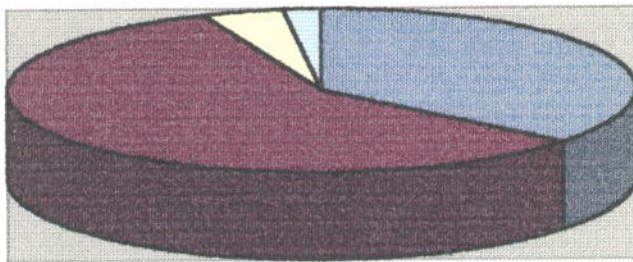
Debemos ver que la mayoría de los turistas opinan que los costos aquí en el Ecuador, y en especial la ciudad de Quito son buenos, esto beneficia mucho a la actividad turística, con un 60% de los encuestados.

Un porcentaje también importante es de un 32% que opinan que los servicios que prestan para los turistas son muy baratos, a relación de otros países latinoamericanos y que el Ecuador lo tiene todo y a un menor costo.

Pero, un mínimo porcentaje piensa que los servicios que les ofrecen a nivel turísticos son muy costosos.

Pregunta #7

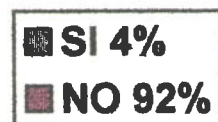
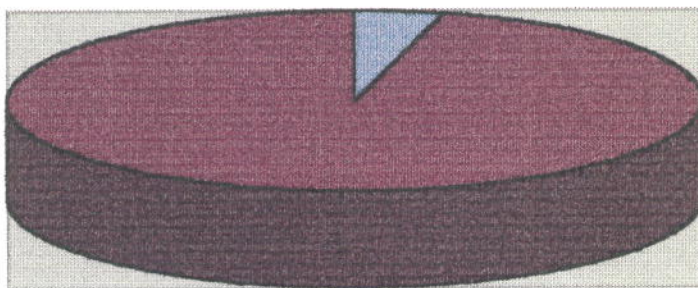
¿La atención brindada y el trato por parte de los miembros de las Agencias de Turismo, han sido?



La atención al turista no solamente debe ser muy buena, ya que esta es el mayor porcentaje con el 58%, no debemos conformarnos con esto o sino debemos hacer todo lo posible por superar el 6 % que opinan que la atención es buena y regular y estos dos porcentajes sumarlos al de excelente que tienen un 36%, ya que ellos son la primer contacto con los turistas y pesa mucho.

Pregunta #8

¿Ha tenido algún percance en su persona o en sus pertenencias, en su estadía en la ciudad?

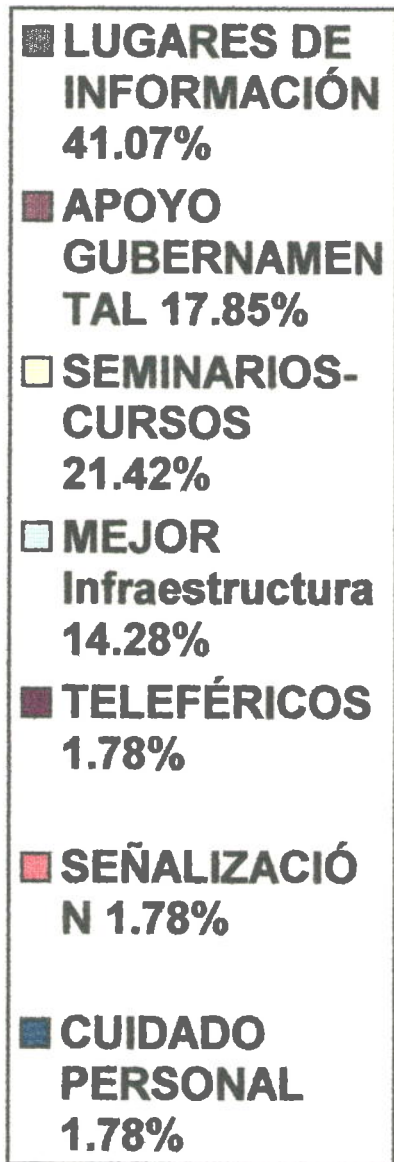
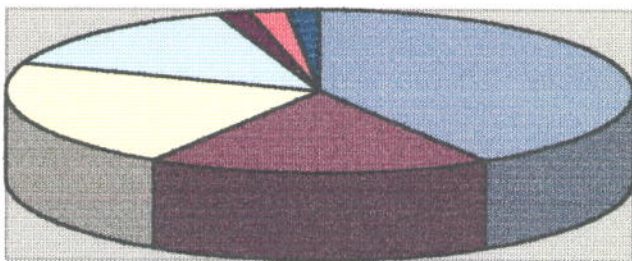


La mayoría de nuestros encuestados no ha tenido ningún percance, esto nos favorece ya que ellos proyectan la seguridad a otros turistas que deseen venir a visitar la ciudad.

Pero, un 8% de los turistas si han tenido algún percance, todos ellos han sufrido de robos en el Centro Histórico y en la Mariscal.

Pregunta #9

¿Qué sugerencia daría usted para mejorar los servicios turísticos en la ciudad?

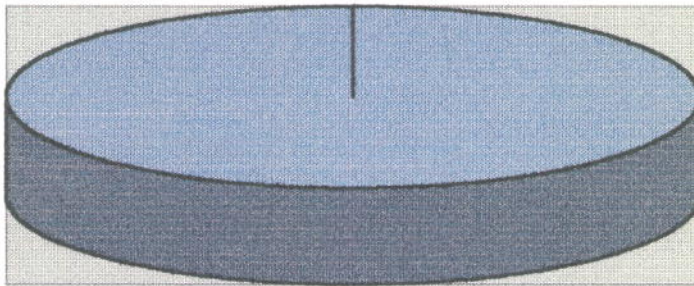


Para mejorar los servicios turísticos en la ciudad de Quito, el 41.07% de los

turistas necesita más lugares de información de la misma, el 21.42% opinan que se debe capacitar a las personas de la rama con seminarios y cursos para estar más preparados, también el 17.85% de los encuestados dicen que se debe exigir el apoyo gubernamental para mejorar el desarrollo de esta actividad, el 14.28 % de los turistas opinan que se debe mejorar la infraestructura para dar un mejor servicio a los visitantes y un mínimo porcentaje de los visitantes dicen que para mejorar los servicios se debe tener más señalización, existir un teleférico y más cuidado personal.

Pregunta#10

¿Recomendaría en su país de origen que visiten el Ecuador, en especial la ciudad de Quito?



<input checked="" type="checkbox"/> SI LO RECOMENDARÍAN 100%
<input type="checkbox"/> NO 0%

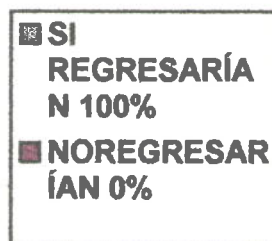
Todos los turistas, si recomendarían al Ecuador en su país de origen para que lo visiten por turismo, ya que nadie se negaría a conocer tan belleza.

Ya que opinan que es un país:

- Muy hermoso
- Tranquilo
- Seguro
- Acogedor
- Muy bueno para hacer turismo.

Pregunta #11

¿Regresaría ud. al Ecuador



Todos los turistas, están dispuestos a regresar a esta tierra por ser tan hermosa, porque les encanta, es muy conveniente para otros lugares ya que existe todo y para todos.

PROGRAMAS TURÍSTICOS PARA LA CIUDAD DE QUITO Y SUS ALREDEDORES

PRIMER PROGRAMA:

Primer día.

Transfer:

Traslado desde el aeropuerto hacia el hotel (20min).

City Tour

- Visita sector moderno de la ciudad.
- Mirador de Guápulo
- Mural del Palacio Legislativo.
- Centro Histórico y sus principales Iglesias.
- Loma del Panecillo
- Retorno al Hotel, tiempo del tour 3 horas.
- Almuerzo (opcional) o almuerzo en la mitad del mundo.

Segundo día.

Mitad del Mundo

- Salida del hotel.
- Nos dirigimos hacia la población de San Antonio de Pichincha, lugar

donde se encuentra la Línea Ecuatorial, y el Complejo Turístico “Mitad del Mundo”, visitando varios de sus atractivos:

1. Museo Etnográfico.
2. Maqueta en Miniatura de Quito Colonial.
3. Planetario.
4. Museo Arqueológico.
5. Realizar compras en los 100 locales comerciales dedicados a la venta de artesanías.
6. Disfrutar de la comida Típica del Ecuador, tiempo de visita 3 horas aproximadamente.

SEGUNDO PROGRAMA:

Primer día.

Transfer:

- Asistencia en el aeropuerto y traslado al hotel.

Segundo día.

City – Mitad del Mundo:

- Visita a la ciudad moderna.
- Visita al Quito Colonial y sus principales Iglesias.
- Seguimos con la visita al Monumento y mini ciudad Mitad del Mundo
- Almuerzo típico.
- Retorno a la ciudad.

En la tarde:

- Tarde de compras, visitar cualquiera de los Centros Comerciales de la ciudad.

Tercer día.

Zoológico:

- Salida hacia el norte, el Valle de Guayabamba.
- Conoceremos el Zoológico, aproximadamente 1h:30minutos.
- Almuerzo Típico en el sector.
- Regreso a la ciudad de Quito, tiempo aproximado del tour medio día.

TERCER PROGRAMA

Primer día.

Transfer.

- Asistencia en el aeropuerto y traslado al hotel.

Segundo día.

City – Mitad del Mundo:

- Desayuno en el hotel.
- Visita a la ciudad Moderna.
- Visita al Centro Colonial, sus Iglesias y museo de la ciudad.
- Mirador natural del Panecillo.
- Almuerzo en restaurante, preseleccionado.
- Visita al Monumento y mini-ciudad turística Mitad del Mundo, donde visitaremos, museos, planetarios y almacenes de artesanía.
- Regreso a la ciudad, alojamiento en el hotel, y por la noche cena y visita algunos bares y discotecas de la ciudad.

Tercer día.

- Desayuno en el hotel.
- Salida hacia el Valle de los Chillos, para visitar el Parque Nacional

Pasochoa.

- Almuerzo en alguna Hostería del lugar.
- Retorno a la ciudad de Quito.

Por la tarde:

- Visita a centros comerciales para realizar compras.



CAPÍTULO VI.

CONCLUSIONES GENERALES

- Podemos concluir, que al realizar el estudio de campo, nos damos cuenta que, los programas turísticos, son los mismos de siempre, que no incrementan nada nuevo de lo tradicional, por esta razón doy tres nuevos programas con las preferencias de los mismos turistas.
- Las agencias de viajes, no tienen ningún presupuesto para realizar estudios de mercado, con los cuales mejorarían sus ventas y servicios.
- Son pocas agencias las que poseen infraestructura propia, esto les beneficia a ellos solamente ya que se convierten en monopolio.
- Del mismo modo la permanencia de los extranjeros en la ciudad de Quito por lo general es corta y su nivel de gastos es bueno.
- Casi nada hace el Gobierno por apoyar a esta importante actividad económica, ya que existen muy pocos centros o de información turística.
- Existe un buen impacto económico del turismo sobre los sectores relacionados con dicha actividad en la ciudad de Quito.
- Falta de coordinación entre las Agencias de Viajes y organismos e instituciones.

SUGERENCIAS GENERALES

- Debemos velar, por la seguridad de los turistas, ya que una mala imagen perjudicaría al país.
- El Gobierno, debe de apoyar mucho a esta actividad económica, por medio de su organismo realizar una campaña de publicidad agresiva a nivel nacional e internacional.
- Incentivar a la población económicamente activa a estudiar esta carrera, a los profesionales de esta rama a seguir cursos, seminarios. Fomentar a la realización de ferias y proyectos turísticos.
- Hay que realizar promociones para aumentar las ventas en la ciudad, dando conocer lo que cada una ofrece.
- Mejorar la infraestructura hotelera y servicios a los turistas.
- Mejorar la imagen de la ciudad, por ejemplo pavimentando las calles principales de la ciudad.

