

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **GABRIEL ALEJANDRO ARGÜELLO TAPIA** C.I. **1715821110** autor del trabajo de graduación intitulado: **"ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO, UBICADO EN EL SECTOR DENOMINADO PLAZA CHICA Y SAN MARCOS"**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERO EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 20 de Abril 2015

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gabriel Argüello Tapia', is written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat cursive.

Gabriel Alejandro Argüello Tapia
C.I. 1715821110

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

Yo Santiago Serrano Director de esta disertación, certifico que el Sr. GABRIEL ALEJANDRO ARGÜELLO TAPIA ha realizado con mi dirección este trabajo intitulado "ANALISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE RECREACIÓN Y OCIO EN EL CENTRO HOSTORICO DE QUITO, UBICADO EN EL SECTOR DENOMINADO PLAZA CHICA Y SAN MARCOS" de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.

Atentamente



Ing. Santiago Serrano

Quito 26 de febrero de 2015



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA TURISMO Y HOTELERÍA
CARRERA DE ECOTURISMO

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO
TURÍSTICO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO, UBICADO EN EL
SECTOR DENOMINADO PLAZA CHICA Y SAN MARCOS.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO Y GUIA NACIONAL**

GABRIEL ALEJANDRO ARGÜELLO TAPIA
DIRECTOR: ING. SANTIAGO SERRANO

QUITO, ABRIL 2015

DEDICATORIA

A mis padres Hermes Patricio y Fanny Patricia ya que con su apoyo, lucha y amor siempre sembraron en mí esos principios y valores que me han permitido ser una persona de bien, a mis hermanos Jorge Patricio y Francisco Javier quienes siempre cuidaron de mí, brindándome su apoyo de una manera desinteresada gracias por su ejemplo.

Finalmente a mi hijo Adrián Alejandro por transmitirme amor y felicidad, quien es mi motor e inspiración que me da la fuerza para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, hermanos y sobrinos quienes siempre me brindaron su constante apoyo y cariño, a mi hijo Adrián Alejandro por ser el motivo y la razón para lograr mis metas.

A todas esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listos para brindarme su ayuda.

A mis maestros de la PUCE, que supieron impartir sus conocimientos y me guiaron a lo largo de la formación académica, y al Ing. Santiago Serrano por su excelente dirección en este trabajo de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
CAPITULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Diagnóstico de la Problemática General.....	2
1.3. Objetivos de la Investigación.....	2
1.3.1. Objetivo General.....	2
1.3.2. Objetivos Específicos.....	3
1.4. Justificación de la Investigación.....	3
1.5. Marco Conceptual.....	5
CAPÍTULO II.....	7
2.1. Ámbito Físico – Espacial.....	7
2.1.1. Límites y Ubicación.....	7
2.1.1.1. Superficie y Extensión.....	9
2.1.2. Movilidad y Conectividad.....	10
2.1.3. Características climáticas.....	11
2.1.3.1. Geología.....	11
2.1.3.2. Hidrografía.....	12
2.2. Ámbito Socio Cultural.....	13
2.2.1. Población.....	13
2.2.2. Educación.....	15

2.2.3. Salud.....	17
2.2.4. Vivienda	20
1.2.5 Servicios Básicos.....	22
2.3. Ámbito Económico Productivo	24
2.3.1. Contexto económico local	24
2.3.2. Turismo.....	26
CAPITULO III	28
INVESTIGACIÓN DE CAMPO	28
3.1 Definición y objetivos del estudio de mercado	28
3.2 Segmentación del mercado.....	29
3.2.1 Segmentación Geográfica.....	29
3.2.2 Segmentación Demográfica.....	30
3.2.3 Segmentación Psicológica- Conductual	30
3.3 Tamaño del Universo.....	30
3.4 Cálculo de la Muestra.....	31
3.5 Análisis de la Demanda	32
3.5.1 Caracterización de la Demanda	32
3.5.2. Determinación del Perfil del Visitante	50
3.5.3 Aproximación de Ventas	50
3.6. Análisis de la Oferta	52
3.6.1. Estructura Empresarial u Organizacional	52
CAPITULO IV	54
DISEÑO DEL CIRCUITO SECTOR PLAZA CHICA Y SAN MARCOS (CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE QUITO)	54
4.1 Atractivos Turísticos	54
4.1.1 Descripción de Recursos Turístico Barrio San Marcos Museo de Santa Catalina de Siena.	54

4.2 Objetivo del Circuito turístico	71
4.3 Actividades turísticas principales y complementarias.....	71
Actividades	71
4.4 Diseño del Circuito Turístico en el barrio de San Marcos	72
4.4.1 Itinerario	72
4.4.2 Lugares a visitar.....	72
4.4.3 Diseño del Circuito Turístico del Barrio San Marcos en el Centro Histórico de Quito	75
4.5 Mapa del circuito	82
4.6 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS DE LA EMPRESA	83
4.7 MERCADEO DE LA RUTA	84
4.7.1 Precio	84
4.7.2 Distribución	85
4.7.3 Canal de distribución	85
3.7.3.1. Cobertura	86
4.7.4 Promoción.....	86
4.8. Análisis Financiero	89
4.8.1. Ingresos.....	89
4.8.2. Costos	90
4.8.3. Gastos	90
4.8.4. Flujo de Caja.....	91
4.8.5. VAN	91
4.8.6. TIR.....	92
CAPITULO V	93
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	98

Anexo 1.- Encuesta.....	98
Anexo 2. Inventario Atractivos Turísticos establecido por el Ministerio de Turismo ..	102

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. SALUD: Análisis de capacidad instalada frente a población.....	19
Tabla 2. Variables Económicas de los establecimientos del CH por tamaño de empresa	25
Tabla 3. Pregunta 1	32
Tabla 4. Pregunta 2.....	33
Tabla 5. Pregunta 3.....	34
Tabla 6. Pregunta 4.....	35
Tabla 7. Pregunta 5.....	36
Tabla 8. Pregunta 6.....	37
Tabla 9. Pregunta 7.....	38
Tabla 10. Pregunta 7.1	39
Tabla 11. Pregunta 8.....	40
Tabla 12. Pregunta 9.....	41
Tabla 13. Pregunta 10.....	42
Tabla 14. Pregunta 11	43
Tabla 15. Pregunta 12.....	44
Tabla 16. Pregunta 13.....	46
Tabla 17. Pregunta 14.....	47
Tabla 18. Pregunta 15.....	48
Tabla 19. Pregunta 16.....	49
Tabla 20. Perfil del Visitante.....	50
Tabla IV-33. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURISTICA DE LA PARROQUIA ATAHUALPA.....	52
Tabla 22. Inventario del Circuito Turístico del Barrio San Marcos	55
Tabla 23. Paquetes Turísticos de corredor turístico	82
Tabla 26. Estrategia de Comunicación	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa del Centro Histórico	9
Gráfico 2. Hidrografía de Quito	12
Gráfico 3. Población de Pichincha, Quito y Centro Histórico de Quito.....	14
Gráfico 4. Población total Centro Histórico de Quito	15
Gráfico 5. Análisis de capacidad instalada frente a población	19
Gráfico 6. Características de la Vivienda en el Centro Histórico	20
Gráfico 7. Decrecimiento poblacional CH	20
Gráfico 8. Viviendas Centro Histórico	20
Gráfico 9. Evolución de la pobreza a nivel nacional urbano.....	22
Gráfico 10. Cobertura de servicios básicos en el Centro Histórico.....	23
Gráfico 11. Países de origen más frecuentes de los turistas que visitan el Centro Histórico de Quito.	26
Gráfico 12. Pregunta 1	33
Gráfico 13. Pregunta 2.....	34
Gráfico 14. Pregunta 3.....	35
Gráfico 15. Pregunta 4.....	36
Gráfico 16. Pregunta 5.....	37
Gráfico 17. Pregunta 6.....	38
Gráfico 18. Pregunta 7.....	39
Gráfico 19. Pregunta 7.1.....	40
Gráfico 20. Pregunta 8.....	41
Gráfico 21. Pregunta 9.....	42
Gráfico 22. Pregunta 10.....	43
Gráfico 23. Pregunta 11.....	44
Gráfico 24. Pregunta 12.....	45
Gráfico 25. Pregunta 13.....	46
Gráfico 26. Pregunta 14.....	47
Gráfico 27. Pregunta 15.....	48
Gráfico 28. Pregunta 16.....	49

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2. Edificio de Santa Catalina de Siena Barrio San Marcos	55
Ilustración 3. El Museo Manuela Sáenz.	57
Ilustración 4. El Museo de Acuarela	59
Ilustración 6. La Casa de la Danza	61
Ilustración 7. Iglesia de San Marcos.....	63
Ilustración 8. Centro Cultural La Cuchara de San Marcos.....	65

RESUMEN

La presente investigación se encuentra compuesto por cuatro Capítulos que están direccionados con los siguientes objetivos: Diagnosticar la situación actual de las actividades referentes al sector económico de recreación y ocio dentro de la ciudad de Quito, Determinar el perfil del turista potencial que visita el centro histórico de Quito, cuál es su demografía, sus características, sus gustos y preferencias para completar el estudio de mercado del proyecto, Diseñar el circuito turístico bajo las necesidades actuales del sector Plaza Chica y San Marcos para apoyar al desarrollo socioeconómico en la zona de la población, mediante la oferta de servicios turísticos eficientes y de calidad.

El primer capítulo permitió la realización de un diagnóstico situacional, es decir, un análisis interno y externo, con el propósito de conocer la situación actual del Centro Histórico de Quito, lo que nos permitió establecer las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

En el segundo capítulo se realizó una investigación de campo, en donde se permite planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, del poder de compra, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a las personas encargadas de las actividades de comercialización dentro de la empresa a crearse.

En el tercer capítulo se procedió al diseño de un Circuito Turístico en el sector Plaza Chica de San Marcos (Centro Histórico de la Ciudad de Quito), el circuito permite establecer los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible que se dé la actividad turística y además satisfacen las necesidades de la demanda. Dentro de este capítulo se realizó un estudio financiero básico con respecto a la factibilidad del proyecto de creación, utilizando indicadores financieros como el Van (\$7.954,17) y Tir, (149,29%) demostrando que la viabilidad del proyecto es súper alta por la situación que no se tiene muchos gastos en inversión tanto fija, diferida y capital de trabajo.

En el cuarto capítulo se encuentran desarrolladas las conclusiones y recomendaciones que ha dejado el proyecto de investigación.

ABSTRACT

This research is composed of four chapters that are addressed with the following objectives: To diagnose the current status of activities relating to the economic sector of recreation and leisure in the city of Quito, determine the profile of the potential tourist visiting the historic center Quito, what their demographics, characteristics, tastes and preferences to complete market research project, the tourist circuit design under current industry needs and San Marcos Plaza Chica to support economic development in the area of population through the provision of efficient and quality tourism services.

The first chapter allowed conducting a situational analysis, ie an internal and external analysis, in order to know the current status of the historic center of Quito, which allowed us to establish the main strengths, weaknesses, opportunities and threats.

In the second chapter a field investigation, where it is allowed to plan, collect, analyze and communicate relevant information about the size, purchasing power is performed, the availability of distributors and consumer profiles, in order to help persons responsible for marketing activities within the company to be created.

In the third chapter we proceeded to design a tourist circuit in the Plaza Chica de San Marcos (Historical Centre of the City of Quito) sector, the circuit allows for goods and services through human activity and media which are available to enable the tourist activity occurs and also satisfy the needs of the application. In this chapter a basic financial study regarding the feasibility of the proposed establishment was made using financial indicators such as Van (\$ 7,954.17) and Tir, (149.29%) demonstrating the feasibility of the project is extremely high by the situation not have many expenditures both fixed and working capital deferred.

In the fourth chapter are developed the conclusions and recommendations left by the researchproject.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

En las diferentes épocas históricas por las que ha transitado la humanidad han ocurrido hechos que contribuyeron de cualquier forma al origen y desarrollo del turismo. El Ecuador, es un país que está ubicado en un territorio que se encuentra dividido entre dos hemisferios: Norte - Sur, otorgándole así una posición única en el mundo, donde se encuentran cuatro regiones naturales: costa, sierra, oriente y región insular. Sin duda este maravilloso país está dotado de una mega diversidad y posiblemente uno de las naciones más ricas del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna.

La mayoría de las actividades en el Ecuador, que se consideran como turísticas han evolucionado de forma considerable, pero no lo suficiente, se está consciente de que hay mucho por hacer, los esfuerzos no han sido en su totalidad efectivos, no obstante, el Ministerio de turismo en el Ecuador manifestó que la nación ha trascendido fronteras para posicionarse como el primer destino para turistas extranjeros en América Latina, de esta manera se logró que en los últimos años nuestro país participe en 55 ferias turísticas internacionales, mientras que en el 2006 apenas se llegaba a 7 por año.

Con la falencia administrativa anteriormente mencionada y la fortaleza turística del territorio; en la actualidad son muchas las personas que le gustaría visitar cualquier lugar en compañía de sus familias con la finalidad de explorar, aventurarse o simplemente salir de la rutina, es por tal motivo, que la presente investigación se enfoca en la región sierra de este maravilloso país, en el Distrito Metropolitano de Quito, brindando alternativas para explorar el Centro Histórico de esta maravillosa ciudad, mejorando el servicio de esta infraestructura turística para dar la acogida a miles de turista que paulatinamente arriban a la capital del Ecuador, ya que este bien patrimonial brinda un espacio de mayor

importancia simbólica de la nación ecuatoriana la cual atrá el interés de miles de personas tanto nacionales como internacionales.

1.2. Diagnóstico de la Problemática General

La ciudad de Quito posee abundantes recursos urbano-turísticos que pueden ser utilizados para el desarrollo de la planta turística en general. El Centro Histórico de Quito es el espacio de la ciudad donde se concentran la mayor cantidad de sitios de atracción, especialmente del sector de la Plaza Chica hasta la calle Junín, en el barrio San Marcos, que con su herencia colonial, cultural y gastronómica hace de este lugar un punto importante para el crecimiento del turismo.

En el plan de negocios para el comité de turismo de la calle la ronda de Quito elaborado por Ivonne Rovalino en mayo del 2009, en las páginas 27 y 28 se testifica en la matriz de problemas, necesidades y deseos que el principal problema en el sector es la masificación de visitantes y saturación que existe en la calle Morales, sector La Ronda, las cuales condicionan a los visitantes a disfrutar de forma parcial el atractivo del sector, reduciendo el potencial turístico real existente en el Centro Histórico de Quito. Parte de la belleza escénica de Quito es la denominada Plaza Chica y San Marcos, que con una exquisita infraestructura carece de una eficiente organización turística y sobre todo de un tratamiento óptimo para una mejor promoción y captación de nuevos visitantes tanto nacionales como internacionales.

Con base en el estudio realizado en el perfil del turista de Quito publicado en el año 2012 por la CMT, encontramos que la insatisfacción en el turista es provocada por la falta de servicios turísticos, carencia de actividades socioculturales (ocio), y la falta de mejoras en el sector mencionado. Las condiciones de algunas potencialidades turísticas en el centro de la ciudad no cuentan con la gestión adecuada para ofrecer comodidad y un buen servicio, los cuales garanticen la satisfacción plena de los turistas que visitan este sector.

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar la necesidad y factibilidad de crear un nuevo espacio de recreación y ocio en el centro histórico.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de las actividades referentes al sector económico de recreación y ocio dentro de la ciudad de Quito
- Determinar el perfil del turista potencial que visita el centro histórico de Quito, cuál es su demografía, sus características, sus gustos y preferencias para completar el estudio de mercado del proyecto.
- Diseñar el circuito turístico bajo las necesidades actuales del sector Plaza Chica y San Marcos para apoyar al desarrollo socioeconómico en la zona de la población, mediante la oferta de servicios turísticos eficientes y de calidad.

1.4. Justificación de la Investigación

Mediante el plan estratégico de turismo de Quito Plan Q 2012, estudio que realizó el Municipio de Quito, se observó que la población del centro histórico de Quito no tiene conocimiento del valor y potencial que disponen los lugares turísticos establecidos en la zona, existe poco interés e inseguridad en prestar a involucrarse en proyectos turísticos. Por lo cual se siente la necesidad de realizar un circuito de recreación y ocio siendo un proyecto modelo de desarrollo, y de esta manera el sector se convierta en un destino turístico importante dentro de la ciudad de Quito.

La presente propuesta busca directamente aportar con el desarrollo socioeconómico de la población del sector aprovechando sus recursos turísticos, promoviendo la generación de nuevas fuentes de trabajo, el respeto a la cultura, para que conjuntamente con el compromiso de las autoridades de la ciudad se logre el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la zona.

El Centro Histórico de Quito es uno de los lugares más representativos de Hispanoamérica, ya que posee la mayor cantidad de centros culturales y museos de Latinoamérica siendo el más grande y mejor conservado de la región La Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura declara Patrimonio de la Humanidad a Quito en 1978, año en que la UNESCO hizo su primera selección de los sitios que el hombre debe proteger como parte de su memoria; convirtiéndose en la primera ciudad en el mundo merecedora de este alto reconocimiento (MINTUR, 2013, p.1)

En los últimos diez años la Ciudad ha tenido un crecimiento turístico en el Centro Histórico, por la mejora del espacio urbano alrededor de la Plaza Grande, la cual se ha expandido y hoy

se puede decir que hay verdaderos conjuntos de edificios y calles restauradas como La Ronda y la zona de la Plaza 24 de Mayo, las mismas que salieron de la degradación y marginalidad que presentaban en el año 2002 para convertirse en espacios atractivos tanto para los residentes como para los turistas. (CEPLAES , 2008, p1)

De la misma manera existen atractivos del Centro Histórico en la Calle Espejo, La Plaza Chica, el Teatro Bolívar y la calle Junín (San Marcos), que están ubicados a pocos metros de la Plaza Grande los cuales poseen una riqueza arquitectónica, en los que se han realizado una mejora en el espacio urbano, estos no cuentan con un análisis donde se evidencie cual sería el beneficio de mejorar la infraestructura en la planta turística.

En el artículo economía del turismo un panorama editado en el año 1997 por la revista Economía Aplicada, en las págs., 82 y 83 se conoce que por medio del turismo se genera fuentes de empleo y despierta al aparato económico de servicios en su funcionamiento integral, colaborando de manera directa al crecimiento de la ciudad y del país, la cantidad de demanda turística impulsa a generar innovadores y adecuados servicios para el buen trato de los visitantes.

El punto de partida del proceso de transformación es el de los recursos en productos, y estos a su vez, en ofertas dirigidas al mercado; los recursos están basados en el conjunto de atractivos del territorio, su patrimonio natural y cultural, su clima y las personas que viven en el mismo. Cuando estos recursos se estructuran para el uso y disfrute turístico se convierten en productos, promocionando fuera de su localidad se convierte en oferta, es entonces cuando aparecen los turistas generando empleo y un mayor bienestar.

La realización de este análisis será una muestra y además inspiración para proyectar otros sitios turísticos y una demostración con hechos y datos de que aún se tiene mucho recurso por explotar y que como ciudad y país se necesita optimizar, basándose en conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica.

Adicional a esto se promoverá el desarrollo social de la ciudad y más aún de las personas residentes en este sector, que motivará a una preparación, formación y educación en pos de brindar al turista un lugar atractivo, recreacional y con mucho confort.

1.5. Marco Conceptual

Actividades Turísticas: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios. (Torrejon, cien años de turismo, 2007)

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viaje proveen su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- f)Casinos, salas de juegos (bingo mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. (Congreso Nacional, 2011)

Atractivos turísticos: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística. (Torrejon, cien años de turismo, 2007)

Comunicación turística: Transmisión de mensajes publicitarios, informativos, y educativos que emite un emisor (empresa, institución u organización turística) a un receptor (cliente, turista, usuario), a través de los medios de comunicación de masas (prensa, radio, televisión, cine, vallas publicitarias, etc.) y a través de la publicidad directa, información directa y relaciones públicas (folletos y catálogos, correo, buzono,

entrevistas, conferencias telefónicas, autopistas de la información, etc.). La comunicación turística es la base en la que se apoya el marketing para dar a conocer y promocionar los productos y servicios turísticos. (Torrejon, cien años de turismo, 2007)

Cultura: Es todo aquello, material o inmaterial (creencias, valores, comportamientos y objetos concretos), que identifica a un determinado grupo de personas, y surgen de sus vivencias en una determinada realidad. Dicho de otro modo, cultura es la manera como los seres humanos desarrollan la vida y construyen el mundo o la parte donde se habita; por tanto, cultura es el desarrollo, intelectual o artístico. Es la civilización misma. (Luizaga, 2001)

Ocio: Es el tiempo libre de una persona. Se trata de la cesación del trabajo o de la total omisión de la actividad obligatoria. También se lo puede definir como el tiempo recreativo que un individuo puede organizar y utilizar de acuerdo a su propia voluntad. El ocio no solo excluye las obligaciones laborales, sino también el tiempo invertido para la satisfacción de necesidades básicas como dormir o comer. (Arguello, 2004)

Planta turística: Es el subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas y está integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones. (Torrejon, cien años de turismo, 2007)

Recreación: Se define recreación como acción y efecto de recrear y como diversión para alivio del trabajo. Además, se encuentra que recrear significa divertir, alegrar o deleitar. En términos populares a esta diversión también se le llama entretención. La recreación se asocia también con el factor intelectual y educativo. Investigaciones han demostrado que los niños aprenden mucho más en ambientes relajados, sin presión. Es por ello que la recreación es fundamental para el desarrollo intelectual de las personas. A la vez, el recrearse proporciona en sí, una forma de aprendizaje, a través de experiencias propias y de la relación de la persona con el exterior. (MisRespuestas.com, 2010)

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL CENTRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

El propósito del diagnóstico situacional de la parroquia Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, es la identificación de un conjunto de elementos internos como externos que se encuentran ligados con la actividad turística, y que tienen una incidencia directa con el desarrollo económico del sector, de esta forma poder detallar y plantear objetivos, y estrategias de carácter competitivo, además de favorecer los niveles productivos que se dan durante un determinado periodo de tiempo.

El diagnóstico situacional estratégico del sector, permitió conocer sus fortalezas y sus debilidades, así como identificar sus oportunidades y sus posibles amenazas, y de esta manera actuar en función del mejor funcionamiento organizativo de la parroquia.

Para el desarrollo del diagnóstico situacional se analizó los siguientes aspectos:

2.1. Ámbito Físico – Espacial

2.1.1. Límites y Ubicación

El Centro Histórico se encuentra ubicado en el centro sur del Distrito Metropolitano de Quito, cuya superficie es de (3,75 km²) hectáreas, el sector se considera como uno de los más importantes conjuntos históricos de América Latina, cuenta con más de 130 edificaciones monumentales en el sector su puede encontrar una gran diversidad de arte gráfico y escultural, una de las características principales son las edificaciones religiosas inspirado en un multifacética gama de escuelas y estilos y cinco mil inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales. (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

Límites:**Norte:** San Juan e Itchimbia**Sur:** La Magdalena**Este:** Chimbacalle**Oeste:** La Libertad**Ubicación:**

País	Ecuador América del Sur
Provincia	Pichincha
Parroquia	Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, capital de la República del Ecuador
Datos 2010	Longitud 78. 30/ 35" Latitud Oeste: 0. 13/ 35" Altura sobre el nivel del mar: 2815 m.s.n.m. Área geográfica que cubre el juego de datos (Municipio D.M.Q): Coordenadas del punto inferior izquierdo

Fuente: (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

“El Centro Histórico de Quito se establece como la tercera división administrativa más pequeña de la urbe y la primera en cuanto a densidad de población se refiere; aunque es también la más importante de todas pues refleja la capitalidad del país. Desde el punto de vista político, resume la condición de ser asiento del gobierno central, sede del gobierno local, y jurisdicción primada de la Iglesia Católica; desde el punto de vista simbólico, el Centro Histórico de Quito condensa un sentido de identidad local y nacional; y finalmente, desde una perspectiva económica, ha devenido en un gran centro de comercio de carácter popular.” (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

El sector se ha constituido en el espacio de mayor importancia simbólica del país desde hace ya cuatro siglos. Caminar por la zona se ha convertido en una experiencia muy placentera donde se puede encontrar iglesias, calles y plazas coloniales considerándolo un pilar turístico que invitan a propios y extraños a visitarlo en un viaje al pasado.

El Centro Histórico de Quito es uno de los centros de mayor tamaño y de mejor conservación en Hispanoamérica. Se caracteriza por mantener unidad y armonía en su estructura urbana, arquitectónica y paisajística.

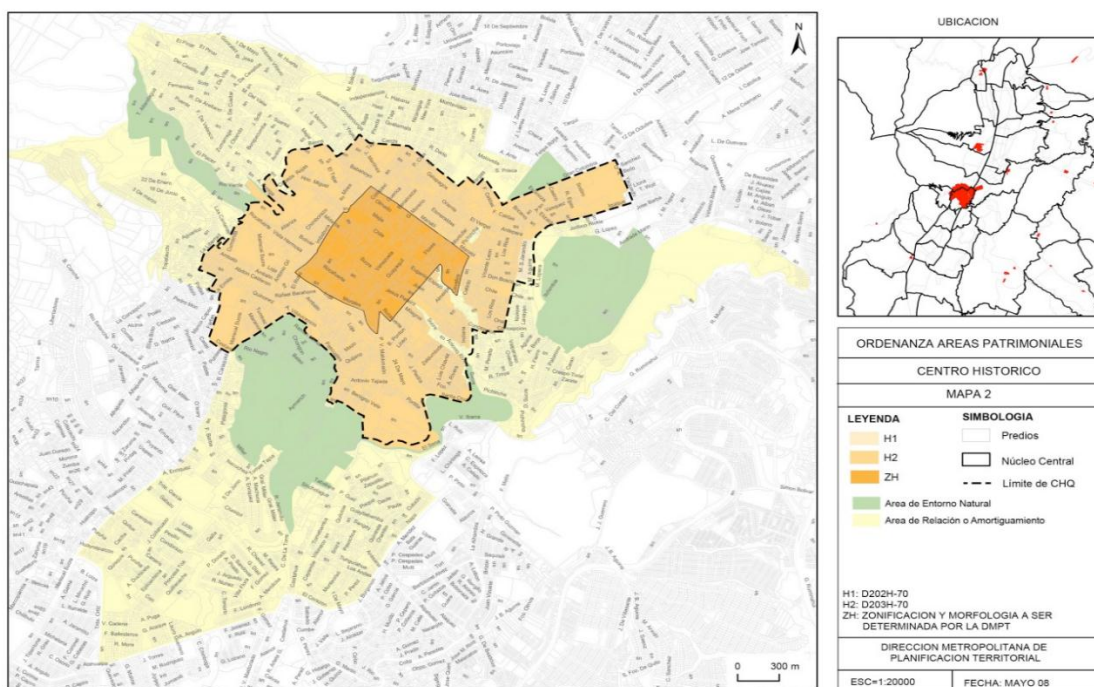
La construcción de la ciudad se basó en el trazado en damero de origen colonial, sus estructuras urbanas, arquitectónicas y paisajísticas están consideradas como unas de las mejores conservadas en Hispanoamérica, lo que hace del sector un atractivo para el turismo nacional y extranjero. (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

2.1.1.1. Superficie y Extensión

El sector está compuesto por 308 manzanas, de ellas 291 edificadas con 4.999 predios inventariados, distribuidos con una media de 16 predios por manzana, con un área promedio de 652 m² de área construida en cada uno. Tiene un área neta total de 264 hectáreas y un área bruta de 375 hectáreas, lo que implica 108 hectáreas. Destinadas a espacios públicos y áreas no ocupadas del (29%). (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

El núcleo central del CHQ (barrio González Suarez) cubren una superficie de 70.43 has. El uso en vivienda suma 303.465 m² edificados (28%) y se considera que debería ser al menos el 40% del total edificado.

Gráfico 1. Mapa del Centro Histórico



Fuente: Plan de Gestión Integral del Centro Histológico de Quito 2013

2.1.2. Movilidad y Conectividad

Red Vial

Dentro de este punto se hace referencia a toda la red vial que posee la parroquia Centro Histórico, la misma que sirve de medio de circulación para peatones y vehículos que quieren ingresar hacia el centro histórico y de medio de comunicación con zonas aledañas.

En el sector podemos encontrar las siguientes calles la Chile, Espejo, Sucre, La Ronda, Venezuela, Vargas, Montufar, Guayaquil, García Moreno, Olmedo, Manabí entre las más importantes albergando el paso peatonal de 282.290 personas por día.

“El Centro Histórico tiene en su núcleo central un área aproximada de 1,2 km², con 16 vías de acceso vehicular y 15 vías de salida, por las cuales ingresa un promedio de 76.038 vehículos por día, 2.643 buses (frecuencias que ingresan al CHQ, esto es aproximadamente 210 buses/hora para todos los accesos). Asimismo, se calcula que hay un flujo peatonal de 282.290 peatones en día ordinario y 308.959 peatones en fin de semana en el periodo comprendido entre las 6:30 y las 18:30 (12 horas)” (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003).

Red de Transporte

La importancia del transporte para una ciudad es muy relevante ya que radica en la movilización de diferentes personas en sus funciones laborales, sociales, económicas, etc., para así aportar con el desarrollo local ahorrando tiempo y dinero.

El acceso a alguno de los múltiples sistemas de transporte que ofrece el DMQ. Como son buses, taxis, corredores expresos que atraviesan gran parte de la ciudad de norte centro, sur y viceversa, Ecovía, el Trolebús y el Metrobús. Todos estos buses articulados, que tienen su propio corredor por arterias principales de la ciudad, cuentan con acceso hacia los principales barrios del centro histórico.

Taxis

Los servicios de transporte en taxis están por todas partes. El mínimo de la carrera es de \$1, y se puede acceder a ellos en cualquier parte de la ciudad.

2.1.3. Características climáticas

El país por encontrarse en el centro del planeta, cuenta con dos estaciones climáticas, llamadas invierno y verano. Las temperaturas varían desde los 0° C en los Andes hasta más de 30° C en la Costa.

El territorio del Distrito Metropolitano de Quito ostenta, un relieve irregular y una particular ubicación ecuatorial que lo define como un territorio diverso, con grandes potencialidades productivas y turísticas. El territorio distrital abarca una diversidad importante de recursos naturales, pisos climáticos y ecosistemas. (Valencia, 2010)

“Las variaciones de altura y pluviosidad generan por lo menos quince tipos de clima que van desde el clima nival, que presenta temperaturas menores a los 4 grados centígrados, hasta el clima tropical lluvioso, característico de los bosques del noroccidente con una temperatura promedio anual de 22 grados centígrados. La zona más poblada, ubicada a una altura promedio de 2815 m.s.n.m., tiene una temperatura promedio de 14° centígrados.” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito , 2012)

La ubicación en la línea ecuatorial influye para que el Distrito Metropolitano de Quito tenga las mismas horas en el día con la noche sin variación durante todo el año.

Quito tiene un clima templado característico de las tierras altas, presenta las dos estaciones una seca que va desde junio a septiembre, y otra lluviosa de octubre a mayo, estas marcan inciden en la producción agrícola del territorio y establecen formas de relación específicas entre la geografía y la población.

2.1.3.1. Geología

Al referirse a geología se está haciendo énfasis en el estudio del suelo y sus componentes de un área específica, la misma que es importante para diferentes actividades humanas como por ejemplo, el análisis previo para la construcción de cualquier edificación, monitorear volcanes, encontrar yacimientos de cualquier material, prevenir catástrofes naturales, etc.

“La geología de la parte nororiental del Ecuador así como los procesos físicos actuales relacionados con la geología están influidos por los mecanismos tectónicos responsables del desarrollo de las montañas andinas. Tanto la geología como los procesos físicos activos (deslizamientos, volcanismo, erosión, meteorización) son complejos y variados.” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito , 2012)

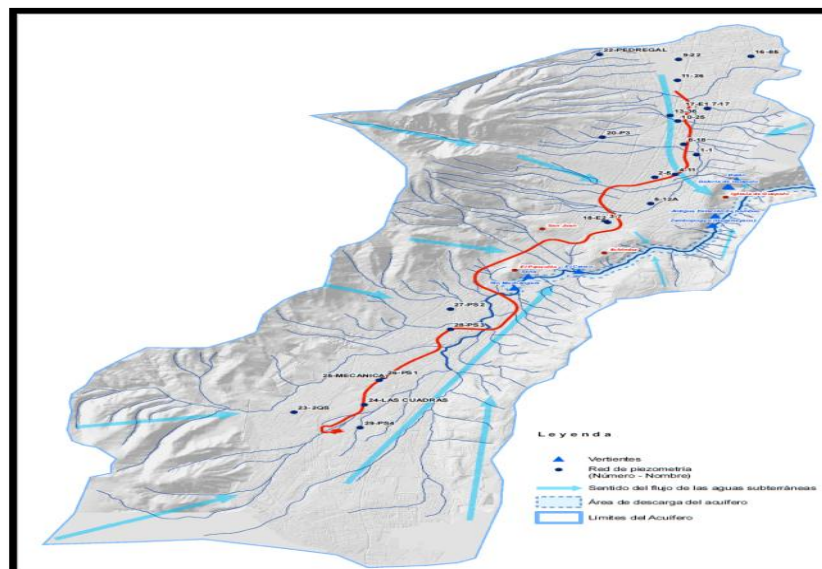
2.1.3.2. Hidrografía

Dentro de la ciudad de Quito se consideran dos unidades hidrogeológicas:

“*El Acuífero Centro-Norte*, limitado por el norte por la cuenca superior del río Monjas y drenado por la quebrada del Colegio y la quebrada del Batan que se une con el río Machángara, está separado por los relieves del Panecillo y de la loma de Puengasi. Su límite sur, se encuentra en un eje Aeropuerto (Parque Bicentenario)-barrio de Cotocollao. El acuífero central, es un acuífero multicapa que consta de dos niveles de buenas características hidrogeológicas. La dirección del flujo es oeste-este.

El Acuífero Sur, está constituido por la parte superior de la cuenca hidrográfica del río Machángara, que abandona la cuenca por un valle estrecho y profundo. El acuífero sur se compone de un acuitardo y de dos niveles de acuíferos, superior e inferior.” (Metro de Quito , 2010).

Gráfico 2. Hidrografía de Quito



2.2. **Ámbito Socio Cultural**

2.2.1. **Población**

Según (Salcedo, 2009) la población ecológica es:

“Una población puede definirse como cualquier grupo de organismos de la misma especie (u otros grupos dentro de los cuales los individuos intercambian información genética) que ocupan un espacio particular y funcionan como parte de la comunidad biótica la que a su vez funciona como unidad integrativa a través de modificaciones metabólicas que coevolucionaron en determinada área del hábitat físico, es decir, Es un grupo de organismos de la misma especie que se cruzan entre sí y habitan en un área geográfica particular en un tiempo determinado.”

La población social hace referencia al conjunto de individuos que pertenecen a una misma especie que habitan en un determinado lugar y comparten ciertas costumbres y hábitos.

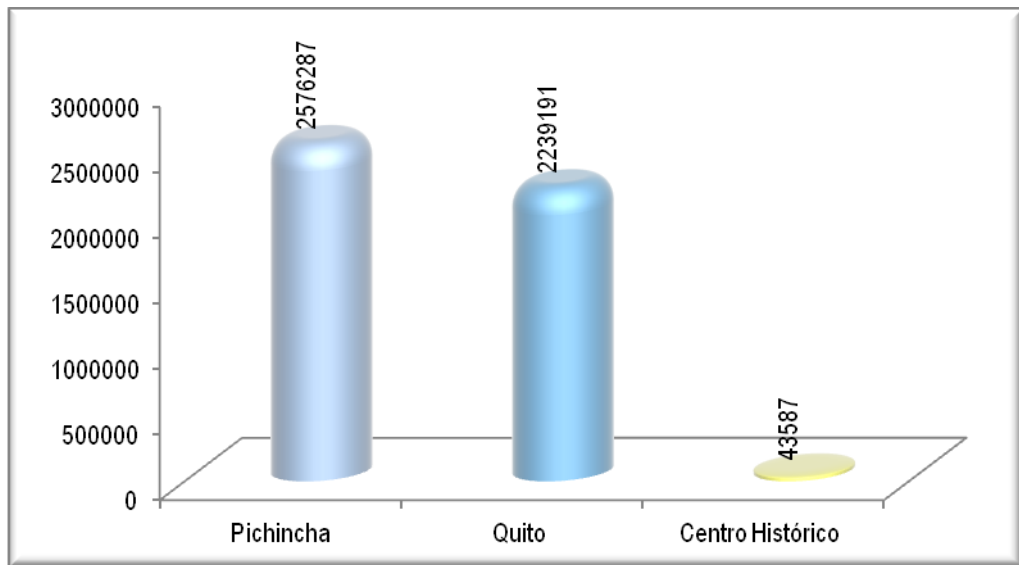
El crecimiento poblacional del Distrito Metropolitano de Quito se ha visto teñido por factores y características propias de un proceso de evolución demográfica que se sintetiza a continuación:

“Desde 1953, la población del Distrito se ha incrementado de 209.39932 habitantes a 2'239.191 en el año 2010. Este crecimiento tiene matices en el área urbana y el área rural. Como resultado de un acelerado crecimiento urbano, la población de éstas áreas se multiplicó por casi ocho veces mientras que la rural se cuadruplicó. Los procesos de migración interna tienen un importante aporte en el desigual crecimiento de éstas áreas.

Según el Censo de Población y Vivienda del 2010, el DMQ tiene casi 400.000 habitantes más que en el 2001. Los 2'239.191 habitantes de Quito representan el 86,9% de la población de la provincia de Pichincha y el 15.5% de la población total del país. Se estima que para el año 2022, la población del DMQ será de casi 2,8 millones de habitantes en el DMQ, de los cuales el 68,7% residirá en el área urbana.” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito , 2012)

La población del Centro Histórico de Quito es de aproximadamente 43587 habitantes según el último censo de Población y Vivienda del 2010, la población de la provincia de Pichincha es de 2,576.287 habitantes y del Distrito Metropolitano de Quito es de 2,239.191 habitantes, en tanto que la población del Centro Histórico corresponde al 1.95% a nivel provincial y al 1,69% de la Ciudad.

Gráfico 3. Población de Pichincha, Quito y Centro Histórico de Quito



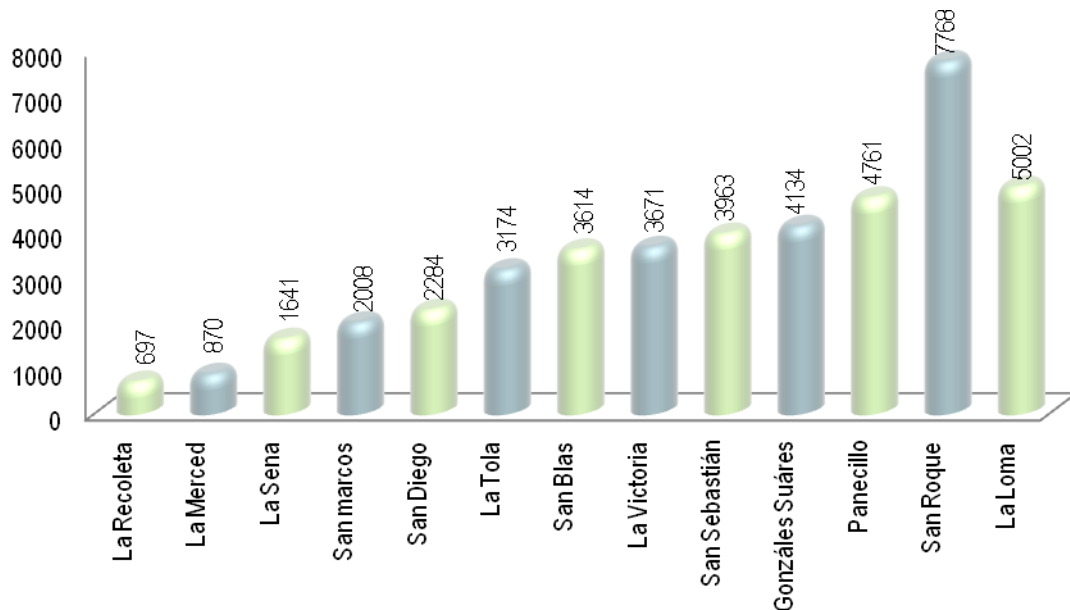
Fuente: INEC 2010

La dinámica a la que se ha visto sujeto el Centro Histórico refleja las distintas etapas a través de la historia y la movilidad de la ciudad. La transformación de las características de la vivienda en el sector son consecuencia de la dinámica de la ciudad en su conjunto.

Entre los factores determinantes de la expansión de la ciudad se encuentran, la densificación poblacional, la lógica de la economía mercantil, la emergencia de establecimientos dedicados al comercio. Estos, entre otros, factores condicionan la configuración y estructuración de las viviendas y de los habitantes tanto del sector, como de toda la ciudad.

Los estudios realizados de manera sistemática han posibilitado una aproximación a la realidad de cuantas personas habitan el centro histórico en cuanto a condiciones de vida, capital social y capital cultural, lo cual, da cuenta de los procesos socioculturales que tienen lugar en el espacio patrimonial.

Gráfico 4. Población total Centro Histórico de Quito



Fuente: Plan de Gestión Integral del Centro Histológico de Quito, 2013.

“Territorialmente, menos de la mitad de los quiteños residen en la ciudad consolidada dentro de las zonas administrativas Eloy Alfaro (Sur), Manuela Sáenz (Centro), Eugenio Espejo (Norte).” (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

2.2.2. Educación

La educación se lo puede entender como un proceso de socialización de las personas, educarse es asimilar y aprender nuevos conocimientos. La educación implica una concientización cultural y conductual. La expectativa de tener mejores ingresos y posibilidades reales de superación personal depende, en muchos casos, de que las personas hayan alcanzado buenos niveles de educación.

“El Plan Metropolitano de Desarrollo identifica las líneas principales de intervención municipal en el territorio para superar progresivamente las disparidades que persisten en el Distrito y que continúan limitando la capacidad de brindar a sus habitantes, hombres y

mujeres, en sus respectivas localidades, acceso a la salud, a la educación, a la vivienda, la vialidad. Establece claramente la actual orientación municipal de priorizar la recuperación del espacio público como lugar de encuentro, de seguridad, de convivencia pacífica y solidaria. Define la visión del cabildo para garantizar el límite del crecimiento urbano y preservar las reservas naturales, así como para evitar la especulación con el suelo y promover su uso sustentable y democrático.” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito , 2012)

“Derivado del análisis de esta información se establece que en el CHQ, existe una población preescolar de 1.857, de la cual solo el 25% asiste a un centro educativo de ese nivel. En el CHQ viven 5.520 niños y niñas en edad escolar, lo que representa el 11% de la población total. Sin embargo, asisten 23.520 alumnos a establecimientos educativos de este nivel en el Centro. Por lo tanto, existe un superávit que corresponde a una afluencia de más de 18.000 alumnos provenientes de otras zonas urbanas, en especial del sur de Quito.” (Plan Especial del Centro Histórico de Quito., 2003)

En el CHQ residen 5.020 adolescentes en edades de 12 a 18 años; el 85% de ellos acuden al colegio. Los alumnos matriculados en colegios del CHQ suman 15.440, consiguiente 11.173 estudiantes provienen de otras áreas de la ciudad.

“Existe un exceso de establecimientos educativos en el CHQ por lo que se requiere prever un plan de reubicación. La población estudiantil no residente en el CHQ llega a 30.565 en los tres niveles, niños, niñas y adolescentes que proceden de otras zonas de la ciudad y del Distrito. Esta situación genera problemas, no se cumple con las condiciones adecuadas para las instalaciones educativas, causadas por limitaciones de espacio físico, por la presión de los viajes escolares sobre el transporte público y la presencia de transporte escolar exclusivo que causa serios problemas de tránsito en las zonas aledañas a los planteles.” (Plan Especial del Centro Histórico de Quito., 2003)

El DMQ constituye una de las ciudades con mayor promedio de escolaridad en el país en Centro Histórico, cuenta con una capacidad lo suficientemente grande para albergar a la población de 4 a 18 años del sector, siendo esta también una de las parroquias que alberga el mayor número de estudiantes de lugares alejados de la ciudad. El nivel de estudio de la ciudad de Quito es una de las mejores a nivel nacional.

Acceso y cobertura de la educación

“De acuerdo al Censo del 2010, la población del Distrito Metropolitano de Quito tiene un promedio de escolaridad de 10.8 años. La tasa de escolaridad en educación básica es del

91.4% y cae drásticamente al 60.4% en el bachillerato. En cuanto al nivel de instrucción, el 27.7% de la población tiene estudios de primaria, el 24.5% tiene secundaria, el 22.5% cuenta con estudios superiores y el 2.4% con estudios de postgrado. Un 22.9% tiene otro nivel de instrucción no establecido⁴⁹. Según el Censo 2010 el índice de analfabetismo a nivel nacional se sitúa en el 5.99%, mientras que en el DMQ corresponde al 2.71%. La población analfabeta corresponde sobre todo a mujeres pobres, afro descendientes e indígenas. A nivel territorial, al analfabetismo se concentra en el sector rural, en las zonas noroccidentales y nor-central del Distrito.” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito , 2012)

Las zonas Eugenio Espejo (Norte) y Manuela Sáenz (Centro), concentran el mayor porcentaje de población ocupada con una formación académica de tercer y cuarto nivel. Es así que cerca del 60% de la población ocupada registra una escolaridad de 14 años. El crecimiento poblacional y la necesidad de crear infraestructura educativa adecuada son parámetros que deben conjugarse a la hora de hacer planificación y dotación de infraestructura en lo local.

Analfabetismo

“Según el INEC en el Censo 2010 el índice de analfabetismo a nivel nacional se sitúa en el 5.99%, mientras que en el DMQ corresponde al 2.71%. La población analfabeta corresponde sobre todo a los lugares aledaños del Centro Histórico. Según información del Censo del año 2010, el analfabetismo digital de personas mayores de 10 años en el DMQ se sitúa en un 29.8%⁵⁰, la mayoría corresponde a la población adulta.” (INEC, 2010)

Infraestructura educativa en territorio

El 52% de la población estudiantil del DMQ asiste a centros educativos fiscales, el 42% a privados, el 3.2% a municipales y el 3% a fisco misional. De un total de 2.235 instituciones educativas, el 60% son particulares y el 40% públicas. (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

2.2.3. Salud

En el Centro Histórico existe una buena cobertura de salud teniendo una capacidad instalada que supera la demanda de la zona, evidentemente atrae a ciudadanos de otras

áreas de la ciudad, que llegan en búsqueda de atención médica y se convierten en parte de esa inmensa población flotante.

“Para una lectura integral del estado de la salud en el DMQ es necesario tomar en cuenta tres ámbitos: a) salud integral, para comprender los problemas de salud que presenta la población; b) la gestión de la salud y los retos de atención para esa población y, c), la calidad del servicio. Además deben considerarse las necesidades de ciertos grupos poblacionales que son más afectados por problemas específicos de salud o necesitan otro tipo de atención.” (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito , 2012)

“En el CHQ se registran 31 establecimientos de salud de los cuales 19 son públicos y 12 son privados. Existen cuatro instituciones con servicio de hospitalización que disponen de 70 camas y otras dos que tienen servicio de maternidad de corta estancia y cirugía menor con 20 camas; las demás ofrecen exclusivamente servicio de consulta externa. El Centro de Rehabilitación Social N°1 cuenta con 10 camas para uso exclusivo de los internos. Se cuenta con alrededor de 60 camas en 4 clínicas privadas. El Centro de Salud N°1 tiene 8 camas de maternidad.” (Plan de Gestión Integral del Centro Histotico de Quito , 2013)

El uso de los servicios de salud por parte de la población del Centro Histórico, es diverso, estableciéndose que el 27.7% acude a la atención privada, alrededor del 26.9% a los centros de atención del Ministerio de Salud Pública, el 11.9% al servicio de salud que presta el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), el 8.6% al Patronato, el 5.1% al Centro Medico Mosquera, el 0.3% al Centro de las Tres Manueles, y el 19.5% a otras unidades. Además en el Centro Histórico de Quito cuenta establecimientos privados con enfoques curativos. (Plan de Gestión Integral del Centro Histotico de Quito , 2013)

Equipamientos de salud e interacción

La distribución territorial del equipamiento existente evidencia que el 50% de todo el equipamiento de salud del DMQ de nivel barrial y sectorial (centros y subcentros de salud) y zonal (hospitales hasta 25 camas) se concentra en la Administración Zonal Eugenio Espejo (Norte). El equipamiento de nivel metropolitano (hospitales de más 25 camas y de especialidades) se localiza mayoritariamente en la Administración Zonal Centro (35% del total de este nivel). La menor cobertura de equipamiento de salud de todos los niveles se registra especialmente en las zonas Calderón y en las zonas suburbanas de Los Chillos, Tumbaco y Quitumbe, que juntos albergan solo el 11% del total de los equipamientos de

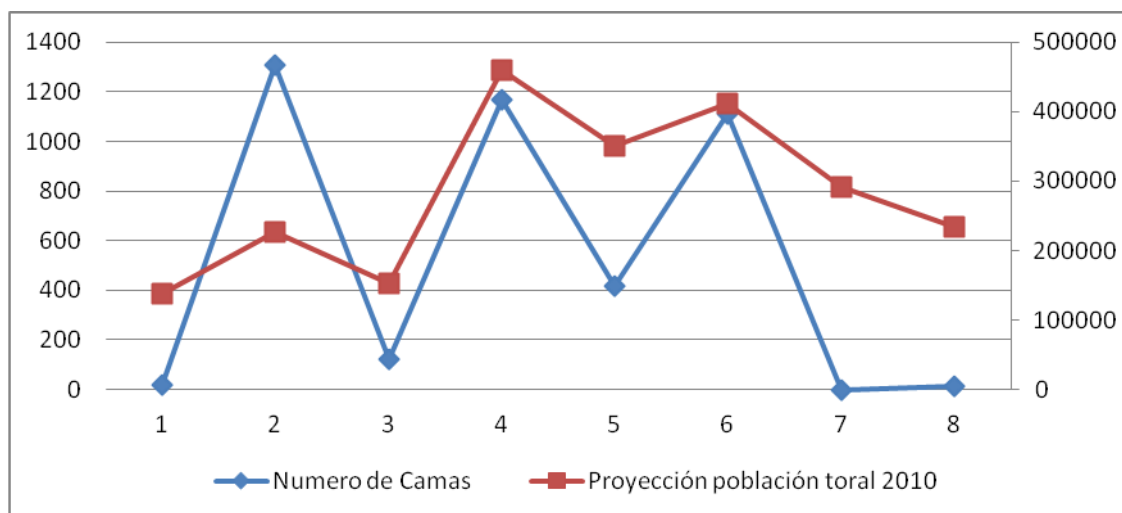
salud. La Zona Centro es la única cuyo equipamiento de salud es mayoritariamente público.
(Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2012)

Tabla 1. SALUD: Análisis de capacidad instalada frente a población

ADMINISTRACIÓN ZONAL	Número de Camas	Proyección población total 2010
Calderón	19	137605
Centro	1307	227124
Chillos	123	152170
Sur	1169	459532
La Delicia	416	351133
Norte	1110	411626
Quítame	0	291439
Tumbaco	15	234917
Total General	4159	2265546

Fuente: Plan de Desarrollo Distrito Metropolitano de Quito 2010

Gráfico 5. Análisis de capacidad instalada frente a población



Fuente: Plan de Desarrollo Distrito Metropolitano de Quito 2010

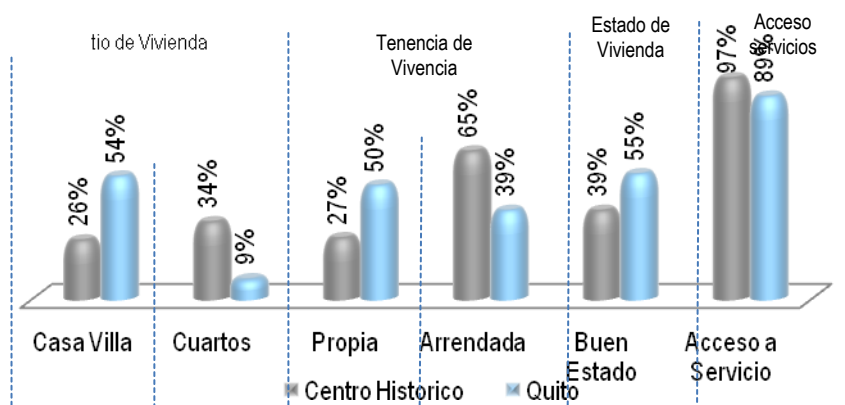
La gratuidad en la salud permitió un incremento inmediato del uso de los servicios de salud en todos los aspectos. En el caso de las centros municipales que prestan el servicio de salud, la producción de los servicios aumentó notablemente en el 2010, entre los servicios más demandados están pediatría, ginecología, obstetricia, dialectología, cardiología, reumatología, oftalmología, fisioterapia, laboratorio, rayos x y rehabilitación.

2.2.4. Vivienda

La dinámica del Centro Histórico de Quito se refleja en la historia y la movilidad de la ciudad. La transformación de las características de la vivienda en el CH es también consecuencia de la dinámica de la ciudad en su conjunto.

El 53,6% de la población del Distrito Metropolitano de Quito vive en casa, el 32,6% de la población en departamento y el 12,1% de la población en cuartos. La vivienda que ocupa más espacio en la actualidad son los cuartos, el 38,8% de los hogares arrienda su vivienda, mientras el 58,8% tiene vivienda propia.

Gráfico 6. Características de la Vivienda en el Centro Histórico



Fuente: (INEC, 2010)

Gráfico 8. Viviendas Centro Histórico

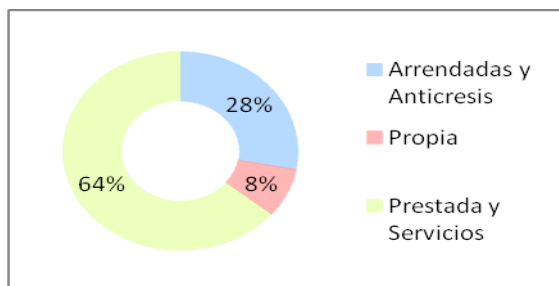
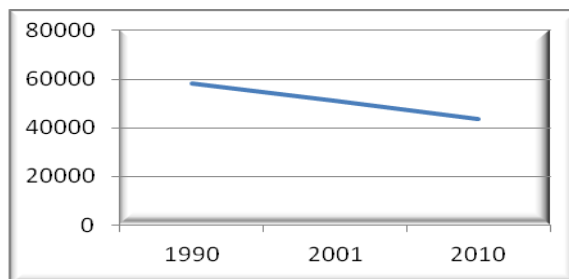


Gráfico 7. Decrecimiento poblacional CH



Fuente: (INEC, 2010)

Cuando se analiza la procedencia de los habitantes del Centro Histórico se evidencia que a pesar de que este es el primer barrio de Quito, se ha convertido en un lugar de recepción de migrantes. Así, mientras en Quito el 35% de los residentes no nacieron en la ciudad, en el Centro Histórico este porcentaje asciende al 41%. Esto se ve reforzado si se observa la información por auto identificación étnica, ya que el 13% de los habitantes del sector se auto identifican como indígenas. (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

Las familias con ingresos medios y altos abandonan el sector ya que el costo de oportunidad económica es elevado. Estas familias se desplazan a las nuevas zonas de urbanización, y estas dependiendo su condición socioeconómica, configuran distintos patrones de crecimiento urbano.

Tipo de Vivienda

La casa sigue siendo el tipo de vivienda de mayor porcentaje en la ciudad de Quito, en el 2010 representa el 53.6%. Según el censo del 2010, los departamentos tienen un incremento sustancial con respecto al 2001, alcanzando el 33% del total de unidades de vivienda en el en Centro Histórico, en tanto que los cuartos y las mediaguas observan valores menores con tendencia a la disminución. (Gobierno Provincial de Pichincha, 2012)

Migración interna

En el DMQ existen 2'239.191 habitantes pero solo el 65% son quiteños, mientras el 35% son inmigrantes internos, es decir, provienen de otros sectores, cantones y provincias. (Gobierno Provincial de Pichincha, 2012)

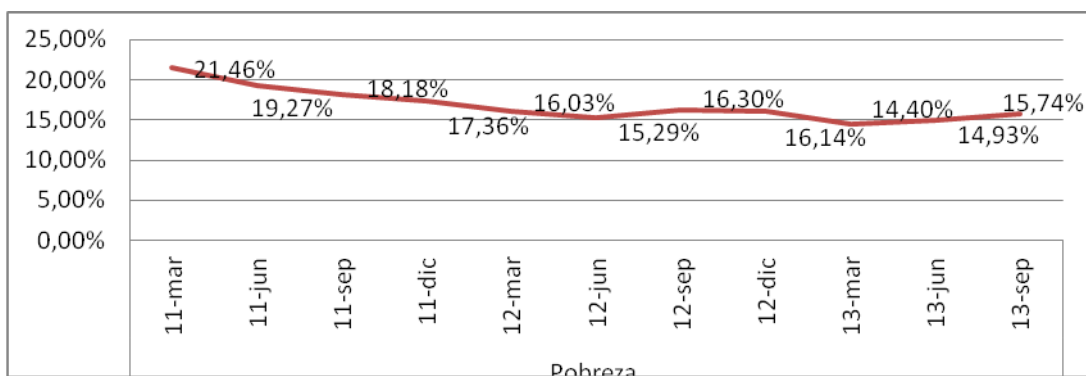
De los 779.442 inmigrantes internos el mayor porcentaje son de la provincia de Cotopaxi con el 12%, así como de la provincia de Imbabura con el 9,6%, de Chimborazo con el 9,3%, de Manabí con el 8,6% y de Loja con el 8,3%. Lo que ha provocado un incremento de la población del cantón Quito creciendo en un 21,7% a lo registrado en el año 2001. Que tenía 1'839.853 habitantes.

El 52% de la población del DMQ son mujeres, mientras el 48% son hombres. Así también el 23,9% de la población del cantón corresponde a niños.

Indicadores de desarrollo humano y pobreza

La Pobreza hace referencia a la situación de familias cuyas condiciones de vida están por debajo de la canasta básica unificada, lo que no les permite satisfacer sus necesidades básicas entre las cuales encontramos atender la salud, disponer de una vivienda adecuada y de educación.

Gráfico 9. Evolución de la pobreza a nivel nacional urbano



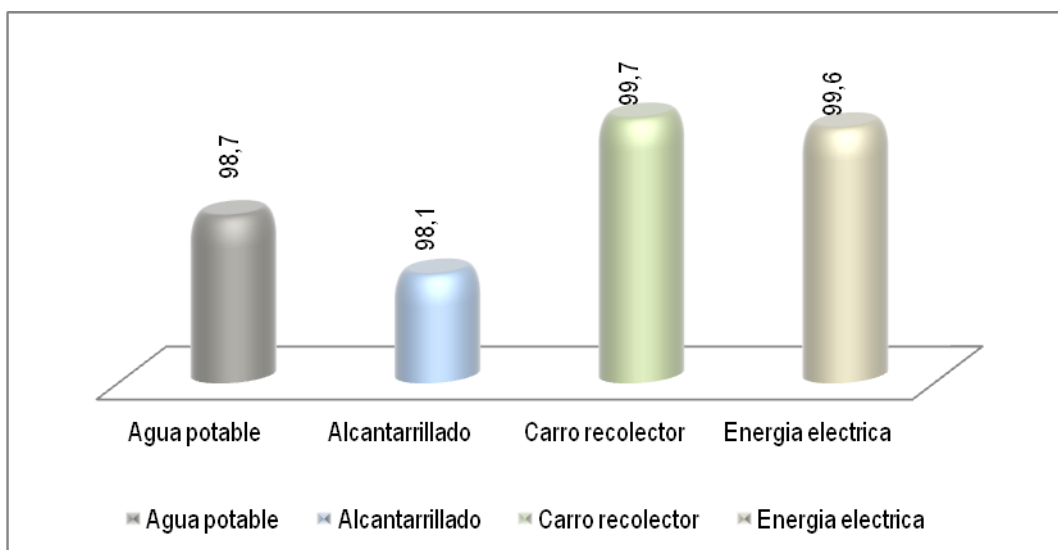
Fuente: (INEC, 2013)

1.2.5 Servicios Básicos

“Las políticas de ordenamiento territorial relacionadas con la cobertura, calidad y sustentabilidad de los sistemas principales de soporte están dirigidas a garantizar el acceso, disponibilidad y calidad de los servicios de agua potable y saneamiento a los ciudadanos del DMQ.” (Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial , 2012)

La cobertura y calidad de los servicios básicos en el Centro Histórico tanto de agua, saneamiento y recolección de basuras se deben realizar en criterios de equidad territorial y dando énfasis en la población de atención prioritaria, que garantice el derecho humano al agua y la accesibilidad a los servicios.

Gráfico 10. Cobertura de servicios básicos en el Centro Histórico



El en Centro Histórico de Quito se evidencia que el acceso de viviendas que disponen de servicios básicos como agua por red pública, energía eléctrica de servicio público y eliminación de basura por carro recolector, es de alrededor del 89%. La cobertura de energía eléctrica de servicio público alcanza el 99,4% y el servicio recolector de basura es del 96,52%.

Agua Potable

“El agua que abastece al Centro Histórico proviene de las aguas superficiales del río Pita, de las escorrentías del Pichincha, el Atacado y Lloa. La planta de El Placer es la que distribuye el agua tratada a gran parte del sector, con una dureza inferior a los 79p/mm, siendo de las aguas de mejor calidad de la ciudad.” (Plan Especial del Centro Histórico de Quito., 2003)

La dotación de agua con tubería dentro de la vivienda corresponde al 76% de los casos, con tubería fuera de la vivienda al 22,1%; el 1.9% restante corresponde a viviendas que no disponen del servicio. El sistema de alcantarillado del Centro Histórico de Quito es combinado. En un solo sistema de alcantarillado se recogen las aguas servidas y las aguas de lluvia. Permitiendo las descargas hacia las quebradas que han sido entubadas recogiendo los caudales de agua que acarrear todo tipo de materiales, permitiendo de esta manera la recolección en un 90% y evitando inundaciones en el sector. (Gobierno Provincial de Pichincha, 2012)

Energía Eléctrica

“La cobertura de energía eléctrica en el Centro Histórico es del 98%. Sin embargo, los problemas tienen que ver con la calidad y estado del sistema de distribución. En un 80%, la red es aérea, y con el paso del tiempo se ha convertido en una verdadera maraña inmanejable de cables en servicio y sin uso, que además deteriora la imagen urbana. Contribuye a esta desmejorada imagen, una deficiente disposición de los postes, aditamentos para el soporte de cableado, transformadores y lámparas de iluminación pública.” (Plan Especial del Centro Histórico de Quito., 2003)

El servicio de energía eléctrica en la parroquia Centro Histórico de Quito tiene una cobertura total del 98%, lo que hace favorable el turismo nocturno en las calles del centro histórico, aunque existen problemas que deben ser superados y manejados por la municipalidad.

Recolección de basura

El servicio de recolección de basura que presta la Empresa Municipal de Aseo (EMASEO) cubre el 80%, del Centro Histórico de Quito. En tanto que un 20% de del sector, corresponde a sectores localizados en lugares elevados que tienen accesos limitados a través de escalinatas y por lo tanto no tienen un servicio regular de recolección. (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

La recolección de basura a través del carro recolector en los lugares turísticos de Quito, se realiza de forma diaria, beneficiando el aspecto del lugar y permitiendo un turismo fluido.

2.3. Ámbito Económico Productivo

2.3.1. Contexto económico local

Sustentabilidad es el proceso que viabiliza cambios en la sociedad en procura de mejores condiciones de vida y mejores relaciones con la naturaleza. Tiene varias dimensiones de interés: social, ecológica, económica, política y científica. (Plan de Gestión Integral del Centro Histotico de Quito , 2013)

El desarrollo sustentable vincula las dimensiones en un marco de participación que busca satisfacer condiciones de vida establecidas para el desarrollo, en este caso los habitantes del Centro Histórico de Quito.

El valor patrimonial del CH contempla una larga historia, existen dinámicas sociales, culturales y económicas muy particulares, muchas de las cuales también deben ser preservadas y potenciadas, pues son parte constitutiva de la vida en el diaria del centro histórico y que le dan la característica de autenticidad.

El CH es también un centro tradicional de producción y oferta de bienes y servicios artesanales tradicionales, particularmente importantes para las clases populares. En el habitan todavía oficios como los de relojero, sastre, confitero, artesanos de la madera, del hierro, de la cera, etc., además, están los que se dedican al comercio de intermediación al por menor de prendas de vestir, de materiales para la industria textil, de aparatos electrónicos y electrodomésticos, de los de venta de productos alimenticios elaborados.

Tabla 2. Variables Económicas de los establecimientos del CH por tamaño de empresa

Variable	Mícro		Pequeña		Mediana		Grande		Total	
Establecimientos (Números)	7315	96.6%	213	2.8%	30	0.4%	14	0.2%	7572	100%
Empleo (personas)	13070	41.7%	4021	12.8%	2907	9.3%	11376	36.3%	31374	100%
Ingreso (millones de dólares)	715	36.9%	195	10.1%	335	17.3%	695	35.8%	1940	100%
Impuestos anuales (millones de dólares)	4.7	57.3%	1.4	17.1%	0.3	3.7%	1.8	22.0%	8.2	100%

Fuente: (INEC, 2013)

En la parroquia se asientan 7.572 establecimientos, que representan el 7,6% del total del Distrito Metropolitano de Quito, estos generan aproximadamente \$ 1.840 millones en ventas (2,8% del total en el DMQ), 8,2 millones en impuestos empleando a 31.374 personas (5,7% del total de ocupados en Quito). (Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda, 2003)

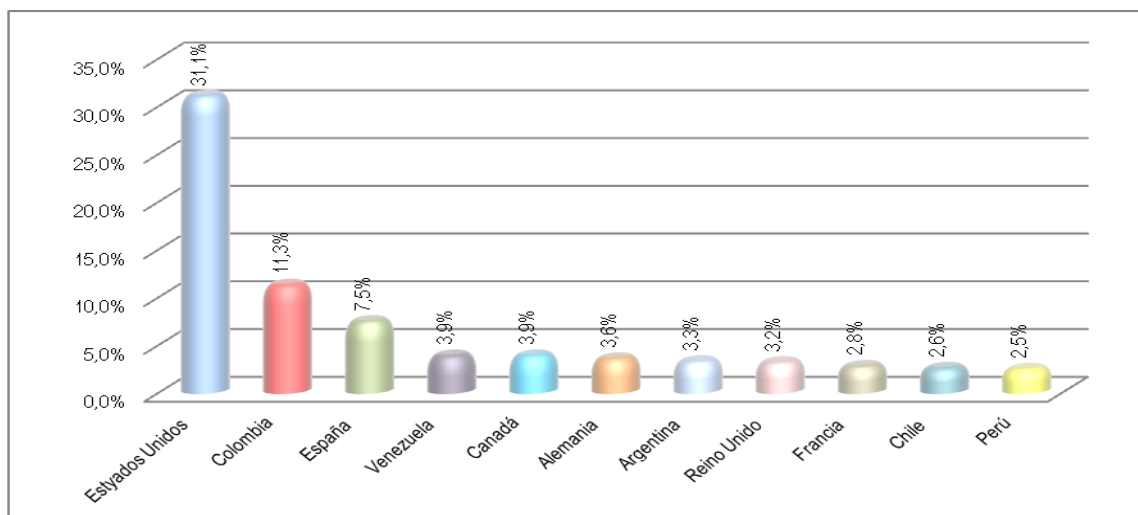
En el Centro Histórico de Quito, la función que mayor porcentaje presenta es el comercio al por mayor y menor con un 60,2%, concentrándose especialmente en el

Núcleo Central, que además posee la mayor oferta turística de hotelería, restaurantes, sitios de interés histórico, museos, iglesias y centros culturales.

2.3.2. Turismo

El Turismo constituye un eje estratégico en la planificación productiva municipal. Según el último Censo Económico, la *Actividad de Alojamiento y Servicio de Comidas* registró en el año 2010 ventas en alrededor de 892 millones de dólares en la ciudad de Quito (INEC, 2010). En lo que respecta al empleo, el sector turístico genera trabajo para 42.945 personas, lo que lo sitúa como el cuarto sector en importancia a nivel Distrital en este rubro (INEC, 2010). Si se hace un análisis retrospectivo del flujo turístico hacia la ciudad en el periodo 2006 -2010, la tasa de crecimiento alcanzó el 8% anual, siendo los principales países de origen de los expuestos en el siguiente gráfico (Quito Turismo, 2011).

Gráfico 11. Países de origen más frecuentes de los turistas que visitan el Centro Histórico de Quito



Fuente: Plan de Desarrollo de Quito, 2010

“La tasa de crecimiento del flujo de turistas para el período comprendido entre enero y octubre de los años 2010 y 2011, reflejan un crecimiento del 4,3%, es decir un incremento real de 16.733 turistas cuyo destino final fue la ciudad de Quito. Esta evolución confirma

el éxito de las políticas de fomento del turismo aplicadas por los organismos municipales en coordinación con los actores nacionales y locales, particularmente la promoción de la ciudad en el exterior y el desarrollo del destino y productos turísticos ofertados.” (Quito Turismo, 2011).

Con el fin de dar cumplimiento a las nuevas políticas estatales del turismo hacia el futuro, se ha implementado un plan llamado “Plan Q”, el cual incluye lineamientos para el desarrollo de la oferta, la comercialización y el marketing turístico en el centro histórico de la ciudad, canalizados a través de la comercialización, que incluye ruedas de negocios y participación en las más importantes ferias de turismo a nivel internacional; y el desarrollo, que se preocupa del mejoramiento de la calidad del destino.

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1 Definición y objetivos del estudio de mercado

“Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.” (Kotler, 2004)

El estudio de mercado se enfoca en recabar información específica por medio de diferentes técnicas de investigación para conocer la demanda (características, gustos preferencias, necesidad del turista) y oferta (características, formas de organización, formas de ventas de las empresas ofertantes de servicios turísticos) con el fin de conocer el mercado potencial para el servicio turístico, las características que desea el consumidor del servicio y seleccionar el canal de distribución adecuado para la respectiva venta del servicio dentro del sector de estudio.

Objetivos del estudio de mercado

Objetivo general

Determinar el perfil del consumidor que estaría dispuesto a adquirir los paquetes turísticos.

Objetivos específicos

- Determinar las características demográficas del mercado potencial.
- Identificar los gustos y preferencias del mercado.
- Determinar los medios de comunicación utilizados por el segmento objetivo.

3.2 Segmentación del mercado

De acuerdo a (Lambin, 2003) “La segmentación de mercados es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.”

Este punto permite a la investigación dividir al mercado objetivo que se desea estudiar y así conocer diferentes características y necesidades del cliente potencial que sirvan como una oportunidad al momento de ofrecer un servicio o producto.

La segmentación de mercado se divide en tres grupos, los cuales están definidos a continuación:

3.2.1 Segmentación Geográfica

Para este tipo de investigación se clasifico las siguientes características:

CRITERIOS DE SEGMENTACION
✓ País
✓ Región
✓ Provincia
✓ Distrito Metropolitano
✓ Parroquia
✓ Densidad

Elaborado por: Gabriel Arguello, 2014

El Centro Histórico es una parroquia urbana muy visitada por turistas nacionales y extranjeros por la gran variedad de lugares turísticos culturales combinados de arte pictórico y escultórico principalmente de carácter religioso, por lo que la hace considerada uno de los conjuntos históricos más importantes de América Latina.

3.2.2 Segmentación Demográfica

En la parroquia urbana del Distrito Metropolitano de Quito de la provincia de Pichincha se identificará a los consumidores potenciales del servicio turístico a ofrecer, para lo cual se utilizará, las siguientes variables:

CRITERIOS DE SEGMENTACION
✓ Ingresos
✓ Edad
✓ Genero
✓ Ciclo de vida familiar
✓ Clase social
✓ Escolaridad
✓ Condición

Elaborado por: Gabriel Arguello, 2014

3.2.3 Segmentación Psicológica- Conductual

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN
Personalidad
Valores
Beneficios deseados
Tasa de uso

Elaborado por: Gabriel Arguello, 2014

3.3 Tamaño del Universo

Como universo del proyecto se utilizó la cantidad de todos los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Quito, de acuerdo a (Quito Turismo, 2013) el número de turistas que visitaron la ciudad en el año 2013 fueron de 1'750.641 de los cuales

545.000 fueron extranjeros y 1'205.641 fueron nacionales, de este dato se puede calcular la muestra para realizar la investigación de campo dentro del barrio San Marcos perteneciente a la parroquia urbana Centro Histórico.

3.4 Cálculo de la Muestra

Debido a las características de la información requerida y de la población que va a ser objeto del estudio se utilizará el muestreo aleatorio simple y sin reemplazo que permite que cada posible muestra tenga la misma probabilidad de ser seleccionada y que cada elemento de la población total tenga una oportunidad igual de ser incluido en la muestra.

FÓRMULA:

$$N = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * P * Q}$$

Datos:

N= Tamaño de la población	1'750.641 (turistas nacionales y extranjeros Quito)
Z ² = Nivel de confianza (96%)	1.95
P= Proporción real estimada de éxito	50%
Q= Proporción real estimada de fracaso	50%
e= Error	5%

Desarrollo:

$$n = \frac{(1.95^2)(0,5)(0,5)(1'750.641)}{(0,05)^2(1'750.641 - 1) + (1.95^2)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{0,950625(1'750.641)}{(0,0025)(1'750.641) + (3,8025)(0,25)}$$

$$n = \frac{1'076.041,99}{(4.376,60) + (0,95)}$$

$$n = \frac{1'664.203,10}{4.377,55}$$

$n = 380$ elementos muestrales

3.5 Análisis de la Demanda

La demanda turística es la cantidad de personas (turista) que visitan el barrio San Marcos buscando satisfacer sus necesidades de ocio y tiempo libre y así realizar diferentes actividades como: descanso, recreación, cultura, deportes, relajación.

3.5.1 Caracterización de la Demanda

Pregunta 1.- ¿Cuál es su género?

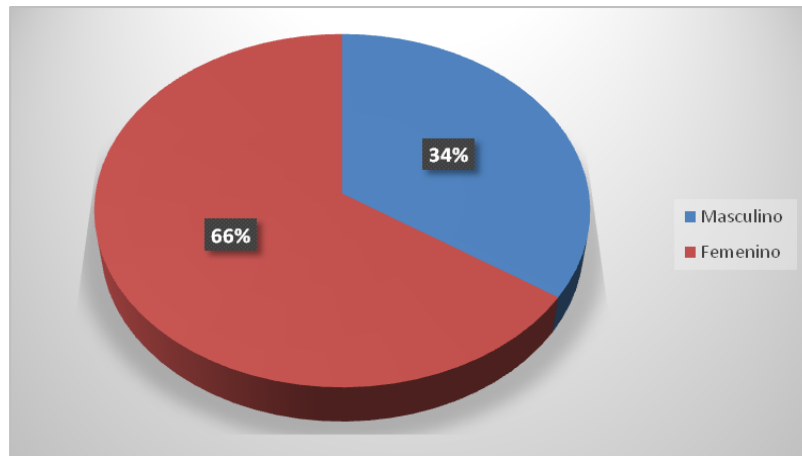
Tabla 3. Pregunta 1

Género	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Masculino	131	34,47
Femenino	249	65,53
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 12. Pregunta 1



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta se tiene que la mayoría de personas que visitan el barrio San Marcos son mujeres representadas por el 66% del total de la muestra.

Pregunta 2.- ¿Cuál es su edad?

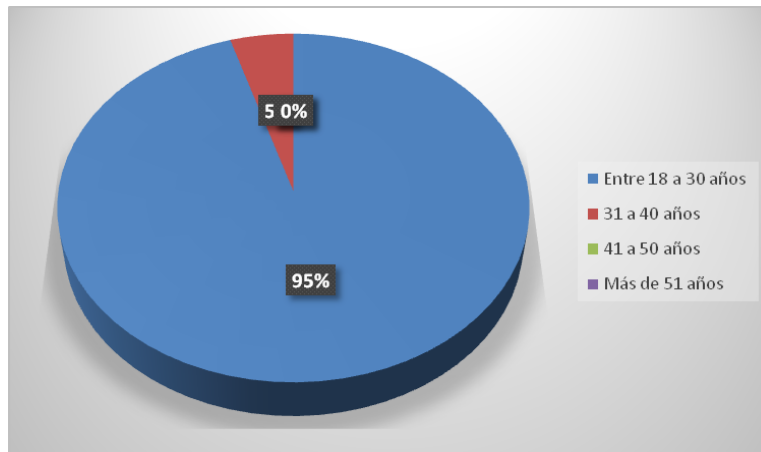
Tabla 4. Pregunta 2

Edad	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Entre 18 a 30 años	362	95,26
31 a 40 años	18	4,74
41 a 50 años	0	0
Más de 51 años	0	0
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 13. Pregunta 2



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Las edades de los turistas que visitan el barrio San Marcos se encuentran entre los 18 – 30 años porque la mayoría de las personas que llegan a la parroquia son jóvenes ya sean universitarios, trabajadores o padres de familia los mismos que pueden pagar los gastos turísticos que realizan.

Pregunta 3.- ¿Cuál es su nivel de estudio?

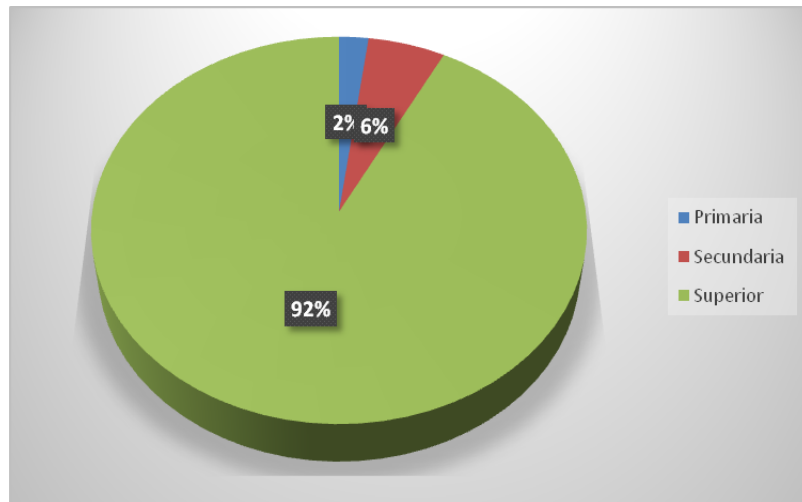
Tabla 5. Pregunta 3

Nivel de estudio	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Primaria	8	2,10
Secundaria	21	5,53
Superior	351	92,37
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 14. Pregunta 3



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

La mayor parte de los encuestados dentro del barrio San Marcos poseen un nivel de estudio superior es decir la mayoría de visitantes son universitarios, ya que la tendencia de ellos es de disfrutar un momento ameno con sus amigos y de realizar diferentes actividades de recreación y ocio dentro de la ciudad de Quito.

Pregunta 4.- ¿Cuál es su estado civil?

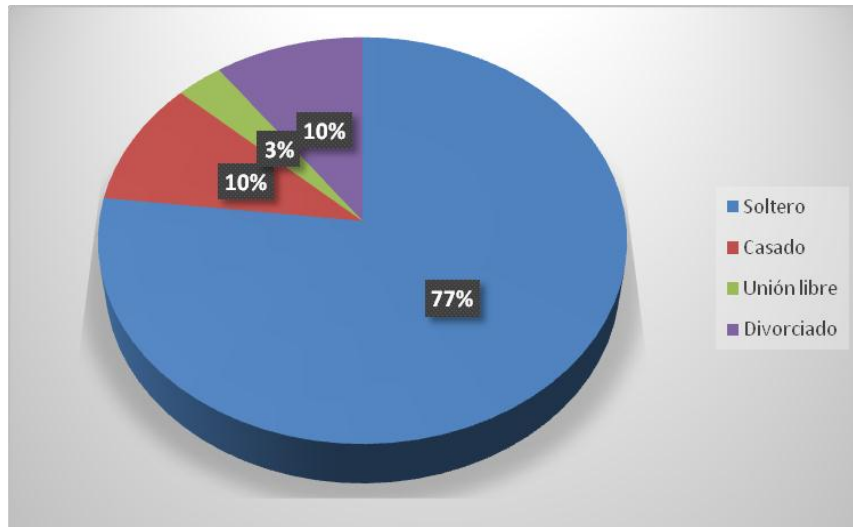
Tabla 6. Pregunta 4

Estado civil	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Soltero	292	76,84
Casado	38	10,00
Unión libre	12	3,16
Divorciado	38	10,00
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 15. Pregunta 4



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

De los resultados de la encuesta se tiene que la mayor parte de los turistas que visitan el barrio San Marcos pertenecen a un estado civil de Soltero por el motivo en que el Ecuador existe un gran porcentaje de personas que no adquieren compromisos formales a estas edades para formalizar una familia y están con el pensamiento de estudiar y trabajar.

Pregunta 5.- ¿Cuál es su procedencia?

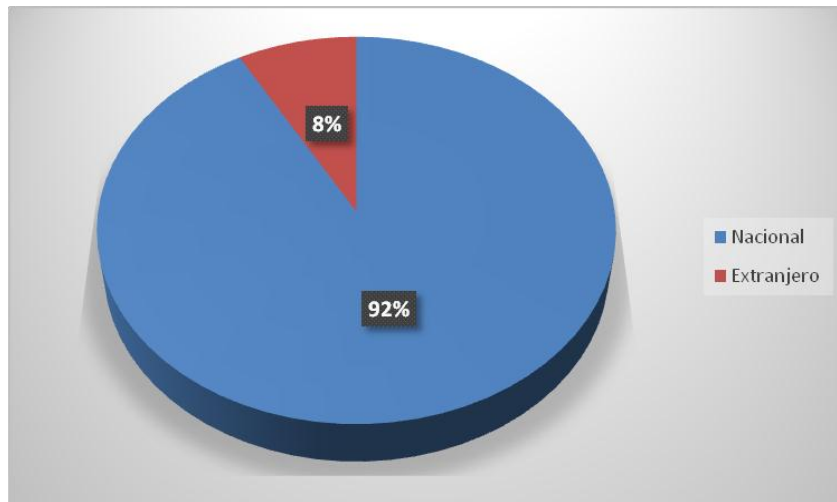
Tabla 7. Pregunta 5

Procedencia	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Nacional	349	91,84
Extranjero	31	8,16
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 16. Pregunta 5



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

La mayor parte de personas que visitan el barrio San Marcos pertenecen a una segmentación de turistas nacionales los cuales provienen de diferentes provincias del Ecuador ya que Quito es una ciudad considerada como una de las principales para visitar y conocer sus diferentes atractivos culturales y naturales.

Pregunta 6.- ¿Cuál es su ingreso mensual?

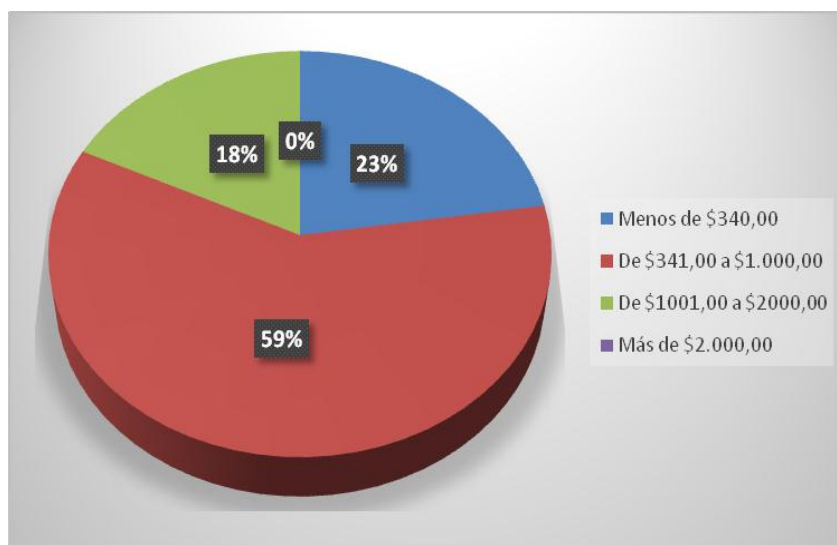
Tabla 8. Pregunta 6

Ingreso mensual	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Menos de \$340,00	86	22,64
De \$341,00 a \$1.000,00	226	59,47
De \$1001,00 a \$2000,00	68	17,89
Más de \$2.000,00	0	0
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 17. Pregunta 6



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

La mayoría de turistas que llegan al barrio de San Marcos tienen un sueldo mensual entre los \$341,00 a \$1.000,00 lo que se observa que las personas tienen un trabajo estable en donde ganan al menos el sueldo básico ecuatoriano, el cual pueda satisfacer los gustos y preferencias al momento de querer viajar a cualquier lugar.

Pregunta 7.- ¿Ha visitado anteriormente el barrio San Marcos?

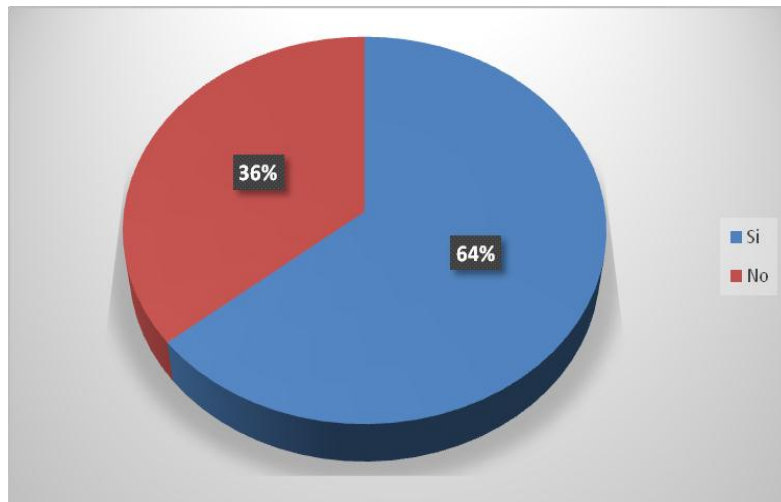
Tabla 9. Pregunta 7

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Sí	243	63,95
No	137	36,05
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 18. Pregunta 7



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Mediante los resultados se observa que la mayoría de los encuestados si ha visitado anteriormente el barrio de San Marcos por ser un lugar cercano al sector del centro histórico muy conocido por sus diferentes formas de distracción y ocio. Por lo que se observa una gran demanda dentro del sector.

Pregunta 7.1.- ¿Si su respuesta fue no en la pregunta 7, le gustaría visitar el barrio San Marcos?

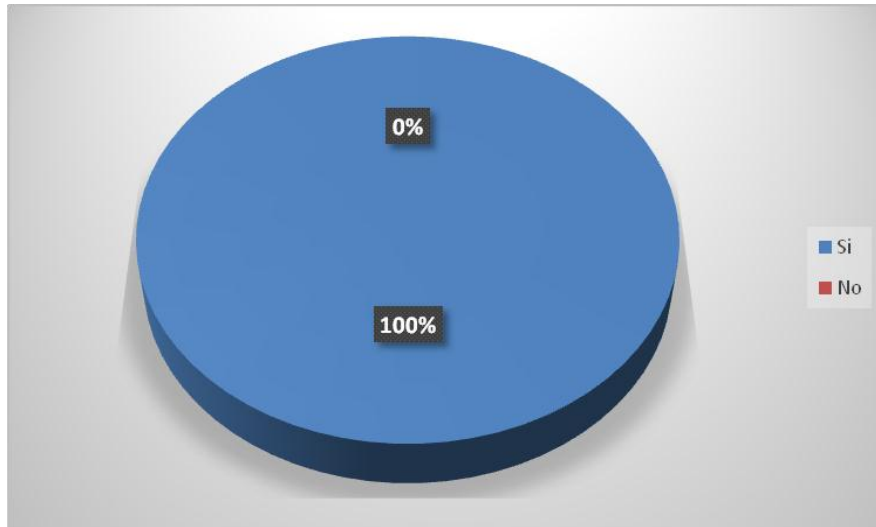
Tabla 10. Pregunta 7.1

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Sí	137	100
No	0	0
TOTAL	137	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 19. Pregunta 7.1



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

La totalidad de personas que respondieron que no conocen el barrio San Marcos, en esta pregunta responden que si lo desean conocer en otra ocasión por lo que les atrae todos los atractivos que ofrece el sector, por lo cual vendría a ser una oportunidad para el proyecto en dar a conocer un servicio de circuito turístico.

Pregunta 8.- ¿Cuáles son los motivos por lo que usted sale de su hogar para conocer nuevos sitios de su ciudad?

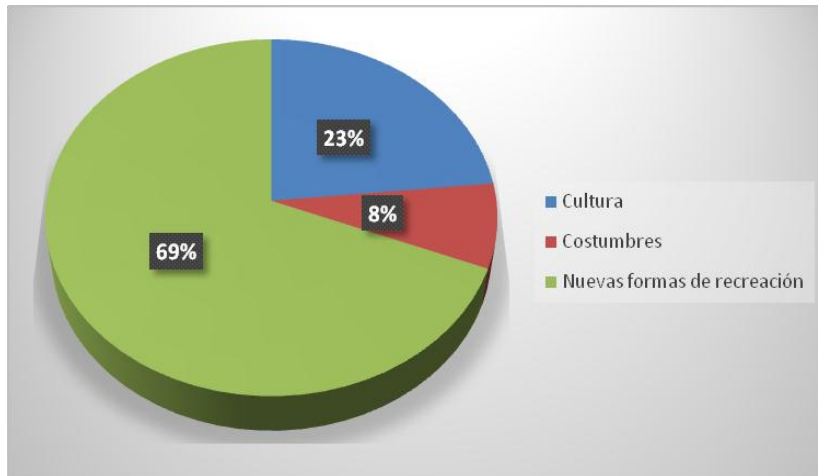
Tabla 11. Pregunta 8

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Cultura	89	23,42
Costumbres	29	7,63
Nuevas formas de recreación	262	68,95
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 20. Pregunta 8



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Por lo general los turistas que visitan el barrio San Marcos lo realizan con la finalidad de conocer nuevas formas de recreación de lo habitual ya sean solos o acompañados por lo cual ven al sector centro histórico como una alternativa para momentos de distracción, ocio y entretenimiento por sus restaurantes, bares, parques, museos, monumentos, etc.

Pregunta 9.- ¿Qué días serían los más convenientes para visitar el barrio San Marcos?

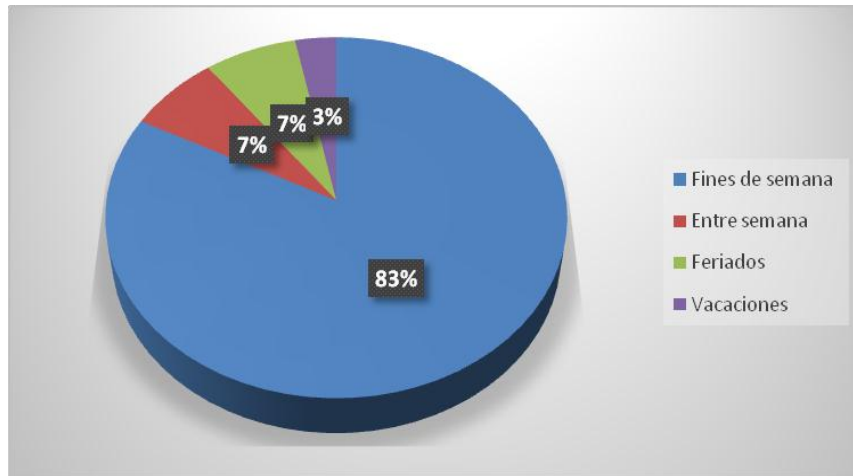
Tabla 12. Pregunta 9

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Fines de semana	314	82,63
Entre semana	27	7,10
Feridos	27	7,10
Vacaciones	12	3,17
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 21. Pregunta 9



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

En los resultados obtenidos por medio de la encuesta se encuentra que los días más convenientes para visitar el barrio San Marcos son los fines de semana ya que son días libres de trabajo y estudio por lo cual la personas puede darse el tiempo completo y gastar en diferentes atracciones que ofrece el barrio. Por lo que es de suma importancia tomar en cuenta estos días para la implementación del circuito turístico y así poder aprovechar la gran demanda que se suscita.

Pregunta 10.- ¿Cuántas horas estarían dispuestos en visitar el barrio San Marcos?

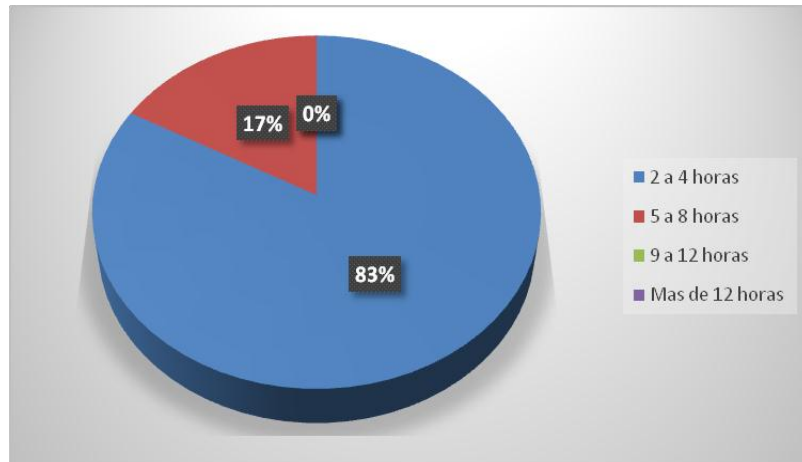
Tabla 13. Pregunta 10

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
2 a 4 horas	316	83,16
5 a 8 horas	64	16,84
9 a 12 horas	0	0,00
Más de 12 horas	0	0,00
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 22. Pregunta 10



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

El tiempo que estarían dispuestos en visitar al barrio de San Marcos por parte de las personas encuestadas están entre 2 a 4 horas las mismas que son lo suficiente para conocer para rincón de este sector por medio de un circuito turístico.

Pregunta 11.- ¿Con quién visitaría el barrio San Marcos?

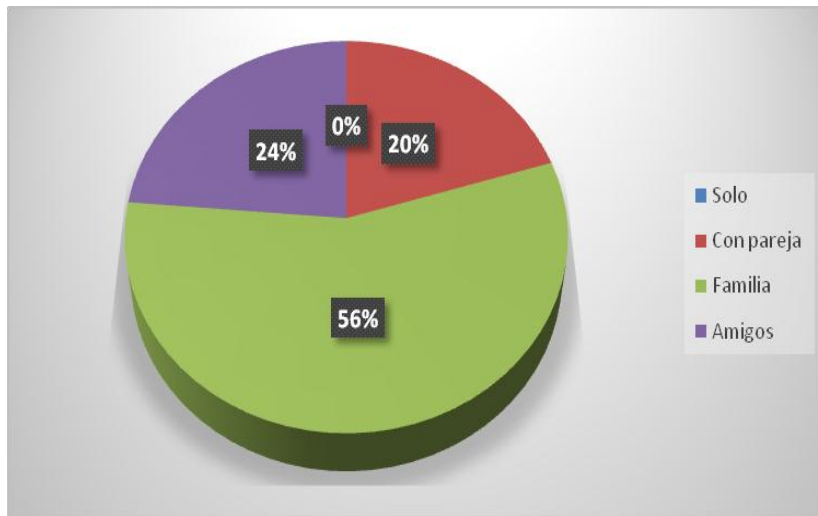
Tabla 14. Pregunta 11

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Solo	0	0,00
Con pareja	77	20,26
Familia	213	56,05
Amigos	90	23,69
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 23. Pregunta 11



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Por lo general los turistas que llegan al barrio San Marcos lo realizan conjuntamente con sus familiares ya que aprovechan las vacaciones para conocer nuevos lugares dentro de la ciudad de Quito aprovechando el tiempo libre que tienen. Por lo general una familia ecuatoriana tiene un promedio de 4 personas que la involucran por lo cual sería una oportunidad alta para trabajar con la demanda local.

Pregunta 12.- ¿Al llegar al barrio San Marcos, que actividades quisiera realizar?

Tabla 15. Pregunta 12

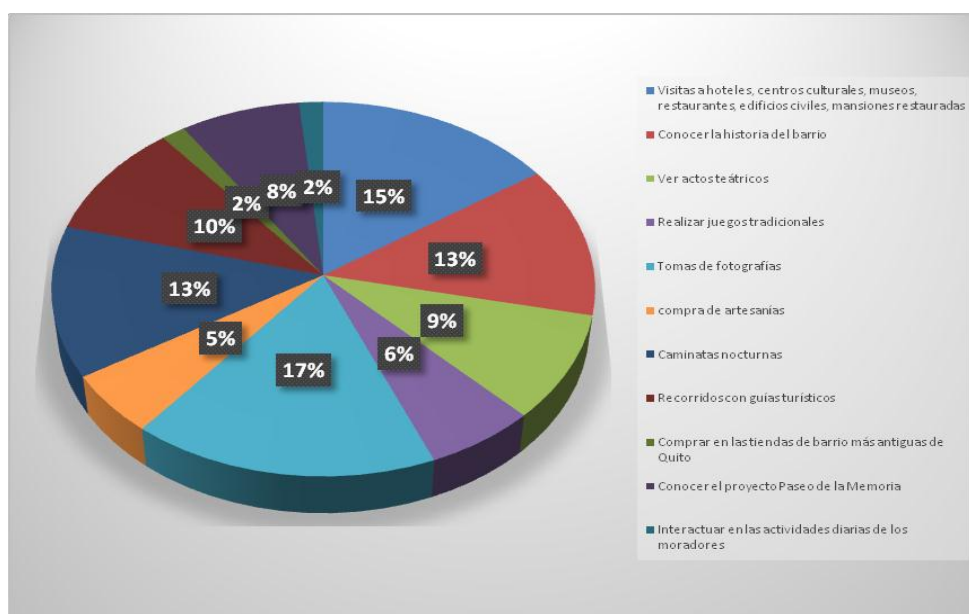
	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Visitas a hoteles, centros culturales, museos, restaurantes, edificios civiles, mansiones restauradas	200	15,36
Conocer la historia del barrio	170	13,06
Ver actos teátricos	120	9,22
Realizar juegos tradicionales	80	6,14
Tomas de fotografías	222	17,05
compra de artesanías	70	5,38
Caminatas nocturnas	170	13,06
Recorridos con guías turísticos	130	9,98
Comprar en las tiendas de barrio más	20	1,54

antiguas de Quito		
Conocer el proyecto Paseo de la Memoria	100	7,68
Interactuar en las actividades diarias de los moradores	20	1,54
TOTAL	1302	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 24. Pregunta 12



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Entre las actividades que desear realizar las personas que visitan el barrio San Marcos están las siguientes: tomas de fotografías, visitas a hoteles, restaurantes, museos, hoteles, conocer la historia del barrio y realizar caminatas nocturnas. Todas estas actividades se las debe tomar en cuenta para la implementación del circuito turístico ya que son las básicas para la satisfacción del turista y así poderlas ofrecer como servicios principales.

Pregunta 13.- ¿Qué tipo de servicios le gustaría que el barrio San Marcos posea?

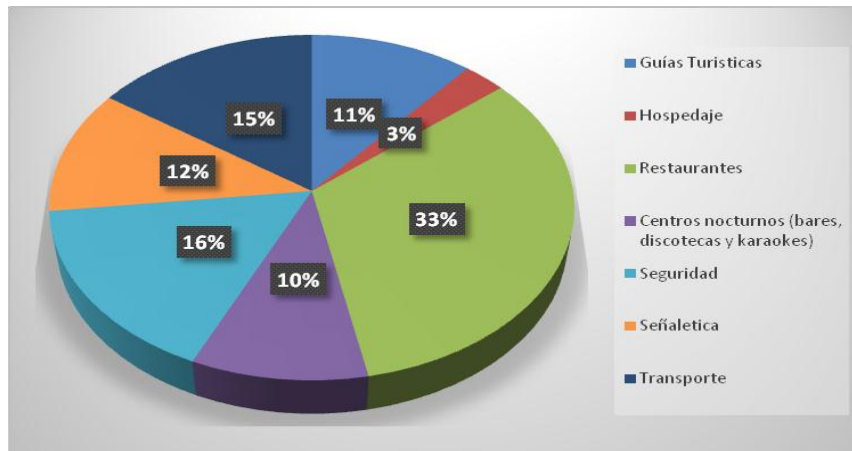
Tabla 16. Pregunta 13

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Guías Turísticas	42	11,05
Hospedaje	11	2,89
Restaurantes	125	32,89
Centros nocturnos (bares, discotecas y karaokes)	38	10,00
Seguridad	62	16,32
Señalética	44	11,58
Transporte	58	15,26
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 25. Pregunta 13



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

La mayoría de los encuestados manifestaron en sus respuestas de esta pregunta que el barrio San Marcos debe contar o mejorar los restaurantes, seguridad y el transporte por lo cual son servicios directos que pueden mejorar la presentación de los servicios.

Pregunta 14.- ¿Estaría dispuesto a visitar el barrio san Marcos en 1 día, incluyendo servicios de: alimentación, visitas de centros de diversión, visitas a lugares culturales, recorridos con guías turísticos?

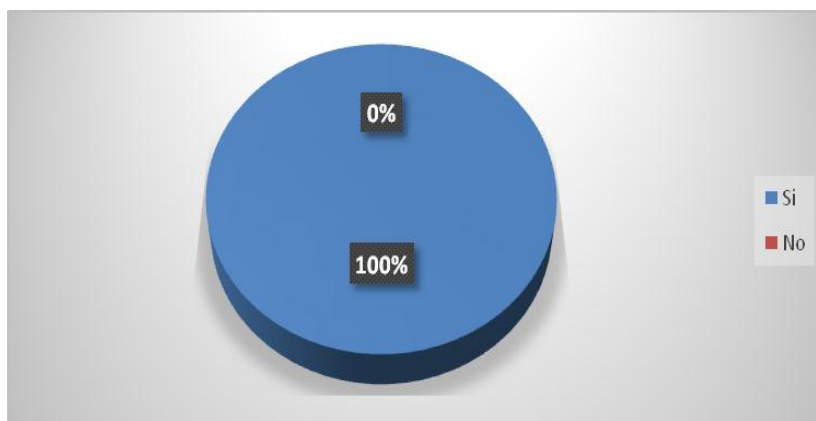
Tabla 17. Pregunta 14

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Sí	380	100
No	0	0
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 26. Pregunta 14



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

La mayoría de personas encuestadas contestaron en esta pregunta que si estarían de acuerdo en visitar el barrio San Marcos durante 1 día mediante un recorrido dentro de un circuito turístico en el cual incluya servicios de alimentación, , visitas de centros de diversión, recorridos con guías turísticos. Esta respuesta es de suma importancia al momento de diseñar el circuito turístico ya que la demanda potencial es alta y los servicios que desean deberían ser los principales al momento de ofertar el servicio turístico.

Pregunta 15.- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico mencionado en la pregunta 14?

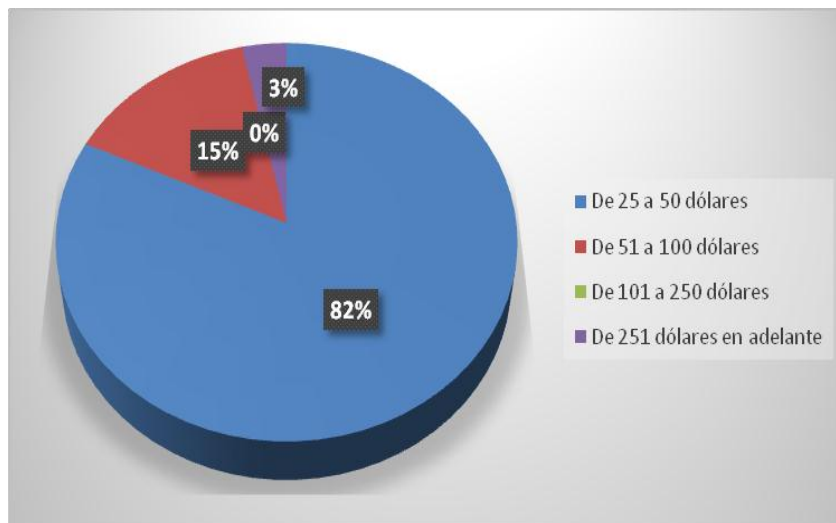
Tabla 18. Pregunta 15

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
De 25 a 50 dólares	311	81,84
De 51 a 100 dólares	56	14,74
De 101 a 250 dólares	0	0,00
De 251 dólares en adelante	13	3,42
TOTAL	380	100

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 27. Pregunta 15



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

La mayor parte de los encuestados manifiestan que estarían dispuestos a pagar por un circuito turístico dentro del barrio San Marcos con los servicios incluidos de la pregunta 14 un valor de 25 a 50 dólares, precio justificado por el mercado meta que está dirigido el proyecto (clase social bajo y medio).

Pregunta 16.- ¿De los siguientes medios de comunicación cuál es el que utiliza para conocer acerca de paquetes turísticos?

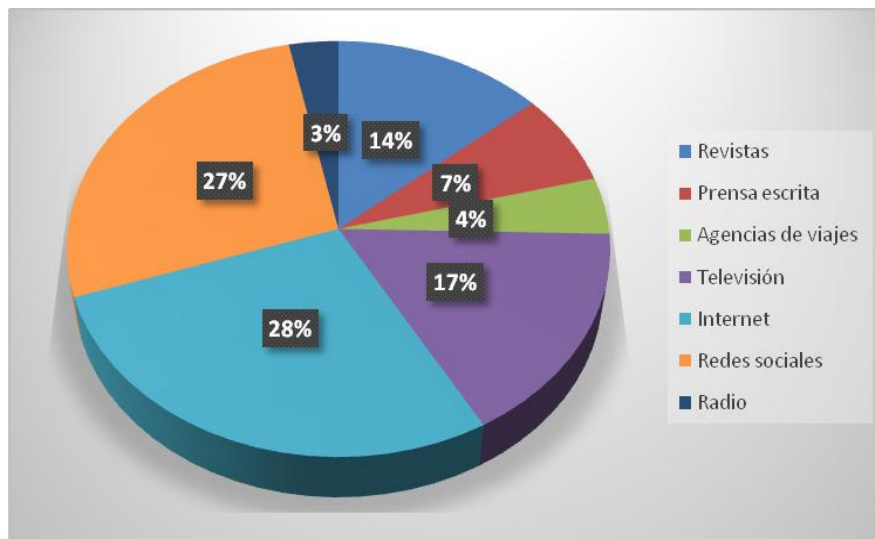
Tabla 19. Pregunta 16

	Frecuencia Absoluta	Porcentaje (%)
Revistas	128	13,76
Prensa escrita	67	7,20
Agencias de viajes	41	4,41
Televisión	153	16,45
Internet	260	27,96
Redes sociales	251	26,99
Radio	30	3,23
TOTAL	930	

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 28. Pregunta 16



Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

Análisis

Casi la totalidad de los encuestados dentro de esta pregunta manifiestan que los medios de comunicación que desearían conocer del presente proyecto sea por medio de: Internet, redes sociales y televisión por lo que se tendrían que poner énfasis en elaborar un plan de medios enfocados en estos y así aprovechar el uso de la tecnología para impactar los servicios ofertados en la mente de los posibles clientes.

3.5.2. Determinación del Perfil del Visitante

El estudio de campo (encuestas) realizado determinó las siguientes características del visitante:

Tabla 20. Perfil del Visitante

ASPECTOS	CARACTERÍSTICAS
Condición	Turista
Genero	Hombre y Mujer
Edad	Entre los 18 a 30 años
Nacionalidad	Nacionales (principalmente de la ciudad de Quito)
Nivel de instrucción	Superior
Clase social	Baja y Media
Motivación	Nuevas formas de recreación
Frecuencia de visita	Permanente (cada fin de semana)
Beneficios deseados	Buena alimentación, Seguridad, transporte e información turística.
Movilización	Transporte público y vehículo propio
Grupos	Soltero y amigos
Actividades turísticas preferidas	Tomas de fotografía, visitas a: hoteles, centros culturales, museos, restaurantes, mansiones restauradas y caminatas nocturnas.

Elaborado por: Gabriel Arguello

3.5.3 Aproximación de Ventas

Para el inicio de este proyecto se tendrá salidas de 1 vez por día contando con 4 guías pasantes de universidades de la carrera de turismo y nativos de la ciudad de Quito, por lo cual el movimiento de traslado y enseñanza de los atractivos turísticos del Barrio

San Marcos se tendrá como máximo la capacidad de atender a 60 personas durante 1 día.

Por lo detallado se tiene estimada la siguiente capacidad de oferta:

	Fin de semana	Mensual = 4 veces	Anual = 12 meses
1 salida	60	240	2.880

Elaborado por: Gabriel Arguello

Por lo cual se atenderán 2.880 personas anualmente dentro de la empresa que ofrecerá el circuito del barrio San Marcos.

El total de ventas proyectados para la empresa a crearse es de \$100.800 anual tomando en cuenta que el costo del servicio del circuito turístico es de \$35,00 (valor referencial a la encuesta pregunta 15) y con la estimación de 240 turistas mensuales promedio.

Una vez determinada la venta anual del primer año, es necesario proyectar la misma con el objeto de conocer el flujo de ventas durante los dos primeros años.

Para determinar los datos se tomó como base la aproximación de la venta del año 2015 y como índice de crecimiento el índice porcentual de la actividad económica OTROS SERVICIOS del PIB equivalente al 7,1% del año 2013 (durante el periodo de investigación, no existió en índice del año 2014) según datos del Banco Central del Ecuador.

Fórmula: $C_n = C_o (1 + i)^n$

En dónde;

C_n = Valor Futuro

C_o = Valor inicial

I = Tasa de crecimiento 7,1%

n = Numero de periodos

Tabla IV-21. Proyecciones de las ventas

AÑO	Proyección de ventas
2015	\$100.800
2016	\$107.957
2017	\$123.831
2018	\$152.124

Elaborado por: Gabriel Arguello

Fuente: Investigación de Campo

3.6. Análisis de la Oferta

La oferta está determinada por todos los establecimientos turísticos que se dedican a ofrecer servicios de hospedaje, alimentación y distracción ubicados en la parroquia Centro Histórico en el barrio San Marcos.

3.6.1. Estructura Empresarial u Organizacional

Según el (Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2013)

El sector del Centro Histórico de Quito es un centro tradicional de producción y oferta de bienes y servicios artesanales tradicionales, particularmente importantes para las clases populares. Dentro de este sector se encuentran diferentes actividades económicas como la relojería, sastrería, confitería, restaurantes, alojamiento, bares, artesanía, comercio de intermediación (prendas de vestir, materiales para la industria textil, aparatos electrodomésticos y alimentos). (pág.97)

Variable	Micro		Pequeña		Mediana		Grande		Total	
Establecimientos (Números)	7315	96.6%	213	2.8%	30	0.4%	14	0.2%	7572	100%
Empleo (personas)	13070	41.7%	4021	12.8%	2907	9.3%	11376	36.3%	31374	100%
Ingreso (millones de dólares)	715	36.9%	195	10.1%	335	17.3%	695	35.8%	1940	100%
Impuestos anuales (millones de dólares)	4.7	57.3%	1.4	17.1%	0.3	3.7%	1.8	22.0%	8.2	100%

Fuente: (INEC, 2013)

Entre los establecimientos económicos cercanos al circuito turístico propuesto están restaurantes los cuales sirven para degustar diferentes platos de comida ya sean típicos o tradicionales, centros artesanales los cuales ofrecen diferentes artesanías relevantes del Ecuador, hostales ofrecen los servicios de alojamiento para así el turista tenga una estadía confortable durante la visita del sector.

CAPITULO IV

DISEÑO DEL CIRCUITO SECTOR PLAZA CHICA Y SAN MARCOS (CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE QUITO)

4.1 Atractivos Turísticos

- Museo de Santa Catalina de Siena
- El Museo Manuela Saénz
- El Museo de Acuarela
- La Casa de la Danza
- Iglesia de San Marcos
- Centro Cultural La Cuchara de San Marcos

4.1.1 Descripción de Recursos Turístico Barrio San Marcos Museo de Santa Catalina de Siena.

El siguiente inventario de atractivos turístico está basado en el proceso especificado dentro de la guía metodológica del Ministerio de Turismo (2002), donde especifica la categoría, el tipo y el subtipo de los atractivos, ver Anexo 2.

Museo de Santa Catalina

Ilustración 1. Edificio de Santa Catalina de Siena Barrio San Marcos



Fuente: (In-Quito.com, 2010)

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Construcciones Históricas

Subtipo: Museo Religioso

Descripción del lugar

El Museo de Santa Catalina de Siena se encuentra localizado en la calle Espejo y Flores, hacia el oriente del Centro Histórico de Quito, a dos cuadras de la Plaza Grande, en sus inicios, el monasterio se ubicó en una casa comprada a don Antonio del Canal, un solar entre las plazas de San Francisco y Santa Clara. El traslado definitivo, al actual solar, se efectuó el 7 de julio de 1613. La historia de esta comunidad de Religiosas de la Orden de Predicadores, en Ecuador-Dominicos, constituye parte del Patrimonio Cultural de los quiteños. (Quito-Turismogob.ec, 2013).

CARACTERÍSTICAS	
Tipo	Construcciones Históricas
Dirección	Calle Espejo 799 y calle Flores, Centro Histórico de Quito.
Horarios de atención	El horario de atención del museo es de Lunes a viernes 08h30-17h00, sábado 08h30-12h30
Origen	Patrimonio Cultural de la Humanidad
Actividades dentro del lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de santos. • Exhibición de evidencias históricas • Exposición de los restos del Ex Presidente García Moreno
Elementos dentro del lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Pinturas • Cruces y Crucifijos • Jarrones antiguos • Galerías de arte barroco • Esculturas
Instalaciones	- El museo cuenta con instalaciones remodeladas, 2 pisos y 5 salas donde se exponen objetos relacionados con la historia del lugar.

Elaborado por: Gabriel Arguello

El Museo Manuela Sáenz

Ilustración 2. El Museo Manuela Sáenz.



Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Históricas

Subtipo: Museos Coloniales

Descripción del lugar

En la casa con estilo colonial se conservan objetos, esculturas, cuadros y documentos personales de ‘La libertadora del libertador’. El Museo Manuela Sáenz en Quito intenta rescatar un lado olvidado, perdido y subestimado de la historia de Independencia de la Corona Española en lo que actualmente es el territorio ecuatoriano, el lado de un personaje importante, tanto para el Libertador Simón Bolívar, como para el proceso de Independencia de América Latina: Manuela Sáenz, conocida también como “La Libertadora del Libertador”, título concedido por Simón Bolívar.

CARACTERÍSTICAS	
Tipo	Históricas
Dirección	El Museo Manuela Sáenz se encuentra en el Centro de Quito, en la calle Junín 709 y Montúfar.
Horarios de atención	El horario de atención es de Lunes a Viernes de 8h30 a 16h00 y Sábados de 10h00 a 14h00
Origen	Patrimonio Cultural de la Humanidad
Elementos dentro del lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Obras de arte, • Libros • Armas • Objetos personales de esta destacada mujer, de Simón Bolívar y de Antonio José de Sucre. • Correspondencia que la Libertadora mantuvo con el Libertador.
Instalaciones	- El museo se ubica en una mansión antigua del Centro Histórico de Quito. Consta de tres pisos con 11 diferentes salas de exhibición
Tarifas	- Los costos son accesibles, existen diferentes tarifas, estudiantes, nacionales y extranjeros.

Elaborado por: Gabriel Arguello

El museo de la Acuarela

Ilustración 3. El Museo de Acuarela



Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Realizaciones Artísticas contemporáneas

Subtipo: Museos

Descripción del lugar

El Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño está ubicado en el tradicional barrio de San Marcos, ocupa una de las pocas casas coloniales que se conservan hasta la actualidad en Quito. A finales del siglo XIX la casa fue utilizada como vivienda – taller por las pintoras Brígida y Gertrudis, hijas del reconocido artista Antonio Salas. Con el apoyo del Municipio Metropolitano de Quito y el impulso decidido del maestro Oswaldo Muñoz Mariño, el museo se inaugura el 25 de febrero de 2010. Mediante la permanente exposición de acuarelas y dibujos del Maestro Muñoz Mariño y otros artistas destacados en este lenguaje expresivo, el museo se ha convertido en un centro reconocido a nivel nacional e internacional de valoración de dichas técnicas y sus múltiples aplicaciones, contribuyendo así, al desarrollo integral de quienes lo visitan. Su Misión es propiciar el acercamiento a la acuarela y dibujo, entre jóvenes, adultos y personas con discapacidad. Actúa como una herramienta educativa con una visión no formal con talleres en acuarela. (Museo de la Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño , 2013)

CARACTERÍSTICAS	
Tipo	Realizaciones Artísticas contemporáneas
Dirección	Junín E2-27 y Ortiz Bilbao, San Marcos Quito Centro Histórico
Horarios de atención	Horario: Martes a Viernes de 9h00 a 17h00 Sábados, Domingos y feriados de 9h00 a 13h30
Origen	
Actividades dentro del lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones Culturales • Presentación de libros • Obras de Teatro • Conversatorios • Noches patrimoniales • Ciclo paseo nocturno • Presentación de Pinturas • Exposición de Grabados antiguos

Elaborado por: Gabriel Arguello

La casa de la danza

Ilustración 4. La Casa de la Danza



Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Realizaciones Artísticas contemporáneas

Subtipo: Museos

Descripción del lugar

La Fundación Casa de la Danza es una Institución de carácter no gubernamental y sin fines de lucro, creada mediante acuerdo Ministerial No 3800 de 23 de julio 1993 .La Casa de la Danza por más de 20 años viene desarrollando una labor pionera en el arte, la cultura y el desarrollo social que ha beneficiado a miles de personas fundamentalmente a los sectores más vulnerables y de manera particular a consolidado una labor a favor de la Mujer. (Casa de la Danza , 2011)

CARACTERÍSTICAS	
Tipo:	Realizaciones Artísticas contemporáneas
Dirección	Junín y Javier Gutiérrez (Parque de San Marcos – Centro Histórico)
Horarios de atención	Lunes a Sábados de 09:00 am – 12 pm
Origen:	Museo del centro Histórico
Elementos dentro del lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Obras artísticas. • Danza para la vida. • Noches Patrimoniales • Música, presentaciones en vivo de artistas • Exposiciones • Videos • Chocolate caliente con menta • Sándwiches • Pasteles • Chimenea relumbrante • Galería fotográfica
Instalaciones:	- En un ambiente de paz y alegría, en el centro histórico de Quito la Casa de la Danza dirigida por la reconocida maestra, coreógrafa y bailarina Susana Reyes, abre sus vacaciones con un innovador sistema dancístico que se fusiona con las artes. Un espacio donde los niños fomentaran su creatividad, autoestima y su vocación por la paz y la identidad.

Elaborado por: Gabriel Arguello

Iglesia de San Marcos

Ilustración 5. Iglesia de San Marcos



Fuente: (In-Quito.com, 2010)

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórica

Subtipo: Arquitectura (Religiosa)

Descripción del lugar

La iglesia de san marcos posee una pieza digna de admiración a lo largo de la historia, la estatua de la imagen de San José con el niño Jesús, la cual comprende una de las herencias religiosa-artísticas de los comuneros del sector. La iglesia se encuentra ubicada en el Centro Histórico, originalmente destinado para la población indígena. San Marcos es un tesoro que guarda iglesias, conventos, y mansiones que esperan a ser visitadas y admiradas. (El Comercio, 2011)

CARACTERÍSTICAS	
Tipo	Histórica
Dirección	La Iglesia de San Marcos se encuentra en las calles Junín y Javier Gutierrez, en el tradicional barrio de San Marcos, en el Centro Histórico de Quito.
Horarios de atención	La iglesia abre sus puertas todos los días a las 18:00 y los domingos 7:00, 10:00, 18;00
Origen	La Iglesia de la Parroquia de San Marcos data de 1547, se dice que es una de las más antiguas de Quito.
Elementos dentro del lugar	<ul style="list-style-type: none"> • El púlpito de la iglesia revela el ancestro de los parroquianos. • Imágenes del Padre Eterno, San Juan Evangelista, San Mateo, San Pedro, los niños Justo y Pastor, y la Virgen con el Niño en brazos. • Esculturas de un San José, un Calvario grande con el Cristo, la Magdalena y un San Diego, vestido con tela endurecida. • Santo patrón de la iglesia: San Marcos y al frente el Señor de la Caña.
Instalaciones	La iglesia se adorna con un pequeño parque que es el punto de encuentro de los vecinos. Su frontón, restaurado en el último siglo, muestra la influencia de las líneas neoclásicas, exhibiendo elegantemente un campanario en la base. El tejado de dos aguas mantiene su ambiente original. El interior de una sola nave muestra el retablo principal estructurado bajo el modelo barroco, el púlpito revela el ancestro de los parroquianos, la estatua de la imagen de San José con el niño Jesús, una pieza digna de admiración, entre otras comprenden la pequeña herencia religiosa artística de la iglesia parroquial de San Marcos.

Elaborado por: Gabriel Arguello

Centro Cultural La Cuchara de San Marcos

Ilustración 6. Centro Cultural La Cuchara de San Marcos



Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas

Subtipo: Galería

Descripción del lugar

El Centro Cultural “La Cuchara de San Marcos” es una propuesta sustentable, turística, cultural y ecológica en el tradicional barrio San Marcos, centro histórico de Quito. Galería de arte en la que cada semana se presenta una nueva propuesta cultural. Desde los días se exponen una colección de esculturas hechas con material reciclado. No se cuenta con una colección permanente, pero el Centro Cultural tiene una galería para exposiciones itinerantes del trabajo de artistas y artesanos vinculados a la propuesta de la Cuchara de San Marcos. (El Comercio, 2011)

CARACTERÍSTICAS	
Tipo	Realizaciones artísticas contemporáneas
Dirección	Jijón N3-121 y Manuel Jijon (en la cuchara al final de la junin), Quito, Pichincha
Horarios de atención	Lunes a Viernes de 8h30 a 16h00 y Sábados de 10h00 a 14h00
Origen	Patrimonio Cultural de la Humanidad
Elementos dentro del lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Cruces y crucifijos • Galería de Arte en Reciclaje • Joyas de Papel del taller de Arte en Reciclaje ECOVIVE • Botellitas y Origami colección de joyas de papel. • Libros para niños y adultos. • Cine para niños. • Exposiciones mensajes en una botella. • Juguetes elaborados con materiales reciclados.
Instalaciones	La cafetería cuenta con instalaciones de primera categoría, las cuales guardan todavía el estilo clásico de los viejos tiempos además se realizan exposiciones en la misma, y música en vivo.

Elaborado por: Gabriel Arguello

Tabla 22. Inventario del Circuito Turístico del Barrio San Marcos

ATRACTIVO TURÍSTICO	LOCALIZACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL LUGAR	LINEA DE AVENTURA	ELEMENTOS TURISTICOS	ACTIVIDADES TURISTICAS
Museo de Santa Catalina de Siena	Calle Espejo 799 y calle Flores, Centro Histórico de Quito.	El Museo de Santa Catalina de Siena se encuentra localizado en la calle Espejo y Flores, hacia el oriente del Centro Histórico de Quito, a dos cuadras de la Plaza Grande, en sus inicios, el monasterio se ubicó en una casa comprada a don Antonio del Canal, un solar entre las plazas de San Francisco y Santa Clara.	Histórico y Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Pinturas • Cruces y Crucifijos • Jarrones antiguos • Galerías de arte barroco • Esculturas 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de santos. • Exhibición de evidencias históricas • Exposición de los restos del Ex Presidente García Moreno

El Museo Manuela Sáenz.	El Museo Manuela Sáenz se encuentra en el Centro de Quito, en la calle Junín 709 y Montúfar.	En la casa con estilo colonial se conservan objetos, esculturas, cuadros y documentos personales de 'La libertadora del libertador. El Museo Manuela Sáenz en Quito intenta rescatar un lado olvidado, perdido y subestimado de la historia de Independencia de la Corona Española	Centro Histórico	<ul style="list-style-type: none"> • Obras de arte, • Libros • Armas • Objetos personales de esta destacada mujer, de Simón Bolívar y de Antonio José de Sucre. • Correspondencia que la Libertadora mantuvo con el Libertador. 	
Museo de acuarela	Junín E2-27 y Ortiz Bilbao, San Marcos Quito Centro Histórico	Mediante la permanente exposición de acuarelas y dibujos del Maestro Muñoz Mariño y otros artistas destacados en este lenguaje expresivo, el museo se ha convertido en un centro reconocido a nivel nacional e internacional de valoración de dichas técnicas y sus múltiples aplicaciones, contribuyendo así, al desarrollo integral de quienes lo visitan.	Centro Histórico		<ul style="list-style-type: none"> • Actividades Culturales • Presentación de libros • Obras de Teatro • Conversatorios • Noches patrimoniales • Ciclo paseo nocturno • Presentación de Pinturas • Exposición de Grabados antiguos

Casa de la Danza	Junín y Javier Gutiérrez (Parque de San Marcos – Centro Histórico)	La Casa de la Danza por más de 20 años viene desarrollando una labor pionera en el arte, la cultura y el desarrollo social que ha beneficiado a miles de personas fundamentalmente a los sectores más vulnerables y de manera particular a consolidado una labor a favor de la Mujer		<ul style="list-style-type: none"> • Obras artísticas. • Danza para la vida. • Noches Patrimoniales • Música, presentaciones en vivo de artistas • Videos • Chocolate caliente con menta • Sándwiches • Pasteles • Chimenea relumbrante • Galería fotográfica 	
Iglesia de san marcos	Calle Espejo y calle Flores, Centro Histórico de Quito.	La iglesia de san marcos posee una pieza digna de admiración a lo largo de la historia, la estatua de la imagen de San José con el niño Jesús, la cual comprende una de las herencias religiosa-artísticas de los comuneros del sector.		<ul style="list-style-type: none"> • El púlpito de la iglesia revela el ancestro de los parroquianos. • Imágenes del Padre Eterno, San Juan Evangelista, San Mateo, San Pedro, los niños Justo y Pastor, y la Virgen con el Niño en brazos. • Esculturas de un San José, un Calvario grande con el Cristo, la Magdalena y un San Diego, vestido con tela endurecida. 	
Centro Cultural La Cuchara de San Marcos	Flores y Junín, Detrás de la Plaza de Santo Domingo	El Centro Cultural “La Cuchara de San Marcos” es una propuesta sustentable, turística, cultural y ecológica en el		<ul style="list-style-type: none"> • Cruces y crucifijos • Galería de Arte en Reciclaje • Joyas de Papel del taller de Arte en Reciclaje 	

		<p>tradicional barrio San Marcos, centro histórico de Quito. Galería de arte en la que cada semana se presenta una nueva propuesta cultural.</p>		<p>ECOVIVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Botellitas y Origami colección de joyas de papel. • Libros para niños y adultos. • Cine para niños. • Exposiciones mensajes en una botella. • Juguetes elaborados con materiales reciclados. 	
--	--	--	--	---	--

Elaborado por: Gabriel Arguello

4.2 Objetivo del Circuito turístico

Impulsar el turismo como una actividad que mejore las capacidades y potencialidades de la comunidad, garantizando los derechos de los recursos culturales y promoviendo un ambiente sano y sustentable en el barrio de San Marcos, estableciendo un sistema económico social, solidario y sostenible, asegurando el futuro de las nuevas generaciones para alcanzar el BUEN VIVIR.

4.3 Actividades turísticas principales y complementarias

Actividades turísticas principales:

- Asistir a las fiestas Tradicionales de la comunidad
- Degustar de la comida típica
- Visitas de los museos del Barrio San Marcos
- Visitar los Centros Culturales existentes
- Aprender sobre la elaboración de artesanías
- Visitar los lugares de comidas típicas del sector
- Aprender sobre la cuchara de San Marcos y su Historia
- Conocer la Historia del ex presidente García Moreno
- Conocer la historia de la fundación del Barrio San Marcos

Actividades turísticas complementarias:

- Disfrutar de los atardeceres más espectaculares que nos brinda la ciudad de Quito.
- Degustación de la comida típica, y nuevos platos vegetarianos
- Degustación de licores y cócteles de sabores así como cervezas propias y extranjeras
- Participación en juegos típicos

- Participar en rituales de purificación

4.4 Diseño del Circuito Turístico en el barrio de San Marcos

4.4.1 Itinerario

Tiempo de recorrido: 6 horas y 20 minutos

Personal a cargo: Guía Turístico (pasante de la especialidad de turismo)

08:45	Concentración en la Plaza Chica
9:10 – 10:10	Museo de Santa Catalina de Siena
10:20 - 11:20	Museo Manuelita Sáenz
11:30 – 12:30	Museo de Acuarela
12:45 – 13:45	Casa de la Danza
14:00 – 15:00	Iglesia de San Marcos
15:15 – 16:15	Centro Cultural la Cuchara de San Marcos

4.4.2 Lugares a visitar

1. Museo de Santa Catalina de Siena

Tiempo de visita: 60 minutos

Descripción de las actividades a realizar

- Llegada al Museo de Santa Catalina de Siena
- Recorrido por las instalaciones.
- Fotos turistas de los atractivos y de los cuadros que caracterizan el museo.
- Caminata y relato de la historia del origen del museo.

- Escuchar el relato del ocultamiento de los restos del ex presidente García Moreno.

2. Museo Manuelita Saenz

Tiempo de visita: 60 minutos

Descripción de las actividades a realizar

- Observar Obras de arte,
- Leer Libros,
- Observar Armas y
- Conocer objetos personales de esta destacada mujer, de Simón Bolívar y de Antonio José de Sucre.

3. Museo de Acuarela

Tiempo de visita: 60 minutos

Descripción de las actividades a realizar

- Actividades Culturales
- Presentación de libros
- Observar obras de Teatro
- Realizar conversatorios
- Información patrimonial
- Realizar ciclo paseo
- Presentación de Pinturas
- Exposición de Grabados antiguos

4. Casa de la Danza

Tiempo de visita: 60 minutos

Descripción de las actividades a realizar

- Observar obras artísticas.
- Ver danza para la vida.
- Información Patrimoniales
- Escuchar música, presentaciones en vivo de artistas
- Observar exposiciones culturales

- Ver videos
- Degustar de chocolate caliente con menta
- Degustar sándwiches
- Degustar pasteles
- Ver chimenea relumbrante
- Observar galería fotográfica

5. Iglesia de San Marcos

Tiempo de visita: 60 minutos

Descripción de las actividades a realizar

- Recorrido por las instalaciones de la iglesia
- Tomar fotos del lugar y de la plaza. Con su monumento dirigido al divino niño.
- Conocimiento de las historias que han dado vida a la historia
- Escuchar la misa que dura aproximadamente 45 minutos.

6. Centro cultural La Cuchara de San Marcos.

Tiempo de visita: 60 minutos

Descripción de las actividades a realizar

- Llegada al centro Cultural la Cuchara de San Marcos
- Observar exposición de cruces y crucifijos
- Observar exposición de Joyas de Papel del taller de Arte en Reciclaje ECOVIVE
- Observar botellitas y origami colección de joyas de papel.
- Lectura de Libros para niños y adultos.
- Tomar fotos de las iglesias y capillas

4.4.3 Diseño del Circuito Turístico del Barrio San Marcos en el Centro Histórico de Quito

Llegada a la Plaza Chica, y presentación con el guía turístico, entrega de folletos informativos del circuito que se va a llevar a cabo dirigirse al café El Toro Rojo para degustar de un exquisito desayuno de la zona, para luego dirigirse con una caminata hasta llegar Museo de Santa Catalina de Siena, una vez allí se procederá a realizar turismo cultural e histórico aquí se visitará los atractivos donde se podrá mirar cuadros estatuas pinturas y demás. En 1 hora.

Nombre del lugar 1: Museo de Santa Catalina de Siena

Duración: 60 minutos

Carácter: Historia cultural

Dificultad: Moderado

Mercado Objetivo: Turista Nacional y Extranjero

Recorrido: Oficina central del circuito (Plaza Chica)

Itinerario.

1 Hora

09:10 – 09:20	Entrada al museo
09:25 - 09:40	Recorrido por el museo
09:45 – 10:10	Degustación del arte contemporáneo del lugar

Atractivos

- Cuadros
- Paisajes
- Monumentos
- Crucifijos

Actividades

- Fotografía
- Caminata
- Recorridos
- Charlas Informativas

Nombre del lugar 2: Museo Manuelita Saenz

Duración: 60 minutos

Carácter: Historia – Cultural

Dificultad: Moderado

Mercado Objetivo: Turista Nacional y Extranjero

Recorrido: Plaza Chica

Llegada al museo en donde se puede cancelar la tarifa básica y observar todos los atractivos del lugar, este lugar rescata un lado olvidado y periodo de la historia de la Independencia de la Corona Española.

Itinerario.

1 Hora

10:20 – 10:35	Entrada al museo
10:35 - 10:55	Recorrido por el museo
11:00 – 11:20	Charla con los guías

Atractivos

- Obras artísticas
- Documentos
- Armas
- Objetos personales de Manuelita Sáenz, Simón Bolívar y de Antonio José de Sucre.
- Correspondencia original de Manuela Sáenz hacía con el Libertador

Actividades

- Caminata
- Fotografías
- Conocimientos
- Charlas informativas

Nombre del lugar 3: Museo de Acuarela

Duración: 60 minutos

Carácter: Historia – Cultural

Dificultad: Moderado

Mercado Objetivo: Turista Nacional y Extranjero

Recorrido: Plaza Chica

Exposición de acuarelas y dibujos del Maestro Muñoz Mariño y otros artistas destacados en este lenguaje expresivo, el museo se ha convertido en un centro reconocido a nivel nacional e internacional de valoración de dichas técnicas y sus múltiples aplicaciones.

Itinerario.

1 Hora

11:30 – 11:35	Entrada al museo
11:40 - 12:10	Recorrido por el museo
12:15 – 12:30	Charla con los exponentes

Atractivos

- Manifestaciones Culturales
- Libros educativos
- Obras de Teatro
- Información documental

- Información patrimonial
- Ciclo paseo
- Pinturas de la época colonial
- Grabados antiguos

Actividades

- Caminata
- Fotografías
- Conocimientos
- Charlas informativas

Nombre del Lugar 4: Casa de la Danza

Duración: 60 minutos

Carácter: Historia – Cultural

Dificultad: Moderado

Mercado Objetivo: Turista Nacional y Extranjero

Recorrido: Barrio de San Marcos en el Centro Histórico de Quito

Llegada al Barrio de San Marcos, visita la casa de la Danza en el barrio de San Marcos, donde se el cliente puede experimentar nuevas alternativa de arte en 1 hora y media en las actividades de turismo, el guía brindara toda la información necesaria para que el turista satisfaga sus interrogantes.

Itinerario.

1 Hora

- | | |
|----------------------|--|
| 12:45 – 13:00 | Entrada y recorrido a la casa de la Danza |
| 13:10 - 13:35 | Toma de fotos de las exposiciones de la casa de la danza |
| 13:35 – 13:45 | Información del arte contemporáneo del lugar |

Atractivos

- Estatuas del Divino niño
- Pinturas del san José del gran poder
- Esculturas que datan del siglo XVII

Actividades

- Fotografía
- Caminata
- Recorridos

Nombre del lugar 5: Iglesia de San Marcos

Duración: 60 minutos

Carácter: Historia – Cultural

Dificultad: Moderado

Mercado Objetivo: Turista Nacional y Extranjero

Recorrido: Plaza Chica

Llegada a la parroquia Barrio San Marcos, visita a la Iglesia de San Marcos, posteriormente los turistas pueden disfrutar de la misa que el párroco brinda para toda la comunidad, así como entretenerse mirando los atractivos de la zona teniendo como tiempo máximo 1 hora y media en las actividades de turismo, disfrutando de los paisajes.

Itinerario

60 minutos

14:00 – 14:30	Misa de la parroquia
14:30 – 14:45	Toma de fotos de los monumentos de la iglesia y de la plaza donde se encuentra el divino niño
14:45 – 15:00	Descanso y zona de esparcimiento con los comuneros

- Plazas

Actividades

- Fotografía
- Caminata
- Recorridos

Dentro del circuito turístico dentro del barrio San Marcos se deberán tomar en cuenta las siguientes reglas:

Servicios que se incluyen

- Transporte durante recorrido: Buseta
- Alimentación desayuno plato típico de la zona
- Guianza: Guía líder

Servicios que no se incluyen

- Comidas no especificadas
- Bebidas extras
- Gastos personales
- Adquisición de objetos del lugar

Qué llevar

- Documentación personal cédula y registros de que es cliente.
- Cámara fotográfica
- Filmadora
- Celular
- Ropa cómoda y abrigada según el sector

Qué no llevar

- Bebidas Alcohólicas
- Sustancias psicotrópicas y nocivas peligrosas para la salud humana
- Armas blancas y de fuego

Tamaño de grupo: Grupo diseñado para 60 personas para 4 guías

Tabla 23. Paquetes Turísticos de corredor turístico

Circuito Turístico		
Paquetes		Lugares Turísticos
Paquete	7 horas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Museo de santa Catalina de Siena ➤ Museo Manuelita Sáenz ➤ Museo Acuarela ➤ Casa de la Danza ➤ Iglesia de San Marcos ➤ Centro Cultural la Cuchara de San Marcos

Elaborado por: Gabriel Arguello

4.5 Mapa del circuito



Elaborado por: Gabriel Arguello

4.6 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS DE LA EMPRESA

Para el presente proyecto se utilizarán los siguientes recursos:

Infraestructura

Las actividades económicas del circuito turístico van a estar situadas en un stand publicitario ubicado en la Plaza Chica del Centro Histórico de la ciudad de Quito.

RRHH

El talento humano que necesita el circuito turístico debe tener conocimientos dentro del área de turismo, historia, cultura colonial específicamente de la ciudad de Quito.

RR.HH	Cantidad	Sueldo Mensual \$	Sueldo Anual \$
Gerente	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Guías Turísticos	2	\$ 450,00	\$ 10.800,00
TOTAL	3	\$ 1.050,00	\$ 18.000,00

Elaborado por: Gabriel Arguello

El aspecto llamativo que va a tener el personal dentro del circuito turístico es el uniforme que van a utilizar ya que va a ser bajo trajes típicos de la época colonial, con el fin de realzar la cultura de la ciudad.

Tecnológicos

Los equipos tecnológicos utilizados dentro de las actividades empresariales del circuito turístico son:

Detalle	Cantidad	Valor Unitario \$	Valor Total \$
Computador Dual Core Mem. 3 gb 500 gigas de disco duro	2	500,00	1.000,00

Impresora Canon MP250 multifuncional	2	115,00	115,00
Teléfono Panasonic KX-TG4023	1	30,00	30,00
TOTAL			1.145,00

Elaborado por: Gabriel Arguello

4.7 MERCADEO DE LA RUTA

Se estructura las directrices de mercadeo con base en el mix de marketing: producto o servicio, precio, distribución y canales de comunicación.

La primera variable ya fue descrita anteriormente, continuamos con las otras.

4.7.1 Precio

El precio representa la cantidad de dinero por la que la empresa está dispuesta a ofrecer su servicio o producto comercializado. Por tanto, a pesar de tratarse de la variable del marketing mix más fácil y rápida de modificar, es una de las herramientas claves de la empresa. El motivo reside en que al fijar el precio hay que tener en cuenta los costes de producción, comercialización y distribución del servicio. Además, el precio se le puede considerar como un indicador de efectividad, particularmente cuando no existen otro tipo de medidas. Por ejemplo, es muy raro que las tiendas que venden productos de gama alta y están situadas en una zona exclusiva, hagan rebajas o promociones especiales, ya que eso dañaría su imagen de exclusividad.

Objetivo

Atraer al segmento objetivo mediante precios acorde a la capacidad adquisitiva a fin de empezar a posicionarse como una alternativa de diversión.

Estrategia

- Posicionar al circuito turístico por el precio que responde al servicio de calidad de los establecimientos.

- Crear políticas de flexibilidad para manejo de promociones y descuentos acorde a los establecidos por la competencia.

Fijación de precio

De acuerdo a la investigación de campo realizada, el precio establecido por la prestación de servicios por turista se fijara en (50 USD turistas nacionales y \$90 turistas extranjeros) por persona, mismo que para niños y adultos mayores tendrá un descuento permanente del 50%.

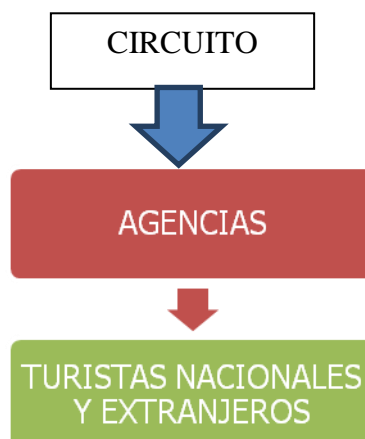
4.7.2 Distribución

La distribución se puede entender como la expresión interna y externa que permite establecer el vínculo físico entre la entidad y sus mercados de tal manera que permita la compra de sus productos o servicios. Como parte de las estrategias se pueden establecer los siguientes:

Objetivos

- Generar mayores oportunidades de usuarios que adquieran los servicios.
- Lograr que el consumidor o usuario cuente con mayor accesibilidad en adquirir los productos o servicios, obteniendo información o asistencia técnica.

4.7.3 Canal de distribución



Para el presente proyecto se utilizara un canal indirecto, este tipo de canal se establece con la particularidad de que la empresa Circuito Turístico comercializa un servicio con el apoyo de diferentes agencias turísticas ubicadas en la ciudad de Quito (alianzas estratégicas). La mayor parte de los servicios serán ofertados a través de este tipo de canal.

3.7.3.1. Cobertura

La Cobertura de Mercado apunta a tener una mayor o menor amplitud de puntos de venta en un sector determinado. La creación de la ruta turística en el barrio de San marcos ubicado en el Centro Histórico de Quito, se establecerá con una cobertura a nivel local y nacional ya que se espera la visita de visitantes tanto nacionales como extranjeros.

4.7.4 Promoción

Según el estudio de mercado la principal herramienta que se utiliza para la promoción del proyecto CIRCUITO TURISTICO es la tecnología a través del internet, redes sociales como Facebook y twitter.

La tecnología y el Internet se encuentran a nivel mundial lo que beneficia con la promoción del proyecto en niveles internacionales favoreciendo la visita de extranjeros al centro histórico de Quito para disfrutar de la belleza colonial con la que cuenta el país y por supuesto a nuestro proyecto.

La promoción del Circuito Turístico en el barrio de San Marcos en el Centro histórico de Quito, consiste en informar, comunicar, incluyendo siempre las características, atributos, recursos culturales y las historias del viejo Quito, que se ofrece a los turistas, así como también persuadir, motivar e inducir a la prestación de un turismo cultural e histórico.

Objetivos

- Generar expectativa antes de la apertura del nuevo Circuito Turístico
- Comunicar los servicios que se ofrece la empresa dentro del barrio San Marcos, en el período de un mes a partir de su inauguración
- Promover el uso de una página web por medio de publicidad directa estableciendo los principales productos y servicio de los recursos con los que cuenta el circuito turístico.

Campaña de lanzamiento y apertura

Dentro de la empresa es necesario el diseño de una campaña publicitaria para dar a conocer toda la oferta de servicios y productos del circuito turístico. Estas se desarrollaran en dos etapas: la primera es de expectativa y tendrá una duración de 45 días antes de abrir el circuito turístico y la segunda será la inauguración, donde se presentaran los productos y servicios turísticos. La segunda etapa tendrá una duración de hasta 60 días después de la apertura.

El medio a utilizar es el correo directo, además de la utilización de las redes sociales que permitan una expansión del servicio a nivel local, nacional y extranjero.

Incentivar interés de visita

Para que las personas tengan conocimiento de los servicios que ofrece el circuito turístico se deberá realizar caminatas por el barrio. Se diseñara una campaña BTL (*Below The Line*) para dar a conocer el nuevo Circuito Turístico. El evento debe en concentrarse ligado a los recursos históricos como son (hoteles, centros culturales, museos, restaurantes, edificios civiles, mansiones restauradas del barrio San Marcos), los mismos que a través de un guía brindara de los conocimientos necesarios de la historia de cada uno de los lugares visitados.

Las visitantes que deseen acceder a este programa lo podrán hacer registrando sus datos a través de la página web o en la oficina central del parque Plaza Chica para inicio del recorrido se verificarán los datos de cada participante.

El objetivo principal es que la gente conozca la existencia de los lugares emblemáticos que posee el centro histórico de Quito y especialmente el barrio de San Marcos, la

empresa y cuál es su principal atractivo mediante la demostración de la circuito para que empiecen a visitarla frecuentemente.

Página Web

Al ser el centro histórico considerado como Patrimonio de la Humanidad y el barrio de San Marcos uno de los más emblemáticos del sector es posible incentivar el uso de la página web através del envío de correo tradicional, tarjetas virtuales, a una base de potenciales clientes dentro de la ciudad, la provincia y nivel nacional e internacional.

La tarjeta contendrá la leyenda “la historia del barrio los lugares emblemáticos” así como los servicios y productos del circuito y el enlace de acceso al sitio wb para que puedan admirar de la belleza del lugar así como los servicios y productos del circuito. Se deben definir los beneficios a los que tienen derecho los turistas fundadores, estos deben estar especificados en el material impreso que se envíe junto con la tarjeta virtual.

Campañas digitales

La empresa para las campañas digitales utilizara plataformas, página web y las redes sociales de los recursos turísticos del Circuito Turístico, utilizando herramientas digitales como link que permita acceder a la página de la empresa. Los clientes que ingresen podrán realizar reservas y acceder a descuentos para visitas grupales y otro tipo de beneficios que se diseñen de acuerdo a cada campaña. Las campañas digitales se llevaran a cabo periódicamente para ofrecer al cliente variados servicios.

Tabla 24. Estrategia de Comunicación

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD					
POLÍTICA	ESTRATEGIA	ACCIÓN	TIEMPOS	PRESUPUESTO	INDICADORES DE GESTIÓN
Informar de la existencia de un circuito turístico	Campaña de lanzamiento y promoción del circuito	Diseño y producción de material de promoción	3 meses	\$200,00	Número de turistas locales, nacionales y extranjeros
Generar prestación de servicios de calidad	Establecer sistemas de mantenimiento en el lanzamiento de la campaña	Activación de las actividades turísticas en la localidad y a nivel nacional y extranjero	2 mes	\$200	Número de ventas por mes
Incentivar el uso de la tecnología y la	Dar a conocer los servicios y beneficios del circuito turístico	Promover las campañas principalmente dentro de redes sociales y la	1 mes	\$300	Número de contratación del servicio turístico a

página web		web, indicando posibles promociones y descuentos			través de medios web
TOTAL				\$700,00	

Elaborado por: Gabriel Arguello

4.8. Análisis Financiero

4.8.1. Ingresos

BASE INVESTIGACION	1.750.641,00	TURISTAS
MERCADO POTENCIAL	32,00%	Población Económicamente Activa
MERCADO POTENCIAL	560.205	HABITANTES
3,95%	Porcentaje de personas que han visitado anteriormente el barrio San Marcos	
358.251	CLIENTES POTENCIALES	
0,01%	FRECUENCIA DE VISITA	(VER FRECUENCIA)
32	VISITA DE FIN DE SEMANA	
129	VISITA MENSUAL	
0,03%	CONSUMO MES	
90	VISITA MENSUAL	
25 A 50 dolares	PRECIO QUE LA GENTE ESTA DISPUESTO A PAGAR	
35,00	PRECIO PROMEDIO	
7.648,66	INGRESOS MENSUALES	

Ingresos anuales: \$ 91.784,00

4.8.2. Costos

El costo de cada servicio es de:

	COSTO PROMEDIO	\$ 20,00
# PAQUETES TURISTICOS		219
COSTO VENTAS MES		\$ 4.370,66

Costo Anual: \$ 52.447,97

4.8.3. Gastos

Gastos fijos

Descripción	Precio Unitario	Precio Total	Fuente	Tipo de gasto
Arriendo del local	\$ 300,00	\$ 300,00	Dueños del local	Corriente
Publicidad	\$ 700,00	\$ 700,00	Empresa Creativa	Corriente
Suministros de oficina	\$ 60	\$ 60,00	Paco	Corriente
Luz	\$ 50,00	\$ 50,00		Corriente
Agua	\$ 30,00	\$ 30,00		Corriente
Teléfono	\$ 30,00	\$ 30,00		Corriente
Imprevistos	\$ 75,00	\$ 75,00		Corriente
		\$ 1.245,00		

Gastos Sueldos

Descripción	Precio Unitario	Precio Total	Fuente	Tipo de gasto
1 gerente	\$ 500,00	\$ 500,00	Ministerio de Trabajo	Corriente
2 guías turísticos	\$ 450,00	\$ 900,00	Ministerio de Trabajo	Corriente

DECIMO CUARTO	\$ 40,00
DECIMO TERCERO	\$ 116,67
FONDOS DE RESERVA	\$ 116,67
PAGO IESS	\$ 156,10
TOTAL SUELDOS	\$ 1.829,43

4.8.4. Flujo de Caja

MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
INGRESOS/ VENTAS	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66	\$ 7.648,66
COSTOS	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66	\$ 4.370,66
GASTOS													
Fijos	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00	\$ 1.245,00
Sueldos	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43	\$ 1.829,43
FLUJO DE CAJA	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56	\$ 203,56
													flujo anual \$ 2.442,78

Año	Flujo Caja
1	\$ 2.442,78
2	\$ 2.564,92
3	\$ 2.693,16
4	\$ 2.827,82
5	\$ 2.969,21

Para el cálculo de las proyecciones: El 5% de tasa de crecimiento de desarrollo empresarial Ecuador

4.8.5. VAN

AÑO	Flujo Caja	Factor V.A.	V.A.
INVERSION INICIAL	(1.670,50)		-\$ 1.670,50
1	2.442,78	0,8929	\$ 2.181,05
2	2.564,92	0,7972	\$ 2.044,74
3	2.693,16	0,7118	\$ 1.916,94
4	2.827,82	0,6355	\$ 1.797,13
5	2.969,21	0,5674	\$ 1.684,81
	Valor Actual Neto		\$ 7.954,17

		1	2	3	4	5
Valores Presente de cada período:	(1.671)	2.181	2.045	1.917	1.797	1.685
Valor presente Acumulado		2.181	4.226	6.143	7.940	9.625

4.8.6. TIR

TIR	149,29%		
Año	Flujo Caja	Factor V.A.	V.A.
Inversión inicial	-\$ 1.670,50		-\$ 1.670,50
1	\$ 2.442,78	0,4011	\$ 979,89
2	\$ 2.564,92	0,1609	\$ 412,72
3	\$ 2.693,16	0,0645	\$ 173,84
4	\$ 2.827,82	0,0259	\$ 73,22
5	\$ 2.969,21	0,0104	\$ 30,84
	Valor Actual Neto		\$ 0,00

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

Con los resultados establecidos dentro de la investigación desarrollada y complementando los objetivos formulados, es concerniente la presentación de las principales conclusiones de carácter teórico y práctico referidas a la problemática objeto de estudio:

- La mayor parte del mercado objetivo para el presente proyecto se centra en personas entre una edad de 18 a 30 años, con un nivel de estudio Superior, con un estado civil soltero y un ingreso mensual entre \$340 a \$1000.
- Las personas que visitan el barrio San Marcos provienen de un segmento de turistas nacionales pero la gran mayoría de ellos pertenecen de la ciudad de Quito.
- Existe un gran interés en visitar y conocer cada uno de los atractivos turísticos del barrio San Marcos por parte de los turistas que no han visitado.
- Los motivos que tiene los turistas para salir de sus hogares se centran en conocer nuevas formas de recreación y ocio.
- El tiempo disponible para quedarse en el barrio San Marcos conociendo es de 2 – 4 horas.
- Las actividades primordiales en realizar al momento de llegar al barrio San Marcos son: Visitas a hoteles, centros culturales, museos, restaurantes, edificios civiles, mansiones restauradas, tomas de fotografías y caminatas nocturnas.
- Los servicios que debería tener en perfección el barrio San Marcos y satisfacer con las necesidades del turista son: restaurantes, seguridad y transporte.
- Los turistas que visitan el barrio San Marcos están dispuestos en permanecer en el sector por lo menos 1 día para así disfrutar los servicios de alimentación, visitas de centros de diversión, visitas lugares culturales y recorridos con guías turísticos.
- El promedio de dinero en gastar para obtener servicios turísticos dentro del barrio San Marcos por parte del turista es de \$25 a \$50.

- La situación actual de las actividades económicas, sociales, políticas, tecnológicas y legales dentro de la Parroquia Centro Histórico de Quito—muestra que el barrio tiene potencial turístico y la ruta propuesta en este ensayo por encontrarse en este sector tiene gran oportunidad de progresar y desarrollarse.
- El Diseño del circuito sector Plaza Chica y San Marcos (centro histórico de la ciudad de Quito), está direccionado a un segmento específico, que está compuesto por edad de 20 a 30 años, de nivel educativo superior, gusta por la diversión y los buenos momentos junto a amigos.
- Como medio de publicidad efectivo en hacer conocer al circuito turístico al mercado objetivo local y nacional está el internet el cual utilizando diferentes programas y diseños de páginas web se puede dar a conocer en forma inmediata y general de las características de todo el proyecto.
- Por ser una empresa que recién está en trámites de constitución no puede utilizar un canal de distribución directo por la situación de que no tienen ingresos adecuados para realizar gastos altos en publicidad.

Recomendaciones:

- Complementar al diseño del Circuito Turístico otros programas encaminados a la necesaria preservación de los recursos culturales, para conservar el patrimonio histórico del Barrio de San Marcos del Centro Histórico de Quito.
- Realizar la promoción del circuito a los turistas, estableciendo los dentro de los paquetes turísticos que estos comercializan.
- Presentar propuestas de investigación permanentes, para la creación de productos innovadores que permitan incrementar la afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros, contribuyendo al desarrollo turístico y económico de la zona.
- Socializar la propuesta del circuito turístico del barrio San Marcos, con el Gobierno Parroquial del Centro Histórico, para que lo incluyan dentro de sus actividades festivas patronales, de esta manera incrementar el flujo de visitantes generando un desarrollo socioeconómico en la zona.

- La empresa debe realizar alianzas estratégicas con agencias locales los cuales se les debe cancelar un costo de acuerdo al margen de utilidad que vaya a tener la empresa del circuito turístico.

BIBLIOGRAFÍA

- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2012). *Plan de Desarrollo*. Quito: Municipio de Quito .
- Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial. (2012). *Municipio de Quito*. Quito.
- Andy, S. D. (2012, 06 03). *Etnias Ecuatorianas* . Recuperado el 10 16, 2013, de Etnias Ecuatorianas : <http://sheyandy.blogspot.com/>
- Casa de la Danza. (2011, Julio 11). *Un espacio para ser y crecer*. Obtenido de http://www.casadeladanza.org/html/noticias/jul_11_cursos%20vacacionales.htm
- Corrales, C. (2010, 06 20). Obtenido de <http://es.slideshare.net/guestac53ba8/la-demanda-turistica>
- Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda. (2003). *Centro Historico de Quito - Plan Especial*. Quito - Ecuador: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- El Comercio . (2012, Octubre 12). *San Marcos, el barrio diverso y colorido*. Obtenido de Cultura: <http://patrimonio.elcomercio.com/patrimonio-historico/san-marcos/historia#.VFvqDjSG8Xk>
- El Comercio. (2011, Diciembre 20). *San marcos guarda la historia indigena de Quito* . Obtenido de Cultura: <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/quito/san-marcos-guarda-historia-indigena.html>
- Gobierno Provincial de Pichincha. (2012, Agosto 10). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Guangopolo. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Guangopolo*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- In-Quito.com. (2010, Marzo 24). *Quito*. Obtenido de <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/attractivos-turisticos-quito-ecuador/quito-attractivos-turisticos.htm>
- Instituto Metropolitano de Patrimonio. (2013, 04 16). Plan de Gestión Integral del Centro Historico de Quito. Quito, Pichincha, Ecuador: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Kotler, P. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. México: Paidós Ibérica S.A.
- Lambin, J. (2003). *Marketing Estratégico*. Madrid: Editorial ESIC.

- Metro de Quito. (2010). *Diseño definitivo de la obra civil*. Quito.
- Museo de la Acuarela y Dibujo Muños Mariño. (2013, Septiembre 12). *Datos del Museo* .
Obtenido de <http://www.museoacuarelaydibujo.com/cgi-bin/wd>
- Plan de Gestión Integral del Centro Histotico de Quito. (2013). *Distrito Metropolitano de Quito*. Quito .
- Plan Especial del Centro Histórico de Quito. (2003). *Municipio del Distrito Metropolitano de Quito* . Quito.
- Quito Turismo. (2013, 06 18). *Resumen de Cifras*. Obtenido de http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/B%20QuitoCifras.pdf
- Quito-Turismogob.ec. (2013, 04 20). *Folleto Cifras Turisticas* . Obtenido de http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/B%20QuitoCifras.pdf
- Salcedo, A. (2009, Abril 23). *Población Ecologica*. Obtenido de <http://www.wannasaldu.blogspot.com/>
- Urbina. (2011). *proyectos*. Mexico: fgaella.
- Valencia, J. (2010, Marzo 11). *Boletín Turístico* . Obtenido de Inventario turístico: <http://boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/I/INVENTARIO-TUR%C3%8DSTICO-242/>
- Viva Travel Guides . (2013, Noviembre 02). *Cafe Dios no muere* . Obtenido de <http://www.vivatravelguides.com/south-america/ecuador/quito/centro-historico/centro-historico-restaurants/cafe-dios-no-muere/>

ANEXOS

Anexo 1.- Encuesta



ENCUESTA

La presente encuesta es con fines académicos por lo que solicito a usted contestar las siguientes preguntas, de antemano muchas gracias por su colaboración.

Pregunta 1: ¿Cuál es su género?

- Masculino Femenino

Pregunta 2: ¿Cuál es su edad?

- Entre 18 a 30 años 31 a 40 años 41 a 50 años
 Más de 51 años

Pregunta 3: ¿Cuál es su nivel de estudio?

- Primaria Secundaria Superior Otros

Pregunta 4: ¿Cuál es su estado civil?

- Soltero Casado Unión Libre Divorciado Otro ¿Cuál? _____

Pregunta 5: ¿Cuál es su procedencia?

- Nacional Extranjero De que país:

Pregunta 6: ¿Cuál es su ingreso mensual?

- Menos de \$318,00
 Más de \$318,00

Pregunta 7: ¿Ha visitado anteriormente el barrio San Marcos (sector Centro Histórico)?

- Sí (pase a la pregunta 8) No

Pregunta 7.1: ¿Si su respuesta fue No en la pregunta 7, le gustaría visitar el barrio San Marcos?

- Sí No

Pregunta 8: ¿Cuál es la motivación principal que tendría usted para visitar el barrio San Marcos?

- Turismo Deportivo
 Recreación y ocio
 Turismo comunitario
 Turismo religioso
 Turismo de congreso y convenciones

Pregunta 9: En sus viajes fuera de su residencia habitual ¿Le gustaría conocer:

- La cultura,
Costumbres y
Nuevas formas de recreación

Pregunta 10: ¿Qué días serían los más convenientes para visitar el barrio San Marcos?

- Fines de semana
 Entre semana
 Feriados
 Vacaciones

Pregunta 11: ¿Con quién visitaría el barrio San Marcos?

- Solo
 Con pareja
 Familia
 Amigos

Pregunta 12: ¿Al llegar al barrio San Marcos, que actividades quisiera realizar?

- Visitas a hoteles
- Visitas a centros culturales
- Visitas a museos
- Visitas a lugares nocturnos (bares, discotecas, karaokes)
- Visitas a restaurantes comida típica
- Visitas a edificios civiles

Pregunta 13: ¿Qué tipo de servicios le gustaría que el barrio San Marcos posea?

- Guías Turísticas
- Hospedaje
- Restaurantes
- Centros nocturnos (bares, discotecas y karaokes)
- Seguridad
- Señalética
- Transporte

Pregunta 14: ¿Estaría dispuesto adquirir un paquete turístico más de 1 día en el barrio San Marcos, incluyendo servicios de: alojamiento, alimentación, visitas de centros de diversión, visitas a lugares culturales, transporte?

- Sí No

Pregunta 15: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico mencionado en la pregunta 14? (Elija una Opción).

- De 25 a 50 dólares
- De 51 a 100 dólares
- De 101 a 150 dólares
- De 151 dólares en adelante

Pregunta 16: ¿De los siguientes medios de comunicación cuál (es) le gustaría conocer acerca del paquete turístico propuesto en el barrio San Marcos?

- Revistas
- Prensa escrita
- Agencias de Viajes
- Televisión
- Internet
- Redes sociales
- Radio

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Inventario Atractivos Turísticos establecido por el Ministerio de Turismo

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
SITIOS NATURALES	MONTAÑAS	a) Altas montañas b) Cordilleras c) Nudos d) Volcanes e) Colinas f) Desfiladeros g) Glaciares
	PLANICIES	a) Llanuras b) Salitrales c) Valles d) Mesetas
	DESIERTOS	a) Costeros b) Del interior c) Dunas
	AMBIENTES LACURSTRES	a) Lagos b) Lagunas c) Ciénegas d) Pozas e) Cochas f) Pantanos g) Chacras Estacionales
	RÍOS	a) Manantial o fuente b) Riachuelo o arroyo c) Rápidos o raudales d) Cascadas, cataratas o saltos e) Riberas f) Deltas g) Meandros h) Vados
	BOSQUES	a) Páramo b) Ceja de Selva Oriental c) Ceja de selva Occidental d) Nublado Oriental e) Nublado Occidental f) Montano bajo Oriental g) Montano bajo Occidental h) Húmedo tropical Amazónico. i) Húmedo tropical occidental

	<ul style="list-style-type: none"> j) Manglar k) Seco tropical l) Seco Interandino m) Petrificado
AGUAS SUBTERRÁNEAS	<ul style="list-style-type: none"> a) Aguas Minerales b) Aguas Temales c) Aguas Sulfurosas
FENÓMENOS ESPELEOLÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> a) Cuevas b) Cavernas c) Ríos Subterráneos
FENÓMENOS GEOLÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> a) Cráteres b) Calderas c) Flujos de lava d) Tubos de lava e) Géiseres f) Escarpas de falla g) Solfataras h) Fumarolas
COSTAS O LITORALES	<ul style="list-style-type: none"> a) Playas b) Acantilados c) Golfos d) Bahías e) Cabos f) Ensenadas g) Fondeaderos h) Penínsulas i) Promontorios j) Puntas k) Istmos l) Estrechos m) Canales n) Dunas o) Línea de costa p) Estuarios q) Esteros r) Palmeras
AMBIENTES MARINOS	<ul style="list-style-type: none"> a) Arrecifes de coral b) Cuevas c) Cráteres d) Acantilados e) Fosas f) Puntos calientes g) Trincheras

		<ul style="list-style-type: none"> h) Cordilleras i) Bentos y Bentónicos
	TIERRAS INSULARES	<ul style="list-style-type: none"> a) Islas Continentales b) Islas oceánicas c) Archipiélagos d) Islotes e) Rocas
	SISTEMA DE AREAS PROTEGIDAS	<ul style="list-style-type: none"> a) Parque Nacional b) Reserva Ecológica c) Refugio de Vida Silvestre d) Reserva Biológica e) Área Nacional de Recreación f) Reserva de Producción Faunística g) Área de Caza y Pesca h) Bosque protector i) Reserva Geobotánica
MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTÓRICAS	<ul style="list-style-type: none"> a) Arquitectura (Civil, Religiosa, Militar). b) Zonas Históricas (Ciudades, sectores, conjuntos parciales) c) Minas Antiguas d) Sitios Arqueológicos (zonas arqueológicas, conjuntos aislados) e) Museos (religiosos, coloniales, arqueológicos, históricos, técnicos, Artísticos, generales, Etnográficos) f) Colecciones Particulares
	ETNOGRAFÍA	<ul style="list-style-type: none"> a) Grupos étnicos b) Arquitectura vernácula c) Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares d) Música y danza f) Ferias y mercados g) Comidas y bebidas típicas h) Shamanismo
	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	<ul style="list-style-type: none"> a) Explotaciones mineras b) Explotaciones agropecuarias c) Explotaciones industriales d) Obras técnicas e) Centros científicos y técnicos f) Zoológicos y acuarios

	g) Jardines botánicos h) bibliotecas i) Viveros (orquidearios, explotación piscícola)
REALIZACIONES ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	a) Museos b) Obras de arte c) Pintura d) Escultura e) Galería
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	a) Artísticos b) Fiestas c) Vida nocturna d) Gastronomía e) Rodeos f) Feria y Congresos g) Eventos deportivos

Fuente: MINTUR, 2002