

Escape, iniciativa para fomentar el turismo interno

El sector turístico es uno de los más afectados por el confinamiento debido a la pandemia del Covid-19. Por ello, Metropolitan Touring diseñó una nueva línea de paquetes para el turismo interno denominado Escape, que emplea toda su capacidad operativa y el profesionalismo de sus guías para ofrecer a los ecuatorianos una experiencia diferente, sin salir de nuestras fronteras.

“Te llevamos, junto a nuestros guías expertos, por el Ecuador que no conocías, a vivir experiencias que despertarán tus sentidos, donde cada encuentro es un tesoro”, argumenta, María Cecilia Alzamora, Vicepresidenta de Innovación y Branding de Metropolitan Touring, con esta propuesta, Escape invita a vivir el Ecuador de una manera más profunda y auténtica.

Escape se nutre de las experiencias de Metropolitan Touring al recorrer el país ente-

ro, abriendo nuevas trochas y descubriendo rincones remotos, para crear recuerdos de lo más cautivante del Ecuador, que se quedarán por siempre en la memoria de los visitantes.

Otra novedad de esta propuesta de viajes es la conjunción de experiencias según el deseo del pasajero, que puede escoger una combinación de:

- **Conexión:** Disfrutando del aire libre

en lugares remotos, para interactuar con las comunidades y compartir con amigos y familiares.

- **Acción:** Desafiando los límites, vive aventuras en nuevos territorios y experiencias diversas de encuentros épicos.

- **Sensorial:** Despertando los sentidos con aromas, sabores y melodías. Renueva tu espíritu y encuentra bienestar y equilibrio.

Entre los paquetes de Escape se destacan

visitas a:

- Chocó andino.
- Tesoro de los Llanganates.
- Cojimíes – Mache Chindul (Manabí y Esmeraldas).
- Reserva Chakana – San Isidro (Antisana, Pichincha y Napo).
- Reserva Manglares Churute y Bucay.
- Galápagos.



ALIANZA DE KFC Y UBER: EJEMPLO DE LA APUESTA DE LA APLICACIÓN POR SUS SOCIOS RESTAURANTES EN ECUADOR

Uber Eats trabaja con sus restaurantes en herramientas que aporten a su conexión con las necesidades del consumidor. Uber Eats y KFC se unen para llevar a los hogares ecuatorianos su comida favorita bajo sus propias reglas.

Uber Eats anuncia campaña conjunta con la cadena KFC que impulsa el crecimiento del negocio e impacta positivamente la economía local. Esta iniciativa pone en valor los momentos de libertad que el consumidor experimenta en casa y lo invita a disfrutar de sus platos favoritos mientras ven la serie del momento o

tienen una cita romántica con su pijama preferida; permitiéndose hacer un pedido en la app para satisfacer sus antojos, bajo el mensaje “tu pollo, tus reglas”.

Uber Eats impulsa el crecimiento de sus socios restaurantes y facilita que las personas pidan sus platos favoritos y que lle-

guen a sus hogares. La aplicación y sitio web que permite a millones de personas en todo el mundo pedir la comida que desean para entrega a domicilio, está presente en 80 ciudades de Latinoamérica.

Con más personas en casa desde que comenzó la pandemia, aumentan las entregas de alimentos y se transforman las

dinámicas de la vida. Hoy en día, la gente crea experiencias genuinas de entretenimiento en casa que no necesariamente siguen los códigos sociales preestablecidos antes de la pandemia. Estos momentos son los que KFC promueve para disfrutar el inigualable sabor del pollo para celebrar, divertirse o relajarse en casa con una promoción especial del combo Festín.

En el país, Uber Eats tiene 2.500 restaurantes asociados que ofrecen opciones de comida para todos los gustos y ocasiones. La aplicación permite ofrecer una amplia variedad de platos, entregados de manera confiable y rápida, en aproximadamente 31 minutos en la mayoría de los pedidos.

Uber Eats reafirma su compromiso y apuesta por sus socios restaurantes llevando a cabo campañas de comercialización en conjunto y brindándoles herramientas que aporten a su conexión con las necesidades del consumidor.

