

Escuela Politécnica del Ejército

FACULTAD DE CIENCIAS TECNOLOGICAS
“HEROES DEL CENEPA”

MARKETING Y PUBLICIDAD

INTEGRANTES:

Verónica Caicedo

Rommel Guadalupe

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a todos los profesores de la Facultad que de una u otra manera nos colaboraron en nuestro trabajo escrito, gracias por el tiempo dedicado, gracias por la paciencia, simplemente **GRACIAS** por todo.

“Nunca es tarde para empezar de nuevo”

TEMA DE MONOGRAFIA

PLAN ESTRATEGICO Y DE
PROMOCION DE LAS ZONAS
TURISTICAS DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

JUSTIFICACION

- Consideramos importante este “ Plan Estratégico de Promoción de las Zonas Turísticas del Distrito Metropolitano de Quito”, ya que a través de las investigaciones haremos viable este tipo de promoción, planeación e información para el turismo en el Distrito, ya que éste constituye un factor importante para la industria turística ecuatoriana.

CAPITULO I

DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

GENERALIDADES

ANTECEDENTES HISTORICOS:

- El Territorio que actualmente es el D.M.Q. correspondía al antiguo asentamiento de La Real Audiencia de Quito.
- Quito fue habitada por diferentes tribus indígenas entre ellas estaban los Quitus.
- La denominación de San Francisco de Quito, proviene de la costumbre de los españoles.
- El 27 de octubre de 1993, mediante Ley Orgánica de Régimen publicada en el registro oficial, se cambia la denominación de cantón Quito por Distrito Metropolitano de Quito.

Fundación San Francisco de Quito:

- El 6 de Diciembre de 1534 por Sebastián de Benalcázar.

Centro Histórico

- Colmado de significados que lo identifican por su belleza arquitectónica, rodeada de montañas y valles.
- Calles estrechas cubiertas de piedra volcánica y rodeada de edificios en los que sobresale el estilo colonial.
- Considerada como Relicario del Arte en América.
- Quito fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO por su belleza física de sus casas e iglesias, leyendas y tradiciones.

Quito Ciudad Moderna y Colonial.-

Es una metrópoli que día a día se construye, donde la estructura moderna se funde con la heredad mestiza y colonial, en la que residentes nacionales y visitantes extranjeros encuentran siempre un lugar para disfrutar.

En el norte se ubica el Quito moderno, donde se erigen grandes estructuras urbanas y comerciales; el centro o Quito antiguo reúne el legado colonial y artístico .

Descripción Territorial

- **El Distrito Metropolitano de Quito se localiza en el Callejón Interandino, en un entorno de varios contrastes en lo geográfico, ecológico, paisajístico, y climático.**
- **Clima.-** el Clima es variado en el Distrito Metropolitano de Quito, oscila entre 13 y 16 grados.
- **La ciudad tiene las características de una fortaleza** defendida por las montañas que le rodean. La preside el imponente volcán Pichincha, en cuyas faldas se ha forjado la historia de la urbe, se levanta encantadora la segunda capital más alta del mundo.

ASPECTOS FISICOS:

- **Capital:** Quito
- **Fecha de Fundación Cantón:** 5 de Junio de 1824.
- **Superficie:** 4.204 km²
- **Ubicación:** Centro Norte de la provincia de Pichincha
- **Altitud:** 2.400 a 4.500 msnm.
- **Población aprox.:** 1'920.498 de habitantes

Limites:

- **Norte:** Provincia de Imbabura
- **Sur:** Cantones Rumiñahui y Mejía
- **Este:** Cantones Pedro Moncayo, Cayambe y Provincia de Napo.
- **Oeste:** Cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y Santo Domingo de los Colorados.
- **Extensión:** 12 000 kilómetros cuadrados



DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CANTÓN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

No cantón	Zona Metropolitana	Parroquias Suburbanas
1	Zona Metropolitana suburbana Noroccidental	Quito
2		Gualea
3		Nanegal
4		Nanegalito
5		Pacto
6	Zona Metropolitana suburbana Norcentral	Atahualpa
7		Chavezpamba
8		Perucho
9		Puéllaro
10		San José de Minas
11	Zona Metropolitana suburbana Calderón	Calderón (Carapungo)
12		Llano Chico
13	Zona Metropolitana suburbana Tumbaco	Cumbayá
14		Tumbaco
15	Zona Metropolitana suburbana Los Chillos	Alangasí
16		Amaguaña
17		Conocoto
18		Guangopolo
19		La Merced
20		Pintag
21	Zona Metropolitana suburbana Aeropuerto	Checa (Chilpa)
22		El Quinche
23		Guayllabamba
24		Pifo
25		Puembo
26		Tababela
27		Yaruquí
28	Zona Metropolitana suburbana Centro Sur	Lloa
29		Nayón
30	Zona Metropolitana suburbana centro Norte	Zambiza
31	Zona Metropolitana suburbana Norte	Calacalí
32		Nono
33		Pomasqui
34		San Antonio

EDUCACION

Todo ser humano es susceptible de aprender y en esta era de la información y la Sociedad del Conocimiento, la perspectiva del aprendizaje autónomo está vigente en los ideales educativos del Distrito Metropolitano de Quito.

Presupuesto General del Estado:

El Presupuesto General del Estado el porcentaje designado a la educación es muy reducido. 30%.

Cobertura primaria en el D. M. de Quito

Alumnos: 136.479

Profesores: 11.165

Planteles: 952

Aulas: 9.527

Cobertura Secundaria en el D. M. de Quito

Alumnos: 167.533

Profesores: 14.826

Planteles: 527

Aulas: 7.847

Economía

- **El Distrito Metropolitano de Quito está estructurado a partir de una economía diversificada que lo define como centro de decisión pública y financiera.**

El desarrollo económico, se proyecta por varias ramas:

- **Agricultura**
 - **Ganadería,**
 - **Agroindustria**
 - **El comercio**
 - **La pequeña industria**
 - **La manufactura**
 - **El turismo y el servicio.**
-
- **La vegetación es variada. En Tumbaco se destacan los cultivos de flores que son para exportación.**
 - **La cría de ganado vacuno en las regiones donde abunda el pasto las ha convertido en grandes centros de producción lechera.**
 - **Son de importancia las uvas y frutillas de Pomasqui y Puembo ya que generan un alto rubro económico para el Distrito.**

ATRATIVOS TURISTICOS

Reservas Naturales

- Las Reserva del Pululahua
- Los Balnearios, Cascadas
- Los Bosques
- Áreas de Protección Ecológica



Muchas de las Reservas Naturales las encontramos en los alrededores que se ubican en las respectivas parroquias rurales del DMQ que se hallan a pocos kilómetros al sur de la línea ecuatorial ya que son zonas muy ricas en especies vegetales.

VOLCANES

Volcanes Guagua y Rucu Pichincha

- **El Guagua Pichincha está ubicado en el lado occidental del Rucu Pichincha.**
- **Volcanes inactivos o apagados:**
 - **El Rucu Pichincha**
 - **El Cundur- Huarchana**



MONTAÑAS

Con una ubicación privilegiada, rodeada por hermosos valles y espectaculares montañas.

Entre las principales montañas tenemos:

- Montaña De Ilaló
- Cráter del Pululahua
- Montaña de Cruz Loma
- Montaña del Hongui
- Pasochoa



RIOS

EL GUAYLLABAMBA : El principal de los ríos en el Distrito Metropolitano de Quito es, que se origina en los deshielos del sur de la provincia con el nombre de San Pedro.

Sus Afluentes más importantes son Pita, Ushimana, Machángara, Chiche, Huambi, Pisque y Río Blanco.

El Río Machángara se encuentra en tratamiento de sus aguas servidas, para recuperar su belleza y descontaminar este río tradicional de Quito.

MONUMENTOS

Se encuentran ubicados en su mayoría en diferentes plazas y plazoletas, entre los más representativos tenemos:

- Monumento de la Mitad del Mundo
- Monumento de la Plaza de la Independencia
- Diferentes Monumentos en honor a los próceres que han hecho historia en el Distrito Metropolitano de Quito como:
 - Monumento a Velasco Ibarra
 - Monumento a García Moreno
 - Monumento a Simón Bolívar



MONUMENTO DE LA MITAD DEL MUNDO:

- A 20 minutos de Quito, recorriendo la Autopista Manuel Córdova Galarza, se llega a la Ciudad Mitad del Mundo.
- Atraviesa la Línea Equinoccial que marca en el piso la división de la Tierra en dos hemisferios.
- Un monumento en el medio del planeta. Este cartel anuncia la latitud 0° , cero minutos y cero segundos.
- Colosal monumento de 30 metros de altura con su globo terráqueo de 5 toneladas, que fue construido en 1979, siguiendo el diseño de Luís Tufiño (1936).
- Dentro del Monumento a sus alrededores podemos encontrar artesanías, pinturas, recuerdos, restaurantes, etc.
- Diversos museos a los alrededores del Monumento como:

- Museo Etnográfico
- El Planetario de la Mitad del Mundo
- El Museo Solar
- Pabellón de Alemania
- Pabellón de Francia



PARQUES Y PLAZAS

- La capital está llena de parques, cuya principal característica es su gran extensión y la diversidad.
- Los parques más representativos son: La Carolina, El Ejido, El Metropolitano, La Alameda y El Arbolito.
- En el transcurso de la semana, los quiteños visitan sus parques para trotar por las mañanas.

Una de las plazas más destacadas es:

Plaza Grande

- La Plaza Grande o Plaza de La Independencia, uno de los mayores atractivos del casco colonial de la capital ecuatoriana.
- A sus alrededores encontramos cafés, fotógrafos, tiendas de dulces, etc.



IGLESIAS

IGLESIAS

- Las iglesias y catedrales de Quito constituyen verdaderos patrimonios para el país, ya que varios de estos edificios fueron construidos en el siglo XIV; entre los atractivos de estas iglesias están los altares trabajados en pan de oro, por los artesanos de la escuela colonial quiteña, se caracterizan por su belleza arquitectónica.
- Entre las principales iglesias del Centro Histórico tenemos:
 - ✓ **Iglesia de San Francisco**
 - ✓ **Iglesia de Santo Domingo**
 - ✓ **Iglesia del Sagrario**
 - ✓ **Iglesia de la Catedral**
 - ✓ **Iglesia Compañía de Jesús**
 - ✓ **Iglesia de San Agustín**

CASAS Y MUSEOS

Quito se caracteriza por sus diversas casas antiguas situadas en el Centro Histórico como por ejemplo La Loma Grande y el Barrio La Rotonda, entre otras tenemos:

- Casa de Sucre
- Casa de los siete patios
- Museo del Convento de San Francisco
- Museo Metropolitano
- Museo de Manuelita Sanz
- Museo de la Casa de la Cultura
- Museo del Banco Central
- Museo y Galería de Artes
- Museo de la Ciudad



MIRADORES

- El Teleférico
- La Virgen del Panecillo
- Mirador del Valle de los Chillos
 - Mirador del Itchimbía

Otros sitios turísticos:

- **El arco de la Reina**
- **El Palacio de Carondelet**
 - **La cima de la Libertad**
 - **Estación del Ferrocarril**

Cultura y Entretenimiento

ARTE Y CULTURA

- AGOSTO MES DE LAS ARTES (DANZA, TEATRO, COMIDAS, ENTRETENIMIENTO, ETC.)
- FOLCLORE, DIFERENTES EVENTOS ARTÍSTICOS.

DANZA

- BALLET FOLCLÓRICO JÁCCHIGUA, UNA IMPORTANTE ESCUELA DE FOLCLORE DE LA CIUDAD.

TEATROS:

TEATRO SUCRE

TEATRO BOLÍVAR

TEATRO NACIONAL DE LA CASA DE LA CULTURA
ECUATORIANA

Comida

Diversos platos típicos como: Fritada, Llapingachos,
Librillo, Caldo de Pata,
Caldo de 31, Locro quiteño, Hornado, etc.



ARTESANIAS

- Figuras de masapán
- Velas decorativas
- Hierro forjado
- Muebles tallados
- Curtiembres de cuero
- Tejidos en cría de caballo
- Instrumentos musicales
- Fuegos pirotécnicos
- Bordados
- Tallado de madera de balsa
- En la ciudad de Quito destaca el mercado artesanal en donde se puede encontrar todo tipo de artesanías, tales como, ropa, instrumentos musicales, adornos, joyería, etc.



LEY DEL TURISMO

- La presente ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá, para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.
- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

PRINCIPIOS DE LA LEY DEL TURISMO

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y la promoción nacional e internacional;
- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada participación de los turistas;
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- La iniciativa y participación de comunidades indígenas, campesina, montubia o afroecuatoriana.

CAPITULO II

STRATEGIAS DE

MERCADO

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

1. Ministerio de Turismo: Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando al turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.

Estrategias: Descentralización- Programa Nacional de Dinamización Turística (municipios y empresa privada)

2. CAPTUR Cámara De Turismo De Pichincha : Máximo Representante de la actividad privada de la provincia de Pichincha

Estrategias: Destino, el precio la calidad y seguridad

3. Consejo Provincial de Pichincha: Planificar, organizar y ejecutar programas y obras para la provincia, tales como: Construcción de puentes, carreteras, parques de recreación, entre otros, es decir velar por el bienestar y el desarrollo de la gente de toda la provincia.

Estrategias: Convertir al turismo en política de desarrollo estratégica de la provincia. Procurar un trabajo concertado y coordinado entre los organismos públicos y privados.

4. Federación Nacional de Cámaras de Turismo (FENACAPTUR): La Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo está integrada por todas las Cámaras Provinciales de Turismo, los Gremios y Asociaciones Nacionales de Turismo constituidas conforme a la Ley.

Estrategias: Fomentar proyectos conjuntos y acuerdos entre las cámaras Provinciales y allanar las diferencias que pudieren presentarse entre estas, o entre Cámaras Provinciales, Capítulos Cantonales y Asociaciones Nacionales y demás gremios turísticos

5. Corporación Metropolitana De Quito. La Corporación Metropolitana de Turismo tiene como objetivo fundamental el desarrollo integral del turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, para lo cual se deben cumplir dos procesos básicos:

- La institucionalización del desarrollo turístico.
- El posicionamiento de Quito como destino turístico en los principales mercados emisores.

Plan Estratégico de Turismo (Plan Q)

- Promoción, mercadeo y sensibilización turística
- Administración de la turística
- Creación de productos turísticos

**Percepción de las zonas
turísticas:**

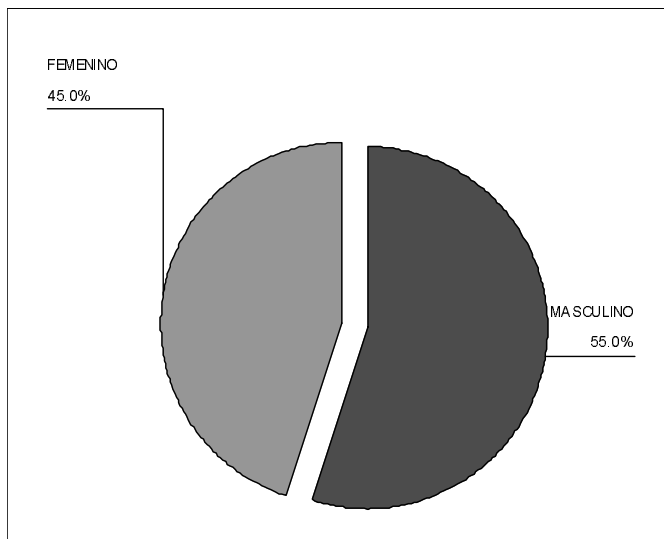
ENCUESTA

TABULACION DE LA ENCUESTA

Según la encuesta realizada en la ciudad de Quito a 80 personas, quienes eran turistas nacionales y extranjeros; realizamos la tabulación respectiva en el programara SPSS, y el siguiente análisis que detallamos a continuación.

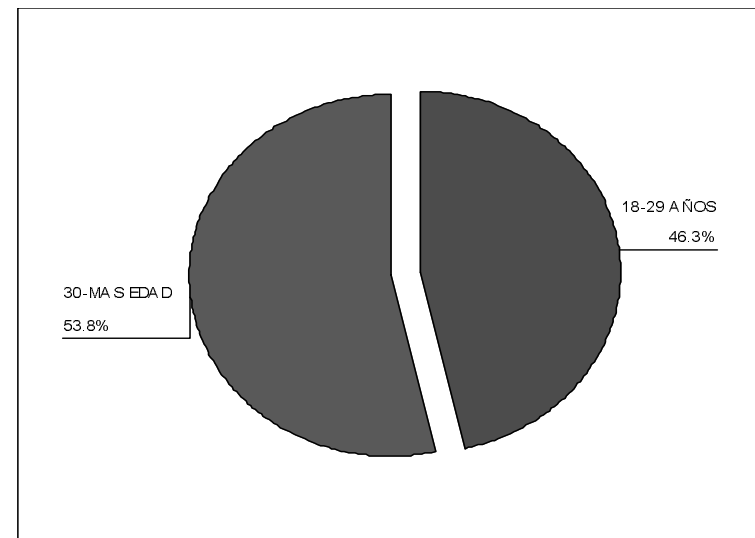
GENERO DE LAS PERSONAS

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	MASCULINO	44	55.0
	FEMENINO	36	45.0
	Total	80	100.0



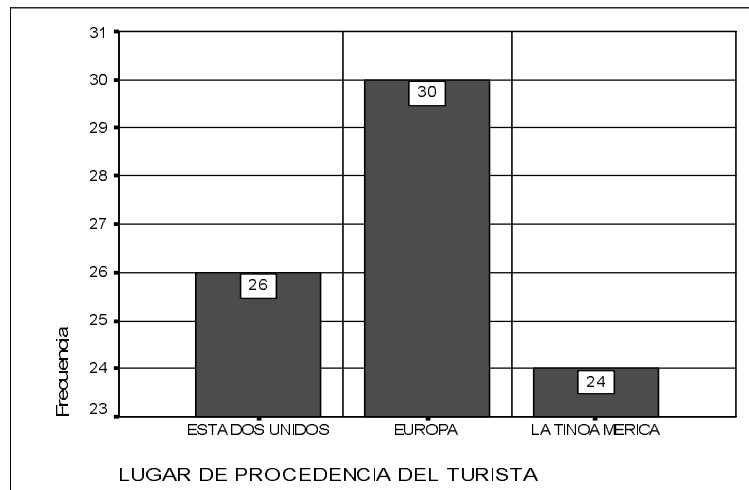
EDAD DE LAS PERSONAS

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	18-29 AÑOS	37	46.3
	30-MAS EDAD	43	53.8
	Total	80	100.0



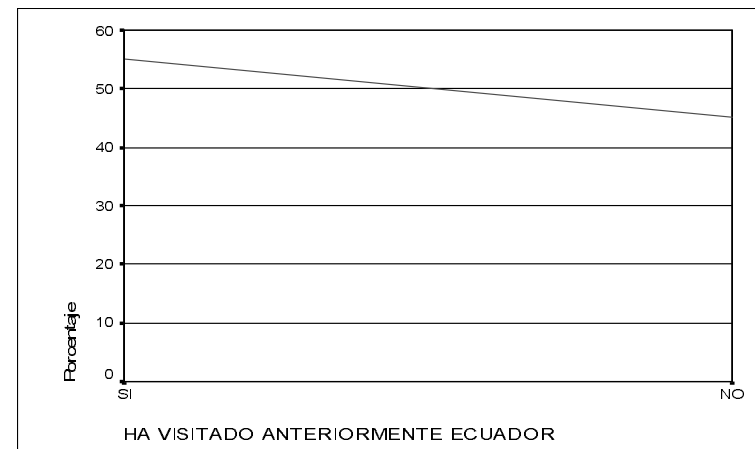
LUGAR DE PROCEDENCIA

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	ESTADOS UNIDOS	26	32.5
	EUROPA	30	37.5
	LATINOAMERICA	24	30.0
	Total	80	100.0



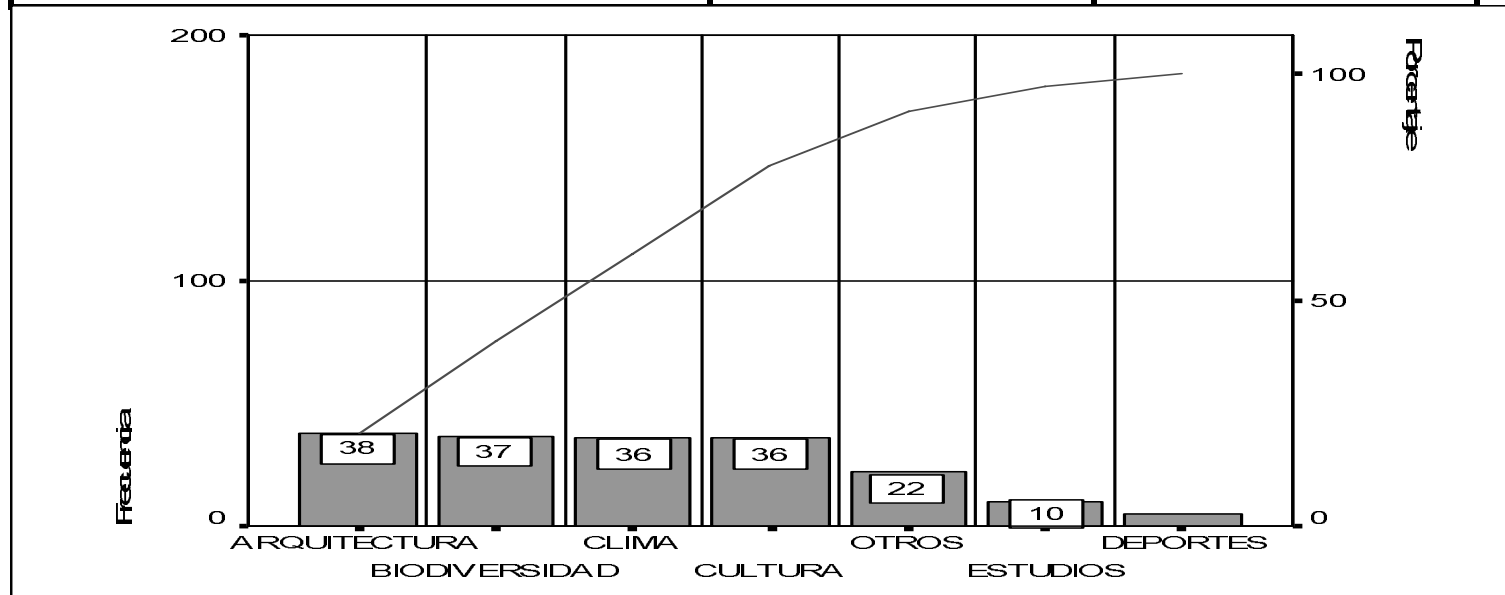
HA VISITADO ANTERIOR ENTE EL ECUADOR

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	44	55.0
	NO	36	45.0
	Total	80	100.0



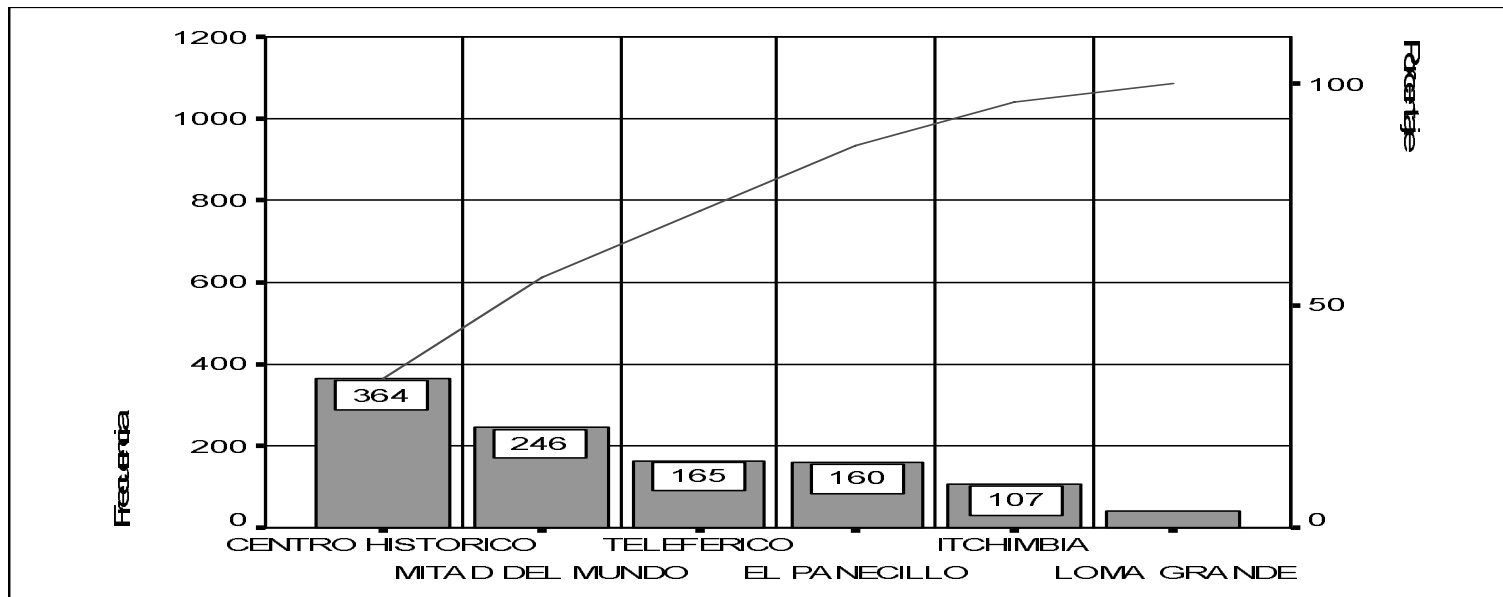
RAZONES DE VISITA:

	N	Suma
ARQUITECTURA	80	38.00
BIODIVERSIDAD	80	37.00
CULTURA	80	36.00
CLIMA	80	36.00
OTROS	80	22.00
ESTUDIOS	80	10.00
DEPORTES	80	5.00
N válido (según lista)	80	



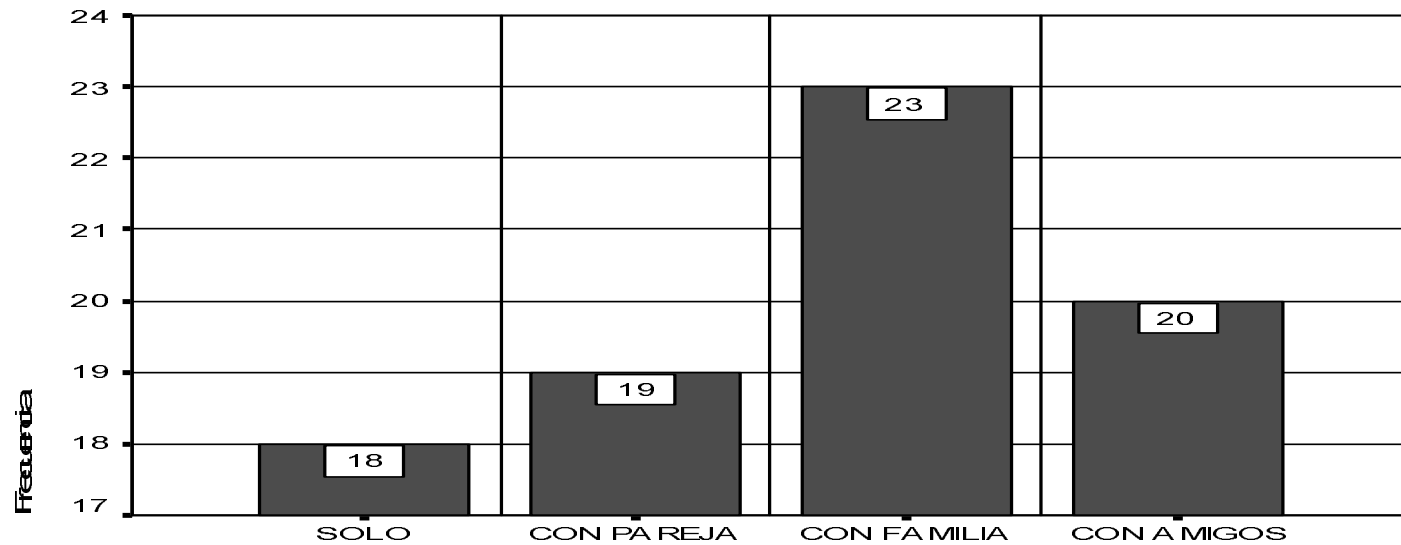
LUGARES DE PREFERENCIA DE VISITA:

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Media	Desv. típ.
CENTRO HISTORICO	80	.00	5.00	364.00	4.5500	1.06617
MITAD DEL MUNDO	80	.00	5.00	246.00	3.0750	2.21488
TELEFERICO	80	.00	5.00	165.00	2.0625	2.22951
EL PANECILLO	80	.00	5.00	160.00	2.0000	2.23324
ITCHIMBIA	80	.00	5.00	107.00	1.3375	1.98056
LOMA GRANDE	80	.00	5.00	43.00	.5375	1.27233
N válido (según lista)	80					



CON QUIEN VISITA EL ECUADOR EL TURISTA

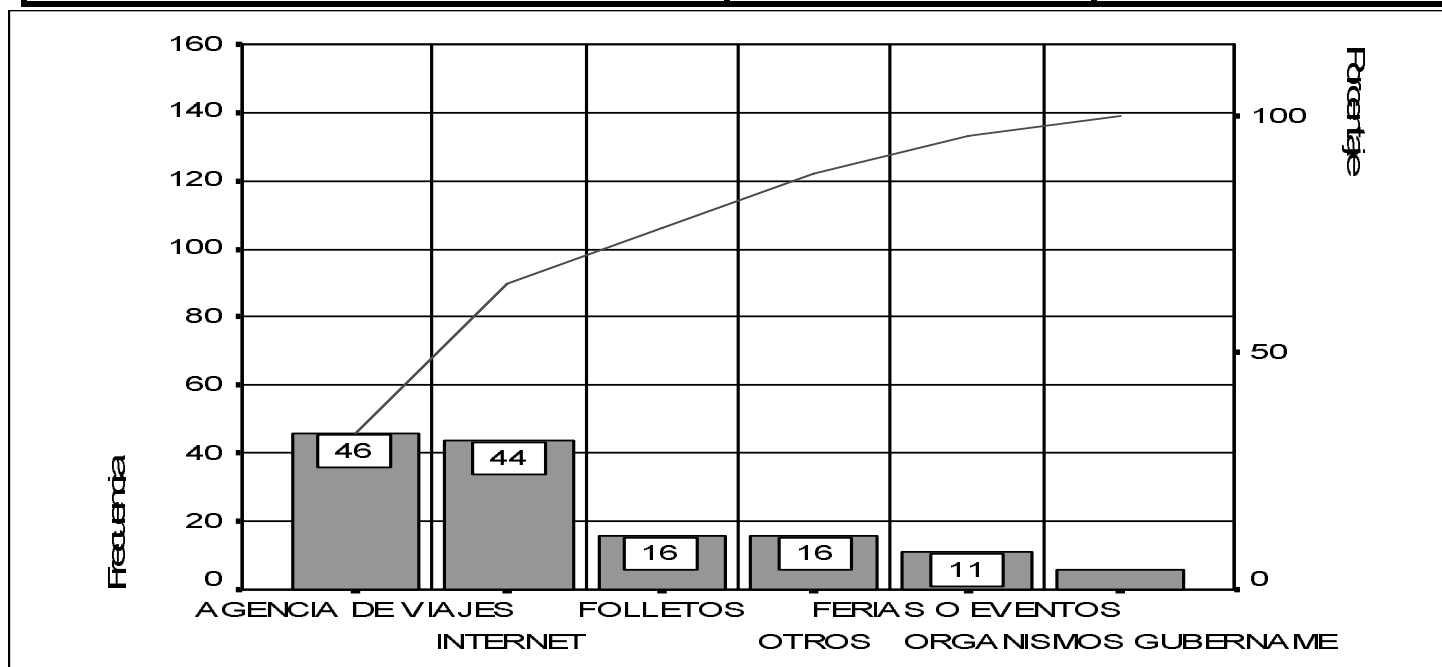
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SOLO	18	22.5	22.5	22.5
	CON PAREJA	19	23.8	23.8	46.3
	CON FAMILIA	23	28.8	28.8	75.0
	CON AMIGOS	20	25.0	25.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	



CUANDO VISITA ECUADOR VIENE

MEDIOS DE INFORMACIÓN:

	N	Suma
AGENCIA DE VIAJES	80	46.00
INTERNET	80	44.00
OTROS	80	16.00
FOLLETOS	80	16.00
FERIAS O EVENTOS	80	11.00
ORGANISMOS GUBERNAMENTALES	80	6.00
N válido (según lista)	80	



TABLAS DE CONTINGENCIA:

HA VISITADO ANTERIORMENTE ECUADOR POR GÉNERO DE LAS PERSONAS:

			GENERO DE LAS PERSONAS		Total
			MASCULINO	FEMENINO	
HA VISITADO ANTERIORMENTE EL ECUADOR	SI	Recuento	24	20	44
		% de GÉNERO DE LAS PERSONAS	54.5%	55.6%	55.0%
	NO	Recuento	20	16	36
		% de GÉNERO DE LAS PERSONAS	45.5%	44.4%	45.0 %
Total		Recuento	44	36	80
		% de GÉNERO DE LAS PERSONAS	100.0%	100.0%	100.0%

GENERO MASCULINO

SI 54.5%

NO 45.5%

GENERO FEMENINO

SI 45.5%

NO 44.4%

HA VISITADO ANTERIORMENTE ECUADOR POR EDAD DE LAS PERSONAS:

			EDAD DE LAS PERSONAS		Total
			DE 18-29 AÑOS	DE 30 – MAS EDAD	
HA VISITADO ANTERIORMENTE ECUADOR POR EDAD DE LAS PERSONAS	SI	Recuento	19	25	44
		% de EDAD DE LAS PERSONAS	51.4%	58.1%	55.0%
	NO	Recuento	18	18	36
		% de EDAD DE LAS PERSONAS	48.6%	41.9%	45.0%
		Recuento	37	43	80
		% de EDAD DE LAS PERSONAS	100.0%	100.0%	100.0%

DE 18- 29 AÑOS

SI 51.4%

NO 48.6%

DE 30 EN ADELANTE AÑOS

SI 58.1%

NO 41.9%

RAZONES DE VISITA

ARQUITECTURA BIODIVERSIDAD CLIMA CULTURA ESTUDIOS DEPORTES OTROS POR EDAD DE LAS PERSONAS:

EDAD DE LAS PERSONAS	ARQUITECTURA	BIODIVERSIDAD	CLIMA	CULTURA	ESTUDIOS	DEPORTES	OTROS
18-29 AÑOS	17.00	18.00	15.00	17.00	4.00	5.00	9.00
30-MAS EDAD	21.00	19.00	21.00	19.00	6.00	.00	13.00
Total	38.00	37.00	36.00	36.00	10.00	5.00	22.00

Entre 18 a 29 años

1. BIODIVERSIDAD
2. ARQUITECTURA Y CULTURA
3. CLIMA

Entre 30 años en adelante

1. ARQUITECTURA Y CLIMA
2. BIODIVERSIDAD Y CULTURA

RAZONES DE VISITA

Arquitectura Biodiversidad Clima Cultura Estudios Deportes Otros Por Genero De Las Personas

GENERO DE LAS PERSONAS	ARQUITECTURA	BIODIVERSIDAD	CLIMA	CULTURA	ESTUDIOS	DEPORTES	OTROS
MASCULINO	22.00	8.00	17.00	22.00	8.00	3.00	10.00
FEMENINO	16.00	19.00	19.00	14.00	2.00	2.00	12.00
Total	38.00	37.00	36.00	36.00	10.00	5.00	22.00

a) Género Masculino:
 1. Arquitectura y Cultura
 2. Biodiversidad

b) Género Femenino:
 1. Biodiversidad y Clima
 2. Arquitectura

LUGARES PREFERIDOS

CENTRO HISTÓRICO MITAD DEL MUNDO EL PANECILLO LOMA GRANDE TELEFÉRICO ITCHIMBIA POR EDAD DE LAS PERSONAS

EDAD DE LAS PERSONAS		CENTRO HISTORICO	MITAD DEL MUNDO	EL PANECILLO	LOMA GRANDE	TELEFERICO	ITCHIMBIA
18-29 AÑOS	Suma	164.00	124.00	86.00	29.00	83.00	54.00
	Mínimo	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Rango	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Media	4.4324	3.3514	2.3243	.7838	2.2432	1.4595
30-MAS EDAD	Suma	200.00	122.00	74.00	14.00	82.00	53.00
	Mínimo	1.00	.00	.00	.00	.00	.00
	Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Rango	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Media	4.6512	2.8372	1.7209	.3256	1.9070	1.2326
Total	Suma	364.00	246.00	160.00	43.00	165.00	107.00
	Mínimo	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Rango	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Media	4.5500	3.0750	2.0000	.5375	2.0625	1.3375

Entre 18 y 29 años prefieren visitar:

1. Centro Histórico de Quito
2. Mitad del Mundo

Entre 30 años en adelante prefieren visitar:

1. Centro Histórico de Quito
2. Mitad del Mundo

LUGARES PREFERIDOS

CENTRO HISTÓRICO MITAD DEL MUNDO EL PANECILLO LOMA GRANDE TELEFÉRICO ITCHIMBIA POR GENERO DE LAS PERSONAS

GENERO DE LAS PERSONAS		CENTRO HISTORICO	MITAD DEL MUNDO	EL PANECILLO	LOMA GRANDE	TELEFERICO	ITCHIMBIA
MASCULINO	Suma	199.00	125.00	87.00	15.00	70.00	45.00
	Mínimo	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Rango	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Media	4.5227	2.8409	1.9773	.3409	1.5909	1.0227
FEMENINO	Suma	165.00	121.00	73.00	28.00	95.00	62.00
	Mínimo	1.00	.00	.00	.00	.00	.00
	Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Rango	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Media	4.5833	3.3611	2.0278	.7778	2.6389	1.7222
Total	Suma	364.00	246.00	160.00	43.00	165.00	107.00
	Mínimo	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Rango	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Media	4.5500	3.0750	2.0000	.5375	2.0625	1.3375

Genero Masculino prefieren visitar:

1. Centro Histórico de Quito
2. Mitad del Mundo

Genero Femenino prefieren visitar:

1. Centro Histórico de Quito.
2. Mitad del Mundo

Forma de visita
CUANDO VISITA ECUADOR VIENE POR GÉNERO DE LAS PERSONAS

			GENERO DE LAS PERSONAS		Total	
			MASCULINO	FEMENINO		
Cuando visita el Ecuador Viene Por género de las personas.	SOLO	Recuento	9	9	18	
		% de GENERO DE LAS PERSONAS	20.5%	25.0%	22.5%	
	CON PAREJA	Recuento	10	9	19	
		% de GENERO DE LAS PERSONAS	22.7%	25.0%	23.8%	
	CON FAMILIA	Recuento	13	10	23	
		% de GENERO DE LAS PERSONAS	29.5%	27.8%	28.8%	
	CON AMIGOS	Recuento	12	8	20	
		% de GENERO DE LAS PERSONAS	27.3%	22.2%	25.0%	
	Total		Recuento	44	36	80
			% de GENERO DE LAS PERSONAS	100.0%	100.0%	100.0%

Genero masculino:

Con Familia (29.5%)
 Con amigos (27.3%)
 Con Pareja (22.7%)
 Solos (20.5%)

Genero Femenino:

Con Familia (27.8%)
 Con Pareja y Solos (25%)
 Con amigos (22.2%)

CUANDO VISITA ECUADOR VIENE POR EDAD DE LAS PERSONAS

			EDAD DE LAS PERSONAS		Total
			18-29 AÑOS	30-MAS EDAD	
	SOLO	Recuento	13	5	18
		% de EDAD DE LAS PERSONAS	35.1%	11.6%	22.5%
	CON PAREJA	Recuento	7	12	19
		% de EDAD DE LAS PERSONAS	18.9%	27.9%	23.8%
	CON FAMILIA	Recuento	7	16	23
		% de EDAD DE LAS PERSONAS	18.9%	37.2%	28.8%
	CON AMIGOS	Recuento	10	10	20
		% de EDAD DE LAS PERSONAS	27.0%	23.3%	25.0%
Total		Recuento	37	43	80
		% de EDAD DE LAS PERSONAS	100.0%	100.0%	100.0%

Entre 18 a 29 años:

Solos (35.1%)
 Con amigos (27%)
 Con Pareja y Con familia (18.9%)

Entre 30 años en adelante:

Con Familia (37.2%)
 Con Pareja (27.9%)
 Con Amigos (23.3%)
 Solos (11.3%)

MEDIOS DE INFORMACIÓN

AGENCIA DE VIAJES INTERNET FERIAS O EVENTOS FOLLETOS ORGANISMOS GUBERNAMENTALES OTROS POR EDAD DE LAS PERSONAS

EDAD DE LAS PERSONAS	AGENCIA DE VIAJES	INTERNET	FERIAS O EVENTOS	FOLLETOS	ORGANISMOS GUBERNAMENTALES	OTROS
18-29 AÑOS	24.00	2.00	3.00	7.00	3.00	6.00
30-MAS EDAD	22.00	22.00	8.00	9.00	3.00	10.00
Total	46.00	44.00	11.00	16.00	6.00	16.00

Entre 18 a 29 años:

1. Agencias de Viajes
2. Internet

Entre 30 años en adelante

1. Agencia de Viajes e Internet

**AGENCIA DE VIAJES INTERNET FERIAS O EVENTOS FOLLETOS
ORGANISMOS GUBERNAMENTALES OTROS POR GENERO DE LAS
PERSONAS**

GENERO DE LAS PERSONAS	AGENCIA DE VIAJES	INTERNET	FERIAS O EVENTOS	FOLLETOS	ORGANISMOS GUBERNAMENTALES	OTROS
MASCULINO	20.00	19.00	6.00	10.00	4.00	9.00
FEMENINO	26.00	25.00	5.00	6.00	2.00	7.00
Total	46.00	44.00	11.00	16.00	6.00	16.00

Genero Masculino:
1. Agencias de Viajes
2. Internet

Genero Femenino:
1. Agencia de Viajes
2. Internet

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

- **EL GENERO MASCULINO** ES EL AQUEL QUE MAYOR VISITA EL ECUADOR Y EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.
- LAS PERSONAS QUE MAYORMENTE VISITAN EL ECUADOR Y EL D.M. DE QUITO ESTAN **ENTRE 30- AÑOS EN ADELANTE**
- LA RAZONES DE VISITA SON. **BIODIVERSIDAD ARQUITECTURA , CULTURA, CLIMA**
- LOS LUGARES MAS VISITADOS SON:
EL CENTRO HISTORICO DE QUITO
LA MITAD DEL MUNDO
- QUE LA MAYORIA DE TURISTAS VIENEN ACOMPAÑADAS CON **FAMILIARES, CON AMIGOS, SOLOS**
- LOS TURISTAS SE INFORMAN MAS POR MEDIOS DEL **INTERNET Y AGENCIAS DE VIAJE**
- LOS LUGARES DE PROCEDENCIA SON:
 1. **EUROPA**
 2. **ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA**
 3. **LATINO AMERICA**

CAPITULO III

PLANESTRATEGICO

GUIA TURISTICA DE LOS LUGARES DEL D.M. QUITO

RECURSOS NATURALES

Quito	<ul style="list-style-type: none"> - Colina del Panecillo. - Mirador Valle de los Chillos. - Mirador Valle de Tumbaco. - Montaña Rucu Pichincha - Parque El Ejido - Parque la Alameda - Parque la Carolina - Parque Metropolitano - Vivarium - Teleférico de Quito
Alangasi	- Agua y montaña, Aguas termales, Balneario El Tingo, Balneario Ushima, Volcán Ilalo.
Lloa	<ul style="list-style-type: none"> - Mirador Iloa - Río Saloya - Termas Palmiras - Volcán Guagua Pichincha
Nono	- Termas Las Mercedes de Nono
San Antonio de Pichincha	<ul style="list-style-type: none"> - Balneario aguas termales San Antonio - Centro Solar Andrade Marín - Reserva Botánica Pululagua - Volcán Pululagua
Calacali	- Balneario el Cochazo (Termas)
Tumbaco	- Balneario Cununyacu- Aguas termales
Puembo	<ul style="list-style-type: none"> - Mirador entrada a Puembo - Río Chice- Puente mirador

Pifo	<ul style="list-style-type: none"> - Bosque leñoso via a Pifo-Papallacta - Laguna Yuyos - Laguna Boyeros
Checa	- Montaña Puntas
Nanegalito	<ul style="list-style-type: none"> -Reserva ecológica Bellavista -Reserva ecológica y caída de agua Pahuma
Nanegal	<ul style="list-style-type: none"> -Cascada la Piragua -Reserva Ecológica Maquipucuma -Marianita -Rio Alambi
Guayllabamba	-Zoológico de Guayllabamba
Guangopolo	-Balneario Rumiloma – Aguas termales
Conocoto	-Estación Experimental Conocoto y Museo Botánico
La Merced	-Área de recreación Ilalo – Balneario Aguas termales
Pacto	-Caída del Río Chirapi
Pintag	<ul style="list-style-type: none"> -Área Recreacional entrada al Antisana. -Laguna la Mica -Laguna Tipopugro -Laguna Toruno -Lagunas secas (estacionales)
Otón	-Mirador Km 55 vía Guayllabamba - Otón

Monumentos Históricos Museos, Iglesias Y Otros

Quito	<ul style="list-style-type: none"> - Barrio la Loma - Barrio la Ronda - Biblioteca Municipal - Casa de Benalcazar - Casa de los Azulejos - Casa de Sucre - Centro histórico de Quito - Iglesia Convento el Tejar - Iglesia de la Compañía - Iglesia Y convento de Guapulo - Iglesia y convento de San Francisco - Iglesia y convento la Merced - Iglesia y convento de San Agustín - Iglesia Y convento de San Juan - Iglesia y convento El Carmen Bajo - Iglesia de El Sagrario - Museo de la Casa De La Cultura - Museo de Manuelita Sáenz - Museo de la Universidad Católica - Museo Metropolitano - Museo Nacional del Banco Central - Museo del Convento de Santo Domingo - Museo del Convento de San Francisco - Museo y Galería de Artes - Teatro Sucre - Templete de la Cima de la Libertad - Observatorio Astronómico
Alangasi	- Casa Colonial Bethania, Iglesia de Alangasi
Amaguaña	<ul style="list-style-type: none"> - Arquitectura popular - Casa de la Hda. Las Herrerías - Iglesia de Amaguaña - Ruinas Hda. De Marieta de Veintimilla
Pomasqui	<ul style="list-style-type: none"> - Arquitectura popular - Iglesia y convento de Pomasqui
San Antonio de Pichincha	<ul style="list-style-type: none"> - Hacienda Tanlahua - Monumento a la Mitad del Mundo. - Museo etnográfico Mitad del Mundo - Ruinas arqueológicas y museo del sito de Rumicucho. - Vivero Concejo Provincial

Calderón	- Casa calle Carapungo 4039
Tumbaco	- Granja Agrícola INIAP Tumbaco
Puembo	- Capilla Chiche Obraje
Yaruqui	- Iglesia de Yaruqui
Checa	- Iglesia de Checa
El Quinche	- Iglesia del Quinche.
Puellaro	- Viviendas Típicas.
Perucho	- Viviendas Típicas
Atahualpa	- Viviendas Típicas
Nanegalito	<ul style="list-style-type: none"> - Arquitectura Popular - Explotación Psicola Hda. San José
Nanegal	<ul style="list-style-type: none"> - Arquitectura popular - Explotación Psicola Concejo Provincial.
Gualea	<ul style="list-style-type: none"> - Arquitectura Popular - Ruinas de Tulipe
Guangopolo	- Iglesia Parroquial
Conocoto	<ul style="list-style-type: none"> - Iglesia San Agustín - Iglesia de Conocoto.
La Merced	- Iglesia de la Merced
Pacto	- Arquitectura popular
Pintag	- Hacienda Santa Fe
Otón	- Iglesia de Otón

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

PORTAFOLIO DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

- TRANSPORTE TERRESTRE
- TRANSPORTE URBANO
- -trolebús
- -ecovía
- -metro bus
- COOPERATIVA DE TAXIS

CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

- Plazas y Calles
- Centro Cultural
- Palacio de Gobierno
- Iglesias y Conventos
- Miradores
- Museos
- Teatros
- Hoteles
- Restaurantes
- Parqueaderos

PORTAFOLIO DE LA MITAD DEL MUNDO TRANSPORTE URBANO -COOPERATIVA DE TAXIS

MITAD EL MUNDO

- Ciudad Mitad del Mundo
- Monumento Mitad del Mundo
- Museo Etnográfico
- El Planetario Mitad del Mundo
- El Museo Solar
- Pabellón de Alemania
- Pabellón de Francia
- El Museo Filatélico
- El Insectarium
- Restaurantes
- Parqueadero
- Plaza de Toros

PLANQUITO TURISTICO

Misión:

- Impulsar al Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico de primer orden en América Latina, aumentando el número de visitantes, mejorar la rentabilidad y competitividad del sector turístico de Quito, con estrategias efectivas de promoción, con el objetivo de crear desarrollo económico, empleo y bienestar social.

Visión:

- Posicionar al Distrito Metropolitano de Quito como uno de los sitios turísticos más importantes en del Ecuador y Latinoamérica, creando una imagen fácil de accesibilidad para el turista.

Objetivos Del Plan Quito Turístico:

- Posicionar al Distrito Metropolitano de Quito, como uno de los sitios de preferencia del turista
- Realizar campañas de Publicidad, resaltando a los dos productos de mayor visita por el turista. (además promocionar indirectamente los alrededores de estos dos sitios, que de igual manera son potenciales lugares turísticos)
- Elaborar una campaña de Relaciones Públicas.
- Diseñar campañas relacionas con las Responsabilidad Social de la comunidad del Distrito Metropolitano de Quito.

PERFIL DE LOS MERCADOS METAS.

CENTRO HISTÓRICO DE QUITO	
Edad de las personas	De 30 años a mas
Genero de las Personas	Masculino
Visita con	Familia
Lugar de procedencia	Europa y EEUU de América
Medio de Información	Agencias de Viaje e Internet

MITAD DEL MUNDO	
Edad de las personas	18 a 29 años
Genero de las Personas	Masculino
Visita con	Familia
Lugar de procedencia	Europa y EEUU de América
Medio de Información	Internet y Agencias de Viaje

DESEOS Y NECESIDADES DEL CONSUMIDOR

1. En primer lugar, por conocer el Ecuador, que es un hermoso país por su cultura, belleza arquitectónica, su biodiversidad y calidez de su gente.
2. En segundo lugar por vacaciones y visita a familiares.
3. Finalmente, en tercer lugar se encuentran por estudios, negocios y trabajos.

HÁBITOS Y ACTITUDES DEL TURISTA

- 1. El turista acostumbra en primer lugar a informarse de Quito-Ecuador a través del Internet.
- 2. Como segunda opción gusta informarse por medio de las agencias de viajes.
- 3. Quien visita al Distrito Metropolitano prefiere optar por hoteles a cómodos precios pero eso no significa que no obtengan confort.
- 4. El turista gusta de tener la facilidad de información por medio de los guías turísticos ya que a través de ellos conocen más de la ciudad y sus alrededores.
- 5. La mayoría de los turistas prefiere visitar nuestro país con grupos familiares.
- 6. Comodidad y facilidad de transportarse sin tener que pagar un valor extra por moverse, es decir que le incluya este valor agregado en su paquete turístico.
- 7. El turista visita el Ecuador en compañía de: (por orden de preferencia)
 - Familia
 - Amigos
 - Solos

CARACTERISTICAS DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCION

Características de los Mercados Metas

CENTRO HISTORICO DE QUITO

Aspecto geográfico:

El Centro Histórico de Quito se encuentra ubicado aproximadamente a latitud 00 1' S y longitud 780 29' O

- Aspecto físico:

Belleza arquitectónica de iglesias, casas, monumentos, plazas, museos, bibliotecas.

Estilo colonial en fachadas de iglesias y casas.

Iluminación en las noches del Centro Histórico y sus alrededores

Calles pavimentadas y otras al estilo colonial.

- Por características específicas:

Servicios de Restaurantes (horarios diurno y nocturno)

Hoteles.

Tours por el Centro Histórico de Quito mediante carrozas.

Entretenimiento: teatro, cines, bares, música en vivo.

Parqueaderos

Centros Comerciales

- Beneficios:

Seguridad brindada a través de la Policía Metropolitana.

Limpieza en el Centro Histórico y calles aledañas.

Comodidad y fácil accesibilidad para el turista al momento de recoger el CHQ.

Información al turista a través de los guías turísticos: Catálogos, mapas.



Características de los Mercados Metas

MITAD DEL MUNDO

Aspecto geográfico:

Se encuentra ubicado al noroccidente de Quito

Se encuentra en la latitud 00 longitud 780 13' O

Aspecto físico:

La Ciudad Mitad del Mundo tiene un estilo colonial, contemporáneo y moderno.

Iluminación en las noches.

Calles pavimentadas y otras al estilo colonial.

Monumento de la Mitad del Mundo moderno.

Por características específicas:

Servicios de Restaurantes

Hoteles.

Entretenimiento: teatro, cines, bares, música en vivo.

Parqueaderos

Centros artesanales

Beneficios:

Seguridad brindada por guardias de seguridad.

Limpieza.

Comodidad y fácil accesibilidad para el turista

Información al turista a través de los guías turísticos: Catálogos, mapas



CARACTERISTICAS DE PROMOCION

Estrategia de posicionamiento:

Efectuar campañas promocionales a nivel nacional y extranjero tales como casas abiertas, ferias, exposiciones. En lugares, donde ocurra algún evento de trascendencia. (Por ejemplo el mundial de fútbol, olimpiadas, etc.)

Establecer una pagina electrónico en la Web, específicamente para promocionar, eventos, ferias, actividades, lugares etc., En el cual el turista nacional y extranjero sienta curiosidad e interés por este tipo de actividades.

Características de las campañas:

Facilidad de medios

Idioma

Frecuencia

Tiempo

Medios de comunicación: Las campañas de publicidad deben darse en:

Eventos Y ferias con imágenes, degustaciones, presentaciones artísticas, folletos, artesanías etc. El Internet es una de los medios mas poderosos y rápidos para promoción directa.

Relaciones públicas;

- Identidad Visual
- Identidad Verbal
- Responsabilidad Social

MARKETING TACTICO

PLAN QUITO TURISTICO

El Plan de promoción para las zonas turísticas del Distrito Metropolitano de Quito denominado Plan Quito Turístico, es un amplio programa de investigación de mercado, para identificar estrategias de posicionamiento potencialmente atractivos en el mercado turístico. Los conceptos a los que se llegó indicaron que era necesario crear estrategias que cumpliera las siguientes condiciones:

1. Realizar campañas de Publicidad, promocionando a los dos productos de mayor visita por el turista.
2. Elaborar una campaña de Relaciones Públicas.
3. Diseñar campañas relacionadas con las Responsabilidades Sociales de la comunidad del Distrito Metropolitano de Quito.

CARACTERÍSTICAS DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD POR CICLO DE VIDA.

- **Fase 1 Plan “Quito acoge al turista Agosto 2007 agosto 2008**



- **Fase 2 Plan “Quito sonrío al turista” Agosto 2008 Agosto 2009**



- **Fase 3 Plan “Quito vive y siente al turista” Agosto 2009 indefinida**



Características de la Campaña por Relaciones Públicas.

- A) identidad visual y B) identidad verbal



Responsabilidad Social:

- **Eje 1 Seguridad:**

- **Leyes de protección al turista**

- **Aeropuertos**

- **Control Policial**

- **Compromiso cívico con la comunidad**

Responsabilidad Social:

- **Eje 2. Medio Ambiente:**
 - **Aire**
 - Control de autos, buses, camiones, etc
 - Campañas de reforestación
 - Reubicación de fábricas:
 - Utilización de las bicicletas.
 - **Limpieza**
 - campañas de reciclaje
 - Colocación de basureros, en aquellos sitios turísticos.

CAPITULO IV

PLAN OPERATIVO

DISEÑO DE OPERACION

- **PAGINA WEB:**





DIRECCION: <http://www.cuarter.ws/quito/>



PUBLICIDAD

- FOLLETO:

Parte frontal:

El Panecillo	La Loma Grande	Distrito Metropolitano de Quito
 <p>El montículo recibió su calificativo de los conquistadores españoles, pero se cree que su nombre auténtico es "Shungoloma" que en quichua significa "loma del corazón". En la época preincaica se erigió sobre él un templo dedicado al culto del dios Sol, llamado Yovirac, el cual fue destruido por el indio Rumiñahui mientras resistía con sus tropas al avance español. La loma del Panecillo, con tres mil metros de altitud sobre el nivel del mar, es una referencia para los quiteños porque marca la división entre el sur y el centro de la ciudad y aún mantiene el legado de la época incaica porque allí se encuentra la Olla del Panecillo, una especie de cisterna circular de ocho metros de profundidad que fue utilizado para el riego de sembríos.</p> <p>Años después, durante la dominación española, el lugar sirvió para recolectar agua lluvia destinada al riego de los jardines de la mansión española Bellavista y luego fue utilizado como sitio de defensa de las tropas coloniales durante la batalla libertaria de Pichincha el 24 de mayo de 1822.</p> <p>En el Panecillo, usted puede respirar el aire andino que inspiró a ilustres poetas y disfrutar de una vista placida a la ciudad colonial que se pierde entre la complicada arquitectura moderna.</p>	 <p>Ciudad: Quito, Ecuador</p> <p>Localización: Calles Rocafuerte, Monfútar, Paredes, Fernández Madrid y Francia</p> <p>Cómo llegar: Este barrio se ubica en el centro histórico de la capital, se puede usar los transportes públicos</p> <p>Monumentos importantes: Es una zona histórica y tradicional con arquitectura antigua, de tipo español.</p> <p>leyenda</p> <p>Interés Patrimonial</p> <p>Este Barrio se inicia a partir del arco de Santo Domingo. Su historia se desarrolla a partir del siglo XVII. La calle Rocafuerte es su arteria principal, conocida antiguamente con el nombre de "calle de la cartera". Conserva las características urbano-arquitectónicas de antaño, con casas pequeñas de patio y huerto, con la llamada casa de la virgen y la de la cooperativa Loja. A partir del siglo XIX, empezaron a integrarse en este conjunto elementos propios de la arquitectura europea: fachadas simétricas, molduras, dinteles y frisos clásicos que aún se conservan. En arco de Santo Domingo, constituye la puerta de ingreso a este barrio. El mismo que fue construido en 1732.</p>	 <p>"Aventura y Arte"</p> 

Parte posterior:

La Mitad del Mundo	Centro Histórico	El Teleférico
 <p>Quito acoge al turista</p> <p>En el año de 1736, llega al país la primera Misión Geodésica que tuvo como objetivo medir un arco de meridiano para comprobar la forma de la tierra. A los científicos franceses Bouguer, Godin y La Gondamine se unieron los españoles Jorge Juan y Antonio de Ulloa, insignes marinos, ya en tierras ecuatorianas se unió por sus conocimientos de geografía y geodesia el científico ecuatoriano, Pedro Vicente Maldonado, quien colaboró estrechamente para asegurar el éxito de la Misión. A más de los aportes a la Ciencia de la Primera Misión Geodésica que fue calificada en esos tiempos como la empresa más grande jamás intentada; hay otras que repercutieron directamente en el país, como el haber dado a conocer al mundo con el nombre de Ecuador a nuestro territorio, así también estudios que divulgaron aspectos sociales, culturales y antropológicos.</p> <p>En 1836, el geógrafo ecuatoriano, Luis Tufiño, localizó las señales dejadas por el primer grupo de científicos. Este monumento histórico de 10 metros de altura estuvo ubicado en este sitio por 43 años, hasta 1979, en que fue trasladado a la población de Calacalí a 7 km al Occidente, por donde también atraviesa la Línea Ecuatorial.</p>	 <p>Quito sonríe al turista</p> <p>El Centro Histórico de Quito tiene más de ciento treinta edificaciones monumentales dotadas de una gran diversidad de arte pictórica y escultórica principalmente de carácter religioso; es una magnífica muestra de la multifacética gama de escuelas y estilos arquitectónicos, que se reflejan en sus cinco mil inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales. Para mantener y preservar este legado histórico, el Municipio Metropolitano creó la Empresa de Desarrollo del Centro Histórico, que ejecuta el programa de rehabilitación de este parte entrañable de la capital de los ecuatorianos, que tiene entre sus principales objetivos, lograr la apropiación de todos los valores culturales tangibles e intangibles allí contenidos, así como la articulación armónica entre el espacio urbano y la trama social, el mejoramiento de las condiciones y niveles de productividad y, el desarrollo de una gestión integral y participativa para su recuperación. La Empresa de Desarrollo del Centro Histórico de Quito le da la bienvenida y le invita a mantener vivo todo este patrimonio, fortaleciendo así nuestros raíces e identidad.</p>	 <p>Quito vive y siente al turista</p> <p>El teleférico es una instalación de transporte que funciona según el principio del vaivén. La robustez y escaso mantenimiento de la estructura han sido factores determinantes en la elección para las construcciones situadas en alta montaña, en diversas partes del mundo. El proyecto teleférico de la ciudad de Quito da vuelta en realidad, ya que está siendo construido en las faldas del RucuPichincha. Esta atracción turística añadió aquellos que hoy día la ciudad posee. Es localizado en la ciudad de Quito, sobre la avenida Occidental en una altura de la avenida el Gasso, para ser capaz para disfrutar de la belleza de la ciudad, las valles, las montañas coronadas de nieve y todo ello ambiente natural y ecológico. Aquí ellos encontrarán las zonas de dispersión y entretenimiento, como un parque de atracción mecánica, el paseo comercial, sitios para degustación de comida, el entretenimiento, gafas, áreas promoviendo el arte y la cultura, la iglesia, poner Andino, el balneario, la pecera, avario; en general, un sitio de integración familiar, un lugar que será de grande atractivamente tanto para los visitantes nacionales como para extranjeros.</p>

REVISTA



explorador

LUGARES Y SITIOS DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO



D.M.QUITO
la noche trae sus encantos



DEPORTES

**QUE PUEDES
PRACTICAR EN
EL DISTRITO
METROPOLITA
NO DE QUITO**

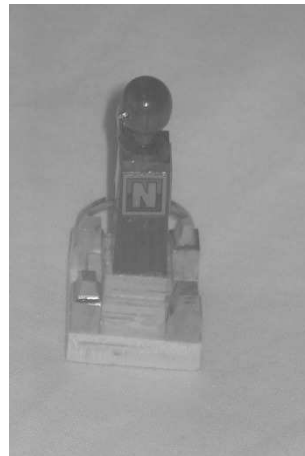


**DONDE CONSULTAR
SOBRE LUGARES
TURISTICOS EN
ECUADOR**

MATERIAL POP

- Llaveros de forma de la Mitad del Mundo.
- Muñecas con vestimenta tradicional de Quito.
- Un prendedor de colores vivos y alegres.

FOTOS:



DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

ZONAS TURISTICAS

JINGLE PROMOCIONAL

JINGLE PUBLICITARIO

Jingle

Hoy soñé y desperté en un lugar muy especial
en donde había gente cálida, hermosos paisajes
y una bella Ciudad ...



Ven, ven y disfruta del D.M.Q.
que te espera con los brazos abiertos,
son muchas cosas en una;
disfruta de la calidez de su gente,
belleza arquitectónica, biodiversidad,
su cultura y mucho más!!!

SLOGAN

- **Slogan por ciclo de campaña:**
 - Quito acoge al turista
 - Quito sonríe al turista
 - Quito vive y siente al turista



FERIAS INTERNACIONALES

Las ferias son parte esencial de la promoción del Distrito Metropolitano de Quito, estas ferias deberán estar rodeadas de fotos, publicidad, material P.O.P. revistas, videos, etc.

REPRESENTACION:

- Trajes Típicos
- Comida Típica

DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

ZONAS TURISTICAS



VIDEO PROMOCIONAL

VIDEO PROMOCIONAL

Porque una imagen vale más que mil palabras, el video muestra los sitios que al turista le interesa visitar, nos indica los lugares más bellos y concurridos por el turista en el Distrito Metropolitano de Quito.

Dirección y Producción

Verónica Caicedo

y

Rommel Guadalupe

PRESUPUESTOS

- **PAGINA WEB:**

Según Empresa VGCORP

Descripción del Servicio en Diseño Web:

- Plan Diseño adaptado a su imagen corporativa
- Portada animada con flash macromedia
- Acceso permanente al menú o índice
- Formulario de contacto desde Internet
- Formulario de pedidos y reservaciones
- Álbum Fotográfico
- VirtualTour Virtual para visitas
- Catálogo Virtual de en Internet por 1 año
- 500 MB Direcciones de Correo Electrónico
- Contador de Visitas Sala de Chat
- Base de Datos Administración Web por 1 año Asesoría
- Asistencia por Internet Precio
- **Precio: \$575** (no incluye 12% de impuestos)



TELEVISION VIDEO PROMOCIONAL

- Para promocionar el video de las zonas turísticas del Distrito Metropolitano de Quito hemos tomado como opción anunciar en un canal conocido a nivel nacional como es en TV TELERAMA.

Programa: Show de Naturaleza de la BBC

Horario: Domingo a las 14H00

Espacio: (Cuña por 2 meses)

Tiempo: 8 Semanas, duración 60”

Valor cuña: \$120 x 4 minutos subtotal USD 480USD

\$480 x 8 semanas USD 3840 más I.V.A

Total: USD 4300.80

RADIO

- CUÑAS DE RADIO:



En base a las tarifas obtenidos en una prestigiosa radio, como es Radio Centro, Quito FM 97.7 red nacional. Esta radio es la opción mas acertada, ya que esta radio se escucha a nivel nacional, y además la cuña pautaada es en el programa de “Hola Gente” dirigida por Roberto Rodríguez Reyes, en el horario de 17h00 a 19H00 con un grupo objetivo primario de 18 a 35 años, y un nivel socio económico medio, medio alto, y alto.

Derechos: 4 cuñas y 4 menciones en vivo por programa

Duración de Cuña: 30 Segundos

Horario: 17h00 a 19H00 de lunes a viernes

Tarifa mensual \$ 1680 (incluye I.V.A)

MATERIAL POP

- Determinamos para el inicio la elaboración de 1000 trípticos en papel couché full color, los cuales están divididos en tres partes, los cuales promocionan los lugares más visitados del Distrito Metropolitano de Quito.
- **1000 trípticos** full color papel couché
- **Valor por unidad:** 0.20 ctvs.
- **Valor Total:** \$ 185 más I.V.A (**\$ 207.20**)

CAPITULO V

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

Recomendaciones:

- Es muy poco lo que se hace por promocionar nuestro país, deberíamos empezar por conocer nuestra cultura, nuestro arte, nuestra tierra, nuestra gente para reconocer lo hermoso y privilegiado que es nuestro Ecuador.
- Deberíamos explotar correctamente los recursos naturales en beneficio del turismo y de nosotros mismos.
- Recomendamos que se haga una alianza estratégica entre organismos públicos y empresas privadas para un mejor control de los recursos naturales a través de estudios y normativas que regulen y fiscalicen el uso apropiado de los mismos.

Conclusiones

- El Ecuador es un país privilegiado; sus hermosos paisajes, su biodiversidad, su cultura, su arte y su gente hace que este país sea cada día bendecido.
- Si solo hemos tomado una parte del Ecuador la región del Distrito Metropolitano de Quito, para promocionarlo a nivel nacional e internacional, hemos descubierto que es muy difícil describirlo verbalmente, hay que sentirlo, para saber que esta región es privilegiada en todo aspecto, ya que cuenta con innumerables paisajes hermosos, valles y cascadas, que cuenta con una ciudad con una belleza arquitectónica que impresiona a quien lo visita.
- El turismo es el tercer rubro a nivel de ingresos que obtiene el Ecuador.
- No dejar de lado la promoción y publicidad que siempre debe resaltar ante los ojos tanto del turista nacional como el extranjero en diferentes medios publicitarios y también dar mayor énfasis a las ferias internacionales en las que participa nuestro país para promocionar tanto al D.M.Q. como al resto del Ecuador.

NE