



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TEMA: DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PROMOCIONAL PARA LA  
COMUNA LA CAPILLA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN,  
CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA PARA EL AÑO 2020.

Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Turística y Hotelera

Tipo de trabajo de integración curricular: Investigación, innovación y desarrollo

Autor: Dayana Morales

Tutor: Msc. Diego Jarrín

Quito, 2020

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Karen Dayana Morales Ortega

CC: 171807439-4

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Karen Dayana Morales Ortega, portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 171807439-4, de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigaciones tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado, diseño de un plan estratégico promocional para la comuna la capilla, ubicada en la parroquia de calderón, cantón quito, provincia de pichincha para el año 2020 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**FIRMA**



**NOMBRE** Karen Dayana Morales Ortega

**CÉDULA** 171807439-4

Quito, Mayo de 2020

## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

### FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR EN EL REPOSITORIO DIGITAL

#### DATOS PERSONALES:

1. **NOMBRE COMPLETO DEL ESTUDIANTE**  
KAREN DAYANA MORALES ORTEGA
2. **CÉDULA DE CIUDADANÍA**  
1718074394
3. **FECHA DE NACIMIENTO**  
18/08/98
4. **NACIONALIDAD**  
Ecuatoriana
5. **DIRECCIÓN DE RESIDENCIA**  
AV. DIEGO DE VÁSQUEZ N77-56 Y JUAN DE SELIS (CARCELÉN ALTO)
6. **PROVINCIA DE RESIDENCIA**  
Pichincha
7. **CANTÓN DE RESIDENCIA**  
Quito
8. **CORREO ELECTRÓNICO**  
moralesdayana18@gmail.com
9. **TELÉFONOS**  
6011031/0998710147
10. **FECHA DE SUSTENTACIÓN**  
Julio del 2020

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales  
derechos, deberes y obligaciones*

---

---

**TEMA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:**

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PROMOCIONAL PARA LA COMUNA LA CAPILLA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA PARA EL AÑO 2020.

**EN CASO DE HABER REALIZADO INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA:**

ESCRIBA LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**COMPLETE Y AÑADA SU FIRMA DIGITAL A CONTINUACIÓN  
TIPO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I+D+i

INCUBADORA EMPRESARIAL

PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

**Yo, Karen Dayana Morales Ortega, portador de la cédula de identidad N° 1718074394, autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera la publicación del Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital.**



FIRMA DEL ALUMNO

ENTIDAD QUE AUSPICIO EL TRABAJO: Comunidad La Capilla

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: Gonzalo Guañuna

TELÉFONO Y/O CELULAR EMPRESA: 0987576761

**Ing. William Patricio Parra López  
ADMINISTRADOR DE BIBLIOTECA CENTRAL  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales  
derechos, deberes y obligaciones*

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PROMOCIONAL PARA LA COMUNA LA CAPILLA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA PARA EL AÑO 2020.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar a Dios por ser quien me permite un día más de vida hasta hoy, y me dio la oportunidad de culminar una etapa importante y anhelada en mi vida, venciendo cualquier obstáculo, a mis maravillosos y ejemplares padres y hermano por ser el pilar fundamental y motor para seguir adelante con todo el apoyo que me han brindado hasta el final de este proceso, a mis cuatro abuelitos y mis tías quienes alegran cada uno de mis días por más difíciles que hayan sido, a mi novio con quien comparto la misma profesión y ha sabido entenderme en cada momento que he necesitado brindándome consejos, y por último pero no menos importantes a todos los profesores que me han apoyado durante todo el transcurso, compartiendo sus conocimientos, siendo unos perfectos guías en mi carrera con esa luz que aclara cualquier duda. A todos gracias porque con su ayuda y apoyo hoy puedo ver alcanzada una de mis metas.

## **DEDICATORIA**

A Dios, mis padres, mi hermano y a mi pareja

Porque gracias a ellos hoy culmino una de las metas más grandes en mi vida, para  
continuar forjando mi futuro.

## ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
DECLARATORIA.....	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	iii
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA .....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
INDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xviii
CAPITULO I.....	1
1.00 Antecedentes .....	1
1.01 Contexto:.....	3
1.02 Justificación.....	8
1.03 Definición del Problema Central (Matriz T).....	9
CAPITULO II .....	13
2.00 Análisis de involucrados .....	13
2.01 Mapeo de involucrados .....	13
2.02 Matriz de análisis de involucrados .....	14
CAPITULO III.....	20
3.00 Problemas y Objetivos. ....	20
3.01 Árbol de Problema .....	20
3.02 Árbol de objetivos .....	21
CAPITULO IV.....	24
4.00 Análisis de alternativas .....	24
4.01 Matriz de análisis de alternativas .....	24
4.02 Matriz de análisis de objetivos.....	27
4.03 Diagrama de estrategias .....	30
4.04 Matriz de Marco Lógico.....	32

---

CAPITULO V .....	34
5.00 Propuesta .....	34
5.01 Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución	34
5.01.01 Análisis FODA.....	42
5.01.02 Investigación de mercado.....	46
5.01.03 Instrumento de investigación .....	46
5.01.04 Población y muestra:.....	59
5.01.05 Análisis de la información .....	63
5.02. Descripción de la herramienta o metodología que propone como solución	74
5.02.01 Contenido de la revista.....	75
5.02.02 Jarros personalizados .....	81
5.03 Formulación de la aplicación de la propuesta .....	82
5.03.01 Logo .....	82
5.03.02 Jarros personalizados .....	82
CAPITULO VI.....	83
6.00 Aspectos administrativos .....	83
6.01 Recursos .....	83
6.01.02 Recursos Tecnológicos.....	83
6.01.03 Recursos Humanos.....	84
6.02 Presupuesto .....	85
6.02.01 Presupuesto de formulación.....	85
6.02.02 Presupuesto de aplicación .....	85
6.03 Cronograma de actividades .....	86
CAPITULO VII .....	88
7.00 Conclusiones y Recomendaciones .....	88
7.01 Conclusiones .....	88
7.02 Recomendaciones.....	89
ANEXOS: .....	90

---

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Escalas.....	10
Tabla 2: Matriz de análisis de fuerzas T .....	10
Tabla 3: Porcentajes de involucrados.....	14
Tabla 4: Matriz de análisis de involucrados.....	15
Tabla 5: Categorías .....	24
Tabla 6: Matriz de análisis de alternativas.....	25
Tabla 7: Matriz de análisis de objetivos.....	27
Tabla 8: Matriz de marco lógico .....	32
Tabla 9: Planta hotelera de Calderón .....	41
Tabla 10: Restaurantes de Calderón.....	41
Tabla 11: Entretenimiento.....	42
Tabla 12: Análisis FODA.....	42
Tabla 13: Ficha de recursos turísticos.....	47
Tabla 14: Ficha de recursos turísticos.....	50
Tabla 15: Ficha de recursos turísticos.....	53
Tabla 16: Ficha de recursos turísticos.....	56
Tabla 17: Ficha técnica de la encuesta.....	63
Tabla 18: Edad .....	63
Tabla 19: Género.....	64
Tabla 20: Nivel de conocimiento .....	65
Tabla 21: Interés en conocer la comunidad.....	66
Tabla 22: Tipo de turismo.....	67
Tabla 23: Aumentar promoción .....	68

---

Tabla 24: Frecuencia de visita a la comunidad .....	69
Tabla 25: Problemas detectados .....	70
Tabla 26: Tipo de actividad que prefieren .....	71
Tabla 27: Que desearían conocer .....	72
Tabla 28: Opinión sobre una revista digital .....	73
Tabla 29: Recursos materiales .....	83
Tabla 30: Recursos tecnológicos.....	83
Tabla 31: Talento humano .....	84
Tabla 32: Presupuesto de elaboración de la propuesta.....	85
Tabla 33: Presupuesto de elaboración de la tesis .....	85
Tabla 34: Cronograma de actividades.....	86

---

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapeo de involucrados.....	13
Figura 2: Árbol de problemas .....	20
Figura 3: Árbol de objetivos .....	22
Figura 4: Diagrama de estrategias.....	30
Figura 5: Población de la parroquia Calderón.....	60
Figura 6: Evaluación y validación de encuesta .....	62
Figura 7: Edad.....	63
Figura 8: Género .....	64
Figura 9: Nivel de conocimiento.....	65
Figura 10: Interés en conocer la comunidad .....	66
Figura 11: Tipo de turismo.....	67
Figura 12: Aumentar promoción.....	68
Figura 13: Frecuencia de visita a la comunidad.....	69
Figura 14: Problemas detectados .....	70
Figura 15: Tipo de actividad que prefieren .....	71
Figura 16: Que desearían conocer.....	72
Figura 17: Opinión sobre una revista digital.....	73
Figura 18: Logo de la comunidad .....	82
Figura 19: Jarro personalizado frontal .....	82
Figura 20: Jarro personalizado posterior.....	82

---

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta.....	91
Anexo 2: Iglesia La Capilla.....	93
Anexo 3: Bosque Jalanguilla .....	93
Anexo 4: Celebración a la virgen Inmaculada .....	93
Anexo 5: Celebración a la virgen Inmaculada .....	94
Anexo 6: Ferias de comida.....	94
Anexo 7: Danzas tradicionales.....	95
Anexo 8: Bosque Jalanguilla .....	95
Anexo 9: Rituales ancestrales .....	95
Anexo 10: Sendero del bosque Jalanguilla .....	95
Anexo 11: Sitio sagrado de rituales .....	96
Anexo 12: Silla sagrada del bosque .....	96
Anexo 13: Mirador La Capilla .....	96
Anexo 14: Escuela José Guarderas .....	97
Anexo 15: Plaza central de La Capilla.....	97
Anexo 16: Cooperativa Kinara.....	97
Anexo 17: Proforma de encuestas.....	98
Anexo 18: Bitácora de tutorías.....	99
Anexo 19: Análisis sistema Urkund.....	101
Anexo 20: Carta Aval.....	102

---

## RESUMEN EJECUTIVO

“No me digas lo viejo que eres, o lo bien educado que estás, dime cuanto has viajado y te diré cuánto sabes”

(Mahoma, 570 – 632)

Viajar es una oportunidad que tenemos para descubrir nuevos lugares, nuevas culturas, nos permite tener una nueva impresión de la vida, gracias al nuevo conocimiento y experiencias que con tan solo realizar un viaje se puede adquirir.

Ecuador es un país que lo tiene todo para ser visitado, con sus 24 provincias que lo conforman, en la provincia de Pichincha cantón Quito, se encuentra la parroquia de Calderón, conocida por las tradicionales artesanías de mazapán, ebanistas y sus talladores. Aquí habita una comunidad llamada “La Capilla”, la cual posee varios recursos naturales y culturales que merecen ser visitados.

El principal problema que se detectó es la escasa promoción que se le ha dado a la comunidad, razón de la creación del presente proyecto, que pretende difundir y rescatar sus recursos, tales como tradiciones representativas y orales, recursos turísticos y la gastronomía de la comunidad.

Para llegar al propósito del proyecto, se lo hará mediante la aplicación de un plan estratégico promocional, el cual consta de tres etapas que se deberán cumplir para un resultado satisfactorio.

Para la promoción del proyecto, siendo esta la primera etapa del plan estratégico, se escogió realizarlo mediante la creación de una revista digital sobre la comunidad “La

---

Capilla”, donde se detalle sus datos generales, historia, tradiciones y gastronomía;  
para de esta manera llegar a personas que aún no conocen el destino.

## ABSTRACT

"Don't tell me how old you are, or how well educated you are, tell me how much you have traveled and I will tell you how much you know"

(Muhammad, 570 - 632)

Traveling is an opportunity that we have to discover new places, new cultures, it allows us to have a new impression of life, thanks to the new knowledge and experiences that just by taking a trip can be acquired.

Ecuador is a country that has everything to visit, with its 24 provinces that make it up, in the province of Pichincha, in the canton of Quito, is the parish of Calderon, known for traditional marzipan crafts, cabinetmakers and their carvers. Here lives a community called "La Capilla", which has several natural and cultural resources that are worth visiting.

The main problem that was detected is the scant promotion that has been given to the community, reason for the creation of this project, which aims to spread and rescue its resources, such as representative and oral traditions, tourist resources and the gastronomy of the community. .

To achieve the purpose of the project, it will be done through the application of a promotional strategic plan, which consists of three stages that must be met for a satisfactory result.

For the promotion of the project, this being the first stage of the strategic plan, it was chosen to carry it out by creating a digital magazine about the "La Capilla"

---

community, detailing its general data, history, traditions and gastronomy; in this way to reach people who do not yet know the destination.

---

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de titulación tiene como objetivo incrementar la visita de turistas locales hacia la comunidad “La Capilla” mediante el diseño de un plan estratégico y la implementación de cada una de las etapas que conforman dicho plan, donde se creara una revista digital para destacar los diversos atractivos, gastronomía, fiestas y tradiciones que poseen, y de esta manera se contribuya a la visita de más turistas locales que tengan la oportunidad de conocer esta comunidad.

La comunidad La Capilla es cuna de la identidad de Calderón, parroquia donde se encuentra ubicada, a 30 minutos del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en Tababela, en el centro de la provincia de Pichincha.

La palabra Calderón es el nombre que se le dio el 9 de Agosto de 1897 en honor al héroe Abdón Calderón cuando fue elevado a la categoría de parroquia, antiguamente se llamaba Carapungo, palabra que proviene del idioma Kichwa, formado por dos palabras “karas” y “pungu” que tiene dos significados diferentes. El primero y el que más se conoce es “puerta de cuero”, llamado así porque en los siglos XIX y XX había la costumbre por parte de los moradores mestizos e indígenas construir puertas de cuero de chivo o res. El segundo significado es “puerta a los Caras”, como un grupo indígena que en la época preincaica tuvo sus asentamientos en este sector.

La mayor parte de la población de esta comunidad está constituida por nativos del lugar, gracias a eso se mantienen las creencias y tradiciones orales y representativas de sus antepasados. Se destacan por su solidaridad y la buena organización del presidente de la comunidad para realizar trabajos a favor de todos

los que conforman La Capilla, por eso también buscan un plan estratégico para destacar sus recursos turísticos y fomentar una manera de ingresos económicos incursionando en el turismo.

Entre sus labores como comunidad, están las mingas mensuales que realizan para mantener en buen estado el cementerio ancestral, el parque central que cuenta con un maravilloso mirador, senderos, y calles de la comunidad. También se encargan de organizar sus festivales en conjunto con el GAD de Calderón y en ciertos días realizan ferias donde venden sus artesanías de mazapán (razón por lo que se conoce a la parroquia de Calderón), comida típica y textiles; todo en el parque central de La Capilla.

La Capilla cuenta con una iglesia para su comunidad y para los turistas que visitan el sector, la cual colabora con la comunidad para realizar las festividades ya mencionadas con bandas de música, flores, y la imagen del santo que representa la Iglesia La Capilla. El nombre de esta iglesia viene desde la época española, ya que este sitio era un centro ceremonial en la época Inca, donde acudían los pueblos ancestrales.

Es muy importante aportar a esta comunidad y promocionar los recursos que poseen, el recurso principal es el mirador ubicado en el parque central desde donde se puede divisar una gran extensión del Bosque de Jalanguilla.

Durante este proceso se va a recibir la colaboración de todos los integrantes de esta comunidad, para que puedan aportar con sus necesidades, opiniones y aprobación para el plan estratégico a implementar. Próximamente se van a realizar murales en las fachadas que rodean al parque central donde se represente la cultura

de la comunidad, y aprovechar que esto sería la primera impresión que tengan los visitantes al llegar al lugar.

Gracias a este proyecto, se va a promover el turismo en esta zona, donde existen recursos que aún no han sido descubiertos y presentados a las personas que visitan el lugar, con el material promocional se tiene el objetivo de llegar en un principio a los moradores aledaños y sean ellos quienes difundan la voz a más personas incentivando la visita. Y a su vez rescatar tradiciones, creencias y su gastronomía.

## CAPITULO I

### 1.0 Antecedentes

Diseño de un plan estratégico promocional para la comuna la capilla, ubicada en la parroquia de Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha para el año 2020.

Los antecedentes de una investigación se refieren a la exploración de trabajos anteriores sobre el tema en estudio. Estos antecedentes pueden ser: trabajos de grado, postgrado, trabajos de ascenso, resultados de investigaciones institucionales, ponencias, conferencias, congresos, revistas especializadas.

Dependiendo el tutor, pueden llegar a solicitarse hasta cinco antecedentes, los cuales serán de carácter nacional o internacional. (Contreras, 2015)

**Tema:** Diseño y elaboración de una revista turística – gastronómica de la parroquia de San Antonio de Ibarra, provincia de Imbabura, con la finalidad de dar a conocer la gastronomía y sitios turísticos.

**Autor:** Joselyn Acosta

**Institución:** ITSCO

**Año:** 2018

**Conclusiones:** Este proyecto de grado realizado por la tecnóloga Joselyn Acosta, servirá de apoyo ya que el plan de estrategia que se utilizará en la parte de promoción es una revista con la diferencia de que será digital. Se necesitará una idea para la estructura de dicha revista.

**Tema:** El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas

**Autor:** Leonardo Guerrero Reyes

**Institución:** Universidad Complutense de Madrid

**Año:** 2016

**Conclusiones:** Este proyecto de un manual es fundamental para que la revista a realizar tenga una buena cronología, y poder adoptar ideas para que su diseño sea atractivo para los lectores.

**Tema:** Planeación estratégica: guía para elaborar planes estratégicos y planes de negocio exitoso

**Autor:** Lourdes Múnch

**Año:** 2018

**Conclusiones:** Este libro escrito por la mexicana Lourdes Múnch, contribuye con información teórica al proyecto, para tener noción de lo que significa un plan estratégico, sus etapas, sus ejemplos y de que manera se puede llegar al éxito aplicando la estrategia que más se adapte al proyecto.

**Tema:** Impacto de los medios : introducción a los medios masivos de comunicación

**Autor:** Shirley Biagi

**Año:** 2016

**Conclusiones:** Debido a que actualmente la gente prefiere buscar información sobre lugares que visitar empleando la tecnología, la revista que se pretende crear será digital para cautivar mediante redes sociales o páginas web donde será difundida.

### 1.01 Contexto:

Actualmente Ecuador cuenta con cinco hitos en 2019, con esto se busca llegar a que la actividad turística sea la primera fuente de ingreso de divisas para nuestro país, la actual ministra de Turismo, Rosi Prado de Holguín puntualizó estos cinco hitos que marcan la operación turística del Ecuador, el trabajo será coordinado con instituciones públicas, gremios turísticos empresa privada, academia, Gobiernos Autónomos Descentralizados, comunidades y medios de comunicación, que será un componente fundamental. (MINTUR, 2019)

Uno de los hitos es la “estrategia de promoción Ecuador”, este hito está planteado para promocionar el destino Ecuador de una manera estratégica con acciones internacionales y nacionales. Sobre el turismo interno, se enfatizó que la estrategia que se plantee estará dirigida a fortalecer y motivar a los ecuatorianos para que recorran el país en viajes cortos de fines de semana o días de feriados, de esta manera será un no egreso de divisas. (MINTUR, 2019)

La economía del Ecuador creció 0,3 % en la mitad del año 2019, el Banco Central del Ecuador (BCE) exhibe las cifras de evolución de la economía ecuatoriana. El Producto Interno Bruto (PIB) creció 0,3% en comparación con el período de 2018. En relación a los tres primeros meses del 2019, el incremento fue de 0,4%. Con estos resultados, el Producto Interno Bruto (PIB) del curso que va entre abril y junio de 2019 se ubicó en 17.988 millones de dólares. (Banco Central del Ecuador, 2019)

El acceso a Tecnologías de la Información Comunicación (TIC) forma un derecho de todos los ciudadanos. El Gobierno a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, arranca el desarrollo de la

sociedad ofreciendo servicios tecnológicos, mediante el acceso a Internet. Ecuador renovó su posicionamiento en el índice de disponibilidad de tecnología en red y registra un buen rendimiento en cuanto a telefonía y servicios de acceso a Internet. Se realizó la dotación de equipamiento y conectividad en establecimientos educativos fiscales, para de esta manera enseñar a los estudiantes a insertarse en la tecnología, que actualmente se utiliza en la mayor parte de la vida cotidiana.

(Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015)

Uno de los cantones que conforman la provincia de Pichincha es el cantón Quito, el cual es capital del país, se encuentra ubicado en la altura de las laderas de los Andes a 2,850 m.

Según (PICHINCHA GOBIERNO PROVINCIAL, 2017) sus límites son:

“Al Norte: Provincia de Imbabura

Al Sur: Cantones Rumiñahui y Mejía

Al Este: Cantones Pedro Moncayo, Cayambe y Provincia de Napo

Al Oeste: Cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas”

El cantón Quito está conformado por 32 parroquias urbanas, y entre ellas se encuentran las siguientes: Belisario Quevedo, Carcelén, Centro Histórico, Chilibulo, Chillogallo, Chimbacalle, Cochapamba, Comité del Pueblo, Concepción, Cotocollao, El Condado, El Inca, Guamaní, Iñaquito, Itchimbía, Jipijapa, Kennedy, La Argelia, La Ecuatoriana, La Ferroviaria, La Libertad, La Mena, Magdalena, Mariscal Sucre, Ponceano, Puengasí, Quitumbe, Rumipamba, San Bartolo, San Juan, Solanda, Turubamba. (PICHINCHA GOBIERNO PROVINCIAL, 2017)

El cantón Quito también está conformado con 33 parroquias rurales, entre ellas: Alangasí, Amaguaña, Atahualpa, Calacalí, Calderón, Chavezpamba, Checa, Conocoto, Cumbayá, El Quinche, Gualea, Guangopolo, Guayllabamba, La Merced, Llano Chico, Lloa, Nanegal, Nanegalito, Nayón, Nono, Pacto, Perucho, Pifo, Píntag, Pomasqui, Puéllaro, Puenbo, San Antonio de Pichincha, San José de Minas, Tababela, Tumbaco, Yaruquí, Zámiza. (PICHINCHA GOBIERNO PROVINCIAL, 2017)

Quito es conocido como “Carita de Dios” y también es la ciudad de la diversidad, de manera cultural y con maravillas naturales. Ostenta el más grande y mejor conservado centro histórico de América Latina, es la segunda capital más alta del mundo (2.850 m de altura) y se asienta en las faldas del inactivo volcán Pichincha. Fue declarada por la UNESCO Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1978. Quito fue uno de los últimos lugares en ser conquistado por los incas, también una ciudad pionera de América en reclamar su independencia en la fecha del 10 de Agosto de 1809, pero por lastima una de las últimas en lograr su propósito. (QUITO TURISMO, 2018)

En Quito vive la mayoría de la población, por lo tanto es donde se centra la economía de la ciudad, según los más recientes datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) y del Banco Central del Ecuador (BCE), Quito es la capital económica del país, pues concentra 25,34 % del total del Valor Agregado Bruto Nacional (VAB), es decir, \$ 23,5 millones, seguida de Guayaquil (21,94%). Quito contiene el mayor número de negocios e inversiones, empleando a 547.067 personas vinculadas especialmente a servicios. La economía rural se centra en la agricultura. (Iza, 2018)

Al ser Quito capital del país cuenta con numerosas cooperativas de transporte interprovinciales, en la capital se encuentran 2 terminales, en el lado norte del cantón el Terminal de Carcelén y en el lado sur el Terminal Quitumbe.

En la parte sur, se encuentra el terminal de Quitumbe donde llegan más de 89 cooperativas de transporte interprovincial que en su mayoría, prestan el servicio de transporte hacia las provincias del centro y sur del Ecuador. En cambio al Terminal de Carcelén llegan en concreto 20 operadoras de transporte interprovincial que, en su mayoría, prestan el servicio de transporte hacia las provincias que se encuentran ubicadas al norte del Distrito Metropolitano de Quito. (Ecuador Bus, 2017)

En el sentido de transporte urbano, existe el Sistema Integrado de Transporte Público, hay numerosas compañías que transportan pasajeros de un polo al otro, los transportes que conforman este sistema que nos brinda el estado son Trolebús, Ecovía y Metro. En las mismas existen alimentadores que van con destino a diferentes puntos del cantón y articulados. (Ecuador Bus, 2017)

Quito está cortado por la línea imaginaria del Ecuador, el meridiano que divide al mundo en dos hemisferios, el Norte y el Sur. Cuenta con varios atractivos tanto culturales como naturales, todos muy singulares.

Entre los atractivos con los que Quito cuenta están:

Culturales: Los lugares culturales que más se destacan en la capital son: La Ronda, loma del Panecillo, Ciudad Mitad del Mundo y Zoológico de Quito. Un sector muy representativo que es visitado por miles de turistas es el famoso Centro Histórico que alberga principalmente lugares como iglesias, entre ellas Santo

Domingo, La Merced, La Compañía de Jesús, Basílica del Voto Nacional y San Agustín. También cuenta con museos, como el Centro Cultural Metropolitano, Museo de la Ciudad, Museo de San Francisco, Museo del Banco Central, Museo de Arte Colonial y Casa Museo "María Augusta Urrutia". Las bellas e históricas plazas que sin duda se deben visitar, como la Plaza de Santo Domingo, Plaza del Teatro y la Plaza Grande. Y por último sus teatros, como el teatro Bolívar y Nacional Sucre. (PICHINCHA GOBIERNO PROVINCIAL, 2017)

Naturales: Quito ofrece una gama de diversas actividades recorriendo maravillosos sitios naturales, como el conocido Parque La Carolina con 67 hectáreas para disfrutar, en este mismo parque se encuentra el Jardín Botánico de Quito y el observatorio INABIO. El volcán Ilaló que se encuentra inactivo. Volcanes de Pichincha, como El Rucu Pichincha y el volcán Guagua Pichincha que estos se encuentran al oeste de la ciudad y se elevan a más de 4.500 metros de altura. El Parque Metropolitano de Quito, cubriendo 571.176 hectáreas, la ubicación representa el mayor parque urbano de la ciudad. (Foros Ecuador, 2017)

Dentro del cantón Quito se encuentra la parroquia rural Calderón, ubicada en la meseta de Guangüiltagua, muchas personas que viven en la parroquia han escogido este lugar por su clima templado y seco. Al tener ese clima es muy conveniente para personas que han sufrido enfermedades por mantenerse en sitios húmedos. Uno de sus mayores rasgos culturales es la tradicional elaboración de figuritas hechas de mazapán, La Unión Artesanal de Productos progresistas de Masapán de Calderón es la encargada de mostrar al mundo la habilidad de las manos ecuatorianas, que con ingredientes comunes se pueden hacer verdaderas piezas de arte que son distribuidas en todo mundo. (GoRaymi, 2019)

Se puede llegar a la parroquia desde el terminal de Carcelén con tan solo 0,25 centavos y de igual manera desde la estación de metro Ofelia, se paga tan solo 0,05 centavos en caso de hacer un transbordo en el interior de la estación. Para llegar a la comunidad La Capilla, es necesario tomar un segundo bus, en la parada que está ubicada en la Iglesia de Calderón, el pasaje tiene un valor de 0,25 centavos.

(TROLEBUS, 2016)

La comunidad La Capilla, está ubicada en la parroquia de Calderón, esta comunidad cuenta con numerosos recursos turísticos, como un mirador desde donde se puede divisar gran parte de la extensión que posee el bosque de Jalonguilla, un cementerio ancestral donde se realizan rituales, una iglesia llamada La Capilla su nombre viene desde la época española, siendo este sitio en la época Inca un Centro Ceremonial donde acudían los pueblos ancestrales. (Guañuna, 2019)

En esta comunidad hubo asentamientos de la cultura Kitu kara, aún se mantienen tradiciones orales y representativas, e historia que va trascendiendo de generación en generación, intentando mantener el legado que dejaron los antepasados. (Guañuna, 2019)

El trabajo en equipo es la fuerza que mantiene esta comunidad, entre todos colaboran para preservar sus recursos naturales y culturales, cada cierto tiempo se unen y realizan mingas.

## **1.02 Justificación**

El presente proyecto se ancló a las líneas de investigación que presenta el ISTCO, como es la de operación turística de atractivos y destinos, que se concatena al posicionar y potenciar a Ecuador como un país mega diverso intercultural y

multiétnico desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo en un marco de protección del patrimonio cultural y natural, de igual manera se toma como referencia los relatos de cada integrante de la comunidad que con su conocimiento aportarán favorablemente para el propósito de este proyecto.

La comunidad La Capilla, cuenta con numerosos recursos que todavía no han sido aprovechados para darlos a conocer.

Este proyecto se realiza con el propósito de rescatar las tradiciones orales y representativas, la historia, los recursos turísticos y la gastronomía que posee la comunidad, a través del diseño de un plan estratégico promocional, siguiendo con cada una de las etapas que lo conforman. Es cierto que la parroquia Calderón es conocida, pero a pesar de que dicha comunidad forma parte de la parroquia no tiene la suficiente promoción para que pueda ser conocida al menos entre turistas locales.

### **1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)**

Según (CEMPRO, 2019) un Problema Central se refiere a “Una situación que denota inconveniencia, insatisfacción o que es un hecho negativo desde el punto de vista social. Se puede caracterizar como una necesidad insatisfecha”

La matriz T es una herramienta utilizada para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Se sustenta en dos principios básicos: el encadenamiento (vertical y horizontal) y la participación, sólo la participación de todos los involucrados en el proyecto permite un abordaje más integral del problema, y por ende, mayores posibilidades de éxito. (Valenzuela, 2015)

Tabla 1: Escalas

1	Bajo
2	Medio bajo
3	Medio
4	Medio alto
5	Alto

Elaborado por: Dayana Morales

**Análisis:**

En la tabla elaborada se ilustra la escala que va del 1 (ponderación baja) al 5 (ponderación alta) y servirá para calificar el potencial de cambio en las fuerzas impulsadoras y fuerzas bloqueadoras.

Tabla 2: Matriz de análisis de fuerzas T

<b>Problema Agravado</b>	<b>Problema Central</b>				<b>Problema Resuelto</b>
Limitado conocimiento sobre la comunidad “La Capilla” y los recursos que poseen para poder visitar	Escasa promoción turística de la comunidad “La Capilla” por el desconocimiento de los recursos que poseen				Diseño de un plan estratégico promocional para llevar a cabo la difusión de los recursos naturales y culturales de la comunidad “La Capilla” mediante una revista digital
<b>Fuerzas Impulsadoras</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>Fuerzas Bloqueadoras</b>
Participación del Presidente de la comunidad La Capilla para el diseño de un plan estratégico promocional	3	5	4	1	Mínimo aporte e interés en el diseño de un plan estratégico promocional por parte del GAD parroquial de Calderón
Empoderamiento de los recursos culturales y naturales por parte de la comunidad con fines turísticos	3	5	4	2	Limitado conocimiento por parte de la comunidad de la correcta promoción de los recursos naturales y culturales que poseen
Levantamiento de información histórica, gastronómica y de los recursos naturales y culturales de la	4	5	5	2	Información desactualizada acerca de la comunidad en el GAD parroquial

comunidad La Capilla					
Diseño de una revista digital como parte promocional para la difusión de información sobre la comunidad	2	4	4	1	Desconocimiento sobre el manejo de medios tecnológicos para visualizar la revista
Integrantes de la comunidad capacitados para brindar información de los recursos a los visitantes	3	5	4	1	Desinterés de algunos integrantes de la comunidad para capacitarse

Elaborado por: Dayana Morales

### **Análisis:**

Para analizar la matriz de fuerzas T, hay que tener en cuenta que se evalúa las fuerzas impulsadoras y bloqueadoras mediante dos indicadores I: Intensidad y P.C: Potencial de cambio.

Para el proceso que necesita el desarrollo del proyecto, se tiene la colaboración total del presidente de la comunidad, quien apoyará y guiará con lo que se solicite durante la duración del proyecto, ya que desafortunadamente la comunidad no ha recibido el apoyo necesario del GAD parroquial, para el desarrollo de este proyecto.

Junto a la comunidad se desea llegar a la colaboración y el empoderamiento de los recursos naturales y culturales que poseen en su territorio y todavía no han sido dados a conocer, ellos tienen el conocimiento del potencial que poseen como comunidad para el turismo, pero no saben cuál es la manera correcta para realizar la promoción de los recursos.

Para elaborar el plan estratégico promocional será necesario realizar el levantamiento de información de los recursos naturales y culturales, historia, datos

generales y todo lo que sea necesario para la promoción de la comunidad, la información será recopilada mediante entrevistas a los integrantes de la misma ya que en el GAD parroquial no disponen de información actualizada sobre la comunidad.

La promoción de la comunidad será mediante el diseño de una revista digital, donde se detalle todo lo necesario para motivar a la gente a que realice la visita a la comunidad, no todos los pobladores saben manejar la tecnología en su totalidad, pero se espera que con ayuda de personas que si logran hacerlo se pueda incrementar el conocimiento.

Es necesario que los integrantes de la comunidad estén capacitados para recibir a los visitantes, ya que es fundamental brindar un buen servicio para transmitir un ambiente confortable, no todos los integrantes están dispuestos a recibir capacitaciones debido a la falta de tiempo, pero habrá alternativas para solucionar ese motivo y lograr que todos estén listos para recibir visitantes a la comunidad.

## CAPITULO II

### 2.00 Análisis de involucrados

#### 2.01 Mapeo de involucrados

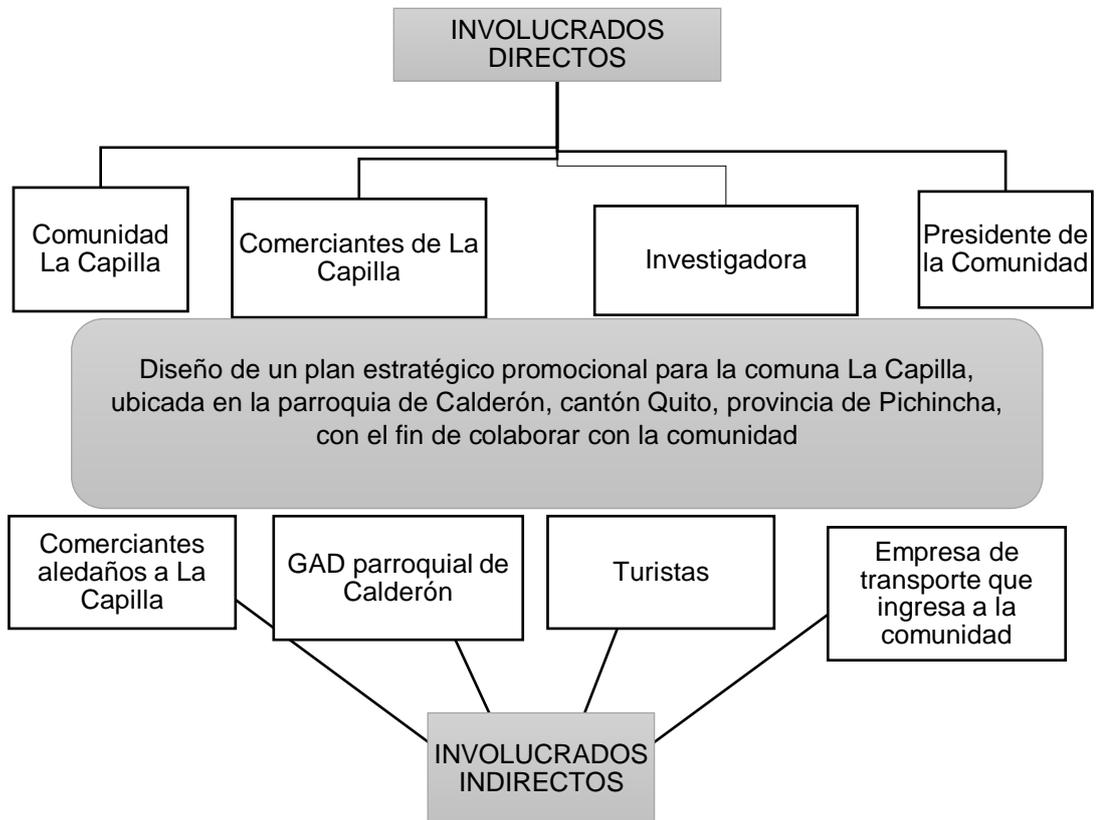


Figura 1: Mapeo de involucrados  
Elaborado por: Dayana Morales

#### Análisis:

En la elaboración de esta figura se identifican los involucrados directos e indirectos que se integran en el proyecto mediante el mapeo, que se basó en el nivel de participación y factores que lo benefician.

Entre los involucrados directos al tema planteado se destacan los siguientes: Comunidad La Capilla, investigadora, comerciantes de La Capilla y presidente de la comunidad; ellos son quienes tendrán mayor beneficio en la realización del proyecto.

Finalmente en los involucrados indirectos del tema se destacan:

Comerciantes aledaños a La Capilla, GAD parroquial de Calderón, Turistas y empresa de transporte que ingresa a la comunidad; ellos son quienes tendrán beneficio pero en un nivel menor.

## 2.02 Matriz de análisis de involucrados

Tabla 3: Porcentajes de involucrados

INVOLUCRADOS	DIRECTOS	INDIRECTOS	%
Comunidad La Capilla	X		25%
Comerciantes de La Capilla	X		20%
Investigadora	X		15%
Presidente de la comunidad	X		20%
Comerciantes aledaños a La Capilla		X	5%
GAD parroquial de Calderón		X	5%
Turistas		X	5%
Empresa de transporte que ingresa a la comunidad		X	5%
Total			100 %

Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

A través de la presente tabla, se organizó y ubicó a los involucrados tanto directos como indirectos, proporcionando un porcentaje a cada uno, el cual muestra el nivel de favorecimiento, así al final se suman dichos porcentajes y se adquiere un total del 100%.

Por lo tanto en relación al porcentaje que se le destinó a cada uno de los involucrados el principal favorecido del proyecto es la comunidad La Capilla con un 25%, le sigue con el mismo porcentaje del 20% el presidente de la comunidad y los comerciantes de la comunidad, y finalmente un 15% para la investigadora que realiza el proyecto, estos porcentajes son para involucrados directos.

Para los involucrados indirectos todos tiene el mismo valor del 5%, siendo el menor porcentaje de favorecimiento que se asignó en la tabla, a los siguientes involucrados: Comerciantes aledaños a La Capilla, GAD parroquial de Calderón, Turistas y empresa de transporte que ingresa a la comunidad.

Tabla 4: Matriz de análisis de involucrados

<b>ACTORES INVOLUCRADOS</b>	<b>INTERÉS SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL</b>	<b>PROBLEMAS PERCIBIDOS</b>	<b>RECURSOS, MANDATOS Y CAPACIDADES</b>	<b>INTERÉS SOBRE EL PROYECTO</b>	<b>CONFLICTOS POTENCIALES</b>
Comunidad La Capilla	Difundir la publicidad diseñada sobre la comunidad para llegar a los visitantes	Desconocimiento de estrategias para dar a conocer los recursos	Integrantes de una comunidad con anhelo de ampliar sus recursos económicos mediante la incursión en el turismo	Fomentar el turismo en su comunidad gracias a los recursos que poseen	Escasos recursos económicos
Comerciantes de La Capilla	Interés en incrementar la venta de sus productos y aumentar en su inventario productos relacionados con actividades turísticas	Déficit de interés en colaborar con los comerciantes de la comunidad para invertir en insumos relacionados al turismo	Art 7: Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.	Incrementar su economía para favorecer a la comunidad	Los comerciantes no poseen gran variedad de productos debido a la escasa demanda de visitantes
Presidente de la	Impartir el conocimiento sobre la gastronomía y los	Información sobre la comunidad desactualizada e	Trabajo en equipo para impulsar el turismo en una	La unión de todos los moradores para poder contribuir	No todos los moradores tienen la posibilidad de contribuir con

comunidad	recursos naturales y culturales que posee la comunidad	incompleta en lugares donde no se debería dar dicho inconveniente como el GAD de Calderón	comunidad que no recibe el apoyo necesario	con relatos nuevos	información por falta de tiempo
Investigadora	Investigar para realizar el levantamiento sobre la comunidad La Capilla	Desactualización de información	Manejo de fichas de atractivos turísticos para el levantamiento o correspondiente	Diseñar un plan estratégico promocional para la comunidad La Capilla	Escaso conocimiento y difusión de información sobre la comunidad
Comerciantes aledaños a La Capilla	Incremento en la demanda de turistas en su zona	Los productos de venta son similares a los que ofrecen los comerciantes de La Capilla	Art 7: Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros	Incremento económico a los sectores aledaños a La Capilla	Existe más variedad de productos en tiendas de los comerciantes aledaños
GAD Parroquial de Calderón	Diseño de la revista digital para aumentarla en su página web	El apoyo por parte del GAD es mínimo	Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.	Interés en que el plan estratégico promocional resulte favorable	Se necesita la revisión minuciosa de la revista para saber si es conveniente aumentarla en su página web
Turistas	Visitar los diferentes recursos turísticos de la zona ya sea por ocio o por trabajo	Escasos establecimientos de hospedaje cerca de la comunidad	La visita es fundamental para la difusión y atracción a más visitantes	Conocer tradiciones y platos autóctonos del lugar	No se sienten atraídos por la escasa información que existe de la comunidad

Empresa de transporte que ingresa a la comunidad	Incremento en la afluencia de visitantes para el transporte público	Solamente existe una ruta de transporte que ingresa a la comunidad	Buen servicio a los pasajeros	Mayor aumento económico para la empresa que brinda el servicio	El lapso de espera entre unidades puede parecer extenso a los visitantes
--	---	--	-------------------------------	--	--

Elaborado por: Dayana Morales

### **Análisis:**

En la matriz de análisis de cada involucrado tanto directo como indirecto, se analiza el interés que cada actor tiene sobre el problema central y sobre el proyecto, también se analiza un problema percibido y conflicto potencial, finalmente también se analiza los recursos, mandatos o capacidades de cada actor

En el primer actor que se analizó se encuentra la comunidad La Capilla, donde un problema percibido es el desconocimiento de estrategias que se pueden utilizar para dar a conocer los recursos que poseen, por ello la creación del proyecto y diseñar el plan estratégico, la comunidad contribuye con la difusión de la publicidad para llegar a más gente y motivar la visita.

El segundo actor son los comerciantes de La Capilla, su problema se basa en que al no obtener el recurso económico necesario no se puede abastecer el inventario con más productos, pero el interés que existe será la solución para el problema ya que si la demanda de visitantes aumenta también aumentara el recurso económico y de esta manera se puede sumar al inventario productos para actividades turísticas, como bloqueador solar, bebidas energizantes variadas, gafas de sol, gorras, entre otros.

En tercer lugar está el presidente de la comunidad Gonzalo Guañuna, su interés principal es que los visitantes y los propios moradores de La Capilla

conozcan de sus tradiciones orales y representativas, historia y gastronomía; ya que en ese lugar se sabe que hubo asentamientos de la cultura Kitu Kara. Aunque no todos los integrantes de la comunidad pueden contribuir con información por falta de tiempo, se tendrá información de los demás integrantes.

La investigadora es parte fundamental, ya que es quien recopila la información para el respectivo levantamiento de atractivos y ejecución del plan estratégico promocional, al no tener promoción la comunidad, la información es desactualizada y a su vez es mínima, por lo que se toma eso como un problema.

Los comerciantes aledaños a La Capilla, tendrán una oportunidad positiva para comercializar sus productos, pero eso podría resultar un problema para los comerciantes de La Capilla debido a que el inventario que poseen es mucho más variado y algunos productos son similares, el fin del proyecto es que visiten la comunidad por lo que el destino principal será La Capilla, de tal manera que es un plus para poder solucionar el problema.

El GAD parroquial de Calderón no se ha involucrado en el desarrollo del proyecto, no brinda el apoyo necesario a la comunidad, por eso lo que se busca con la creación de una revista digital es atraer también el interés del GAD para que sientan el deseo de aumentar la revista en la página web oficial del GAD de Calderón.

Los turistas buscan conocer nuevos lugares, costumbres, gastronomía y más en una zona que todavía no es conocida, es importante tener en cuenta que la opinión de los turistas será la que se difunda y genere más visitas dependiendo si es una crítica positiva o negativa.

---

Por último la empresa de transporte que ingresa a la comunidad, actualmente solo existe una ruta para el ingreso a la comunidad y la espera entre cada unidad puede ser de 10 a 15 minutos, con el incremento de visitantes la empresa será beneficiada económicamente.

## CAPITULO III

### 3.00 Problemas y Objetivos.

#### 3.01 Árbol de Problema

<b>E F E C T O S</b>	Limitado apoyo para el desarrollo en el ámbito turístico de la comunidad	Escasa promoción y difusión turística de la comunidad	Ausencia de información pública para el conocimiento de visitantes	Dificultad en el acceso a la revista digital	Turista insatisfecho por un servicio negativo
Escasa promoción turística de la comunidad “La Capilla” por el desconocimiento del potencial sobre los recursos que poseen					
<b>C A U S A S</b>	Mínimo aporte e interés en el diseño de un plan estratégico promocional por parte del GAD parroquial de Calderón	Limitado conocimiento por parte de la comunidad de la correcta promoción de los recursos naturales y culturales que poseen	Información desactualizada acerca de la comunidad en el GAD parroquial	Desconocimiento sobre el manejo de medios tecnológicos para visualizar la revista digital	Desinterés de algunos integrantes de la comunidad para capacitarse

Figura 2: Árbol de problemas  
Elaborado por: Dayana Morales

#### **Análisis:**

En la figura y en base al problema central: Escasa promoción turística de la comunidad “La Capilla” por el desconocimiento del potencial sobre los recursos que poseen, se desglosa las causas con su respectivo efecto.

La primera variable en causas es el mínimo aporte e interés por parte del GAD parroquial de Calderón, para realizar el plan estratégico promocional de la comunidad, esto nos muestra como efecto el limitado apoyo que brinda el GAD para

el desarrollo turístico de la comunidad, por esta razón es fundamental el apoyo de autoridades.

Los integrantes de la comunidad no tienen el conocimiento exacto de estrategias para promocionar correctamente su comunidad, por esta razón la promoción es limitada y por ende no se difunde nada con respecto a La Capilla.

Es necesario obtener información para poder desarrollar el proyecto, pero la información esta desactualizada acerca de la comunidad en el GAD parroquial, esto da como efecto la ausencia de información pública para el conocimiento de visitantes.

Actualmente la mayor parte de personas manejan los medios tecnológicos, pero hay que tener en cuenta que puede existir un porcentaje de personas que posee desconocimiento sobre el manejo de medios tecnológicos, por lo tanto también habrá el desconocimiento para visualizar la revista digital, esto da como efecto la dificultad en el acceso a la revista digital.

Si los integrantes de la comunidad no reciben capacitación para atender a los visitantes genera un problema debido a que ellos pueden dar un mal servicio y el visitante se sienta insatisfecho y arrepentido de haber visitado la comunidad.

### 3.02 Árbol de objetivos

<b>F I N E S</b>	Favorable desarrollo de la comunidad en el ámbito turístico	Incremento en la promoción y difusión turística de la comunidad	Mayor cantidad de información pública para el conocimiento de visitantes	Fácil acceso para visualizar la revista digital de la comunidad	Turistas satisfechos disfrutando de un servicio de calidad
Diseño de un plan estratégico promocional para la comunidad La Capilla					
<b>M</b>	Apoyo e	Conocimiento	Información	Conocimiento sobre el	Interés de los

<b>E</b>	interés en el	sobre un buen	actualizada	correcto	integrantes
<b>D</b>	diseño de un	manejo de	acerca de la	manejo de	de la
<b>I</b>	plan	estrategias	comunidad en	medios	comunidad
<b>O</b>	estratégico	promocionales	el GAD	tecnológicos	para
<b>S</b>	promocional	por parte de los	parroquial	para la	capacitarse
	por parte del	integrantes de la		visualización	
	GAD	comunidad		de la revista	
	parroquial de			digital	
	Calderón				

Figura 3: Árbol de objetivos  
Elaborado por: Dayana Morales

### **Análisis:**

El objetivo que tiene la ejecución del proyecto es diseñar un plan estratégico promocional para la comunidad La Capilla, en esta figura se detallan los aspectos a solucionar medios y fines.

El primer medio es la obtención de apoyo e interés en el diseño de un plan estratégico promocional por parte del GAD parroquial de Calderón, es necesaria la ayuda para así llegar a interesarse más por el desarrollo turístico de la comunidad aprovechando de manera responsable los recursos que poseen.

Otro medio es el conocimiento sobre un buen manejo de estrategias promocionales por parte de los integrantes de la comunidad, mediante se va desarrollando el proyecto con la colaboración de la comunidad se puede llegar a obtener un fin positivo como es el incremento en la promoción y difusión turística de la comunidad.

Si se actualiza la información en el GAD parroquial de Calderón sobre la comunidad, también sería una manera de llegar al aumento de visitantes, ya que se

obtendría mayor cantidad de información pública para el conocimiento de visitantes, la cual se puede difundir.

Si se colabora informando claramente cómo acceder a la revista, el porcentaje que desconoce de qué manera hacerlo, podrá adquirir el conocimiento sobre el correcto manejo de medios tecnológicos para la visualización de la revista digital y de tal manera que se facilite el acceso para la visualización de la misma.

Finalmente, se detalla el interés de los integrantes de la comunidad para capacitarse, si el 100% de la comunidad tiene un buen conocimiento sobre atención, brindará un excelente servicio y el visitante quedará con el sentimiento de querer volver.

## CAPITULO IV

### 4.00 Análisis de alternativas

El análisis de alternativas nos ayuda a plantear el objetivo principal del presente proyecto, y a la vez se logra identificar los medios que sean posibles para alcanzarlo y seleccionar los que resulten más adecuados dependiendo la necesidad de nuestro proyecto. El objetivo principal que tenga el proyecto simboliza un cambio social, cuyo logro es la solución al problema central que afecta a la población beneficiaria. (CEMPRO, 2019)

### 4.01 Matriz de análisis de alternativas

Tabla 5: Categorías

1-5	Bajo
6-11	Medio Bajo
12-17	Medio Alto
18-...	Alto

Elaborado por: Dayana Morales

#### **Análisis:**

Esta tabla detalla los valores del análisis de alternativas, que ayudaran a identificar que tan factible es el proyecto que se pretende realizar en la cual de 1 – 5 representa bajo, de 6 – 11 medio bajo, de 12 – 17 medio alto y de 18 en adelante alto. Para que el presente proyecto pueda ser considerado viable la escala debe proporcionar como resultado un valor igual o superior a 12.

Tabla 6: Matriz de análisis de alternativas

<b>Matriz de análisis de alternativas</b>							
<b>Objetivos</b>	<b>Impacto sobre el propósito</b>	<b>Factibilidad Técnica</b>	<b>Factibilidad Financiera</b>	<b>Factibilidad Social</b>	<b>Factibilidad Política</b>	<b>Total</b>	<b>Categorías</b>
Apoyo e interés en el diseño de un plan estratégico promocional por parte del GAD parroquial de Calderón	4	4	3	4	3	18	Alto
Conocimiento sobre un buen manejo de estrategias promocionales por parte de los integrantes de la comunidad	4	2	3	3	3	15	Medio alto
Información actualizada acerca de la comunidad en el GAD parroquial	5	5	3	5	3	21	Alto
Conocimiento sobre el correcto manejo de medios tecnológicos para la visualización de la revista digital	4	3	2	5	3	17	Medio Alto
Interés de los integrantes de la comunidad para capacitarse	4	2	2	4	3	15	Medio Alto

---

Total	21	16	13	21	15	86	
-------	----	----	----	----	----	----	--

Elaborada por: Dayana Morales

### **Análisis:**

En esta tabla se realiza un análisis de las alternativas que se han planteado para el proyecto, cada uno con su categoría correspondiente, analizando factores técnicos, sociales, económicos y políticos, con esto se desea conocer que tan factible es el presente proyecto.

En el análisis sobre el apoyo e interés en el diseño de un plan estratégico promocional por parte del GAD parroquial de Calderón, tiene un impacto sobre el propósito de 4, en factibilidad técnica un 4, con una factibilidad financiera de 3, factibilidad social 4 y en el último aspecto una factibilidad política de 3, lo cual nos da un total de 18 lo que es equivalente a una categoría alta.

Para el conocimiento sobre un buen manejo de estrategias promocionales por parte de los integrantes de la comunidad, se obtuvo una categoría media alta, es importante que sea factible este objetivo ya que es fundamental que los integrantes tengan noción de que manera promocionar sus recursos, por esta razón personas han decidido colaborar con brindar información sobre la promoción.

Para todo tipo de proyecto siempre es necesario la recopilación de información, por esta razón se solicitó información actualizada acerca de la comunidad al GAD parroquial, ya que la información que ellos poseen es mínima y desactualizada, la categoría de esta alternativa es alta.

En la publicidad, que es la segunda etapa de un plan estratégico promocional se diseñarán trípticos, donde se colocará el link de ingreso a la página y

los pasos a seguir de manera clara ya que el conocimiento sobre el correcto manejo de medios tecnológicos para la visualización de la revista digital es importante, tiene un total de 17, con categoría medio alto.

En el interés de los integrantes de la comunidad para capacitarse es factible, ya que ellos serán quienes atiendan a los visitantes, serán quienes construyan la imagen de servicio para la comunidad por lo que analizando los factores se tuvo un total de 15, dando una categoría medio alta.

#### 4.02 Matriz de análisis de objetivos

Tabla 7: Matriz de análisis de objetivos

	<b>Factibilidad de lograrse Alto – Medio – Bajo (4 – 2 – 1)</b>	<b>Impacto en género Alto – Medio – Bajo (4–2–1)</b>	<b>Impacto ambiental Alto – Medio – Bajo (4 – 2 – 1)</b>	<b>Relevancia Alto – Medio – Bajo (4 – 2 – 1)</b>	<b>Sostenibilidad Alto – Medio – Bajo (4 – 2 – 1)</b>	<b>Total</b>
<b>Apoyo e interés en el diseño de un plan estratégico promocional por parte del GAD parroquial de Calderón</b>	Factibilidad técnica	Apoyo técnico por parte de los integrantes del GAD parroquial	Estrategias que no afectan a los recursos con la llegada de visitantes	Colaborar impartiendo sus conocimientos con los integrantes de la comunidad	Distribución correcta de los recursos económicos que se generen por el incremento de la actividad turística	<b>22 – 32 Bajo</b>
<b>Conocimiento sobre un buen manejo de estrategias promocionales por parte de los integrantes de la comunidad</b>	Vinculación de la comunidad en el transcurso del desarrollo y decisiones que se tomen del presente proyecto	Intervención de todas las personas involucradas en la comunidad	Cuidado de los recursos mediante capacitaciones de preservación con la colaboración del SNAP	Direccionar a la comunidad sobre que estrategias son factibles para promover la comunidad	Se cumple con el eje de sostenibilidad socialmente inclusivo	<b>33 – 44 Medio Bajo</b>
<b>Información actualizada acerca de la comunidad en el GAD parroquial</b>	Factibilidad social	Participación del GAD en conjunto con la comunidad	Incluir la educación ambiental	Información accesible, precisa y verídica para todos	Se cumple con el eje de sostenibilidad social	<b>45 - 66 Medio Alto</b>

<b>Conocimiento sobre el correcto manejo de medios tecnológicos para la visualización de la revista digital</b>	Factibilidad social	Intervención de personas con capacidades limitadas, grupos GLBTI, mujeres y hombres	Minimizar impacto ambiental mediante la utilización de las nuevas tecnologías	Reducir el material impreso para realizar el levantamiento de información para la revista	Se cumple con el eje de sostenibilidad al ser ambientalmente amigable	<b>67 - ? Alto</b>
<b>Interés de los integrantes de la comunidad para capacitarse</b>	Contar con la organización de la comunidad para coordinación de horarios	Mayor impacto para los integrantes de la comunidad	Incluir en la capacitación temas que generen conciencia ambiental por medio de las 5R	Factibilidad de los pobladores para brindar información al visitante	Proporcionar mejor información y atención al turista por parte de los integrantes de la comunidad	
	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>82 Alta</b>

Elaborado por: Dayana Morales

### **Análisis:**

En esta tabla se analiza el impacto de los objetivos en diferentes aspectos como social, económico y ambiental, también analiza la viabilidad del proyecto, para que sea favorable en su viabilidad y pueda ser desarrollado, el número total obtenido debe ser mayor a 45.

Con respecto a los objetivos, son los ya planteados anteriormente, para los cuales se tuvo diversas factibilidades a lograrse, entre ellas están en el siguiente orden, la factibilidad técnica, la vinculación de la comunidad en el transcurso del desarrollo y decisiones que se tomen del presente proyecto, la factibilidad social y

contar con la organización de la comunidad para coordinación de horarios y que puedan tener sus respectivas capacitaciones.

En el impacto que causará en el género hay varios análisis que corresponden a cada objetivo, entre ellos el apoyo técnico por parte de los integrantes del GAD parroquial, la intervención de todas las personas involucradas en la comunidad, la participación del GAD en conjunto con la comunidad, la intervención de personas con capacidades limitadas, grupos GLBTI, mujeres y hombres, el mayor impacto para los integrantes de la comunidad.

En lo que concierne al impacto ambiental favorable se tiene que realizar estrategias que no afecten a los recursos con la llegada de visitantes, cuidado de los recursos mediante capacitaciones de preservación con la colaboración del SNAP, incluir la educación ambiental, minimizar impacto ambiental mediante la utilización de las nuevas tecnologías, incluir en la capacitación temas que generen conciencia ambiental por medio de las 5R que significan reducir, reutilizar, reciclar, reparar y regular.

La relevancia para este proyecto es significativa ya que se va a tener la colaboración por parte del GAD impartiendo sus conocimientos con los integrantes de la comunidad, se va a direccionar a la comunidad sobre que estrategias son factibles para promocionar la comunidad, obtener información accesible, precisa y verídica para todos, tratar de reducir el material impreso para realizar el levantamiento de información para la revista, factibilidad de los pobladores para brindar información al visitante.

Se necesita cumplir con la sostenibilidad para el impacto de objetivos, por ello se cumplirá con lo siguiente se hará la distribución correcta de los recursos económicos que se generen por el incremento de la actividad turística, se cumple con el eje de sostenibilidad socialmente inclusivo, se cumple con el eje de sostenibilidad social, se cumple con el eje de sostenibilidad al ser ambientalmente amigable, proporcionar mejor información y atención al turista por parte de los integrantes de la comunidad.

Una vez terminado el análisis del impacto de los objetivos la puntuación de la tabla es de 82 lo cual nos hace saber que el proyecto cuenta con la factibilidad necesaria para desarrollarlo e implementarlo.

#### 4.03 Diagrama de estrategias

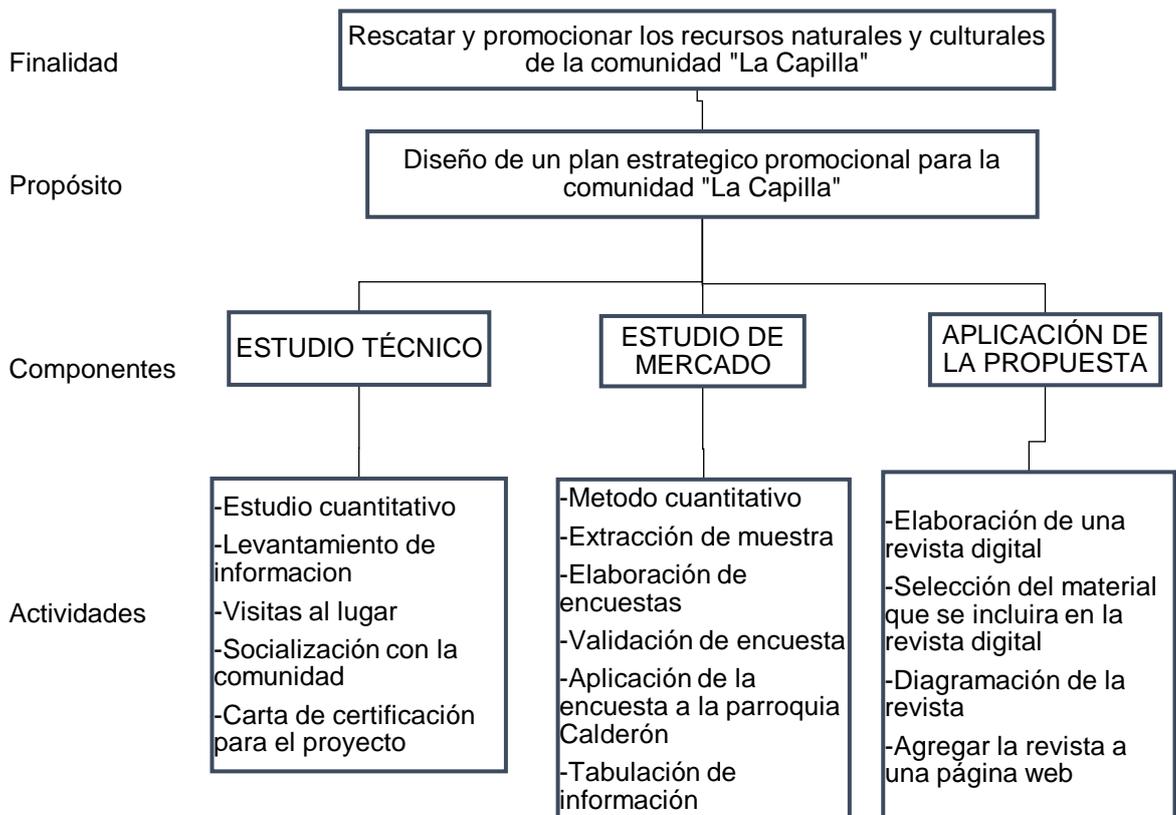


Figura 4: Diagrama de estrategias  
Elaborado por: Dayana Morales

**Análisis:**

La presente figura tiene sentido de abajo hacia arriba, aquí se detalla las estrategias y son distribuidas en cuatro fases que son las actividades, los componentes, el propósito y la finalidad.

En la primera fase que son las actividades, se encuentran agrupadas en los componentes de la segunda fase que son, estudio técnico, estudio de mercado y aplicación de la propuesta. En el estudio técnico las actividades a realizar son un estudio cuantitativo, el levantamiento de información, las visitas al lugar de estudio, la socialización con la comunidad y finalmente la carta de certificación para el proyecto. En el estudio de mercado se detallaron las siguientes actividades aplicación del método cuantitativo, la extracción de muestra para saber a qué cantidad de personas hay que encuestar, la elaboración de encuestas, se realiza la validación de la encuesta, la aplicación de la encuesta a la parroquia Calderón y finalmente la tabulación de información. Y en el último grupo de actividades que es la aplicación de la propuesta está la elaboración de una revista digital, selección del material que se incluirá en la revista digital, diagramación de la revista y agregar la revista a una página web del GAD parroquial de Calderón una vez que la revista sea aceptada.

La tercera fase es el propósito del proyecto que es el diseño de un plan estratégico promocional para la comunidad "La Capilla".

Y finalmente la cuarta fase que es la finalidad que se espera obtener del proyecto, que es rescatar y promocionar los recursos naturales y culturales de la comunidad "La Capilla".

#### 4.04 Matriz de Marco Lógico

Tabla 8: Matriz de marco lógico

Objetivo	Indicadores	Medio de verificación	Supuestos
<b>Finalidad</b> Rescatar y promocionar los recursos naturales y culturales de la comunidad "La Capilla"	Alcanzar el 100% de promoción turística de la comunidad propuesto para el año 2021	-Registro de visitas para llevar un control  -Encuestas  -Comunicación continua con la comunidad	Obtener la colaboración y aceptación del GAD para publicar la revista digital en su página web
<b>Propósito</b> Diseño de un plan estratégico promocional para la comunidad "La Capilla"	Desarrollar el plan estratégico promocional al 100%, aplicando una revista digital para el año 2020	-Encuestas  -Fichas de atractivos turísticos	Adquirir los recursos necesarios para desarrollar la revista digital promocional de la comunidad La Capilla
<b>Componentes</b> -Estudio Técnico -Investigación de mercado -Aplicación de la propuesta	Culminar el 100% del proyecto de titulación para el mes de Marzo del año 2020	-Trabajo de titulación impreso	Desarrollar y aplicar la propuesta diseñada
<b>Actividades</b> -Levantamiento de información  -Elaboración de encuestas  -Elaboración de una revista digital  -Selección del material que se incluirá en la revista digital  -Diagramación de la revista  -Agregar la revista a una página web	-Levantamiento de información: \$10,00  -Encuestas: \$12,87  - Material digital: \$80,00  -Empastado y anillado para presentación del Trabajo de Titulación físico \$11,50	-Facturas -Proforma	Obtener toda la información que sea necesaria para el desarrollo del proyecto

Elaborado por: Dayana Morales

#### Análisis:

En la presente tabla se detalla la matriz de marco lógico, donde se presentan las actividades que se destacaron en el anterior diagrama de estrategias, mediante los

indicadores se permite valorar el avance y la implementación de la propuesta, la culminación del proyecto de titulación culminará en el mes de Marzo del año 2020, de igual manera para el mismo año se concluirá el desarrollo del plan estratégico mediante una revista digital.

Los costos que se detallaron son \$80,00 siendo el más alto destinado para la diagramación de la revista digital, \$12,87 es el costo que tiene la impresión de 383 encuestas de 2 hojas cada una a blanco y negro, \$11,50 para la impresión, empastado y anillado del proyecto de titulación y \$10,00 para el levantamiento de información debido a que se invirtió en transporte.

---

## CAPITULO V

### 5.00 Propuesta

#### 5.01 Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución

La parroquia de Calderón se encuentra ubicada a 15 Km del norte de la ciudad de Quito, en la zona árida perteneciente a la meseta de Guangüiltagua. El nombre primitivo que se le dio a la zona fue Carapungo, una palabra quichua que significa “entrada de los caras”, refiriéndose así al grupo indígena. En 1987, el nombre fue sustituido por el que actualmente nosotros conocemos, que es Calderón, haciendo honor al héroe de la batalla de Pichincha, Abdón Calderón. (Quito Cultura, 2019)

En la actualidad, la parroquia de Calderón está caracterizada por que existe la presencia de ebanistas, famosos por la elaboración de muebles con material como el laurel y guayacán, talladores que trabajan en madera, repujado en cuero, tejidos y el tradicional conocido mazapán. (Quito Cultura, 2019)

Lugares turísticos que podemos visitar en la parroquia de Calderón y cerca de ella:

- Iglesia de Calderón
- Huertos Orgánicos Pachamama
- Maky churay
- Artesanías en mazapán
- Mirador de La Capilla
- Bosque de Jalonguilla
- Iglesia La Capilla
- Cementerio ancestral de La Capilla

**Comunidad La Capilla.**- Aquí se asentaron los primeros habitantes pertenecientes a pueblos originarios del sector, cuyos descendientes se empeñan por preservar y revitalizar su herencia cultural.

Gastronomía autóctona del lugar:

- Cuy, conejo, gallina de campo.
- La uchucuta, dulce de sambo, dulce de zapallo.
- Untushtanda: masa del maíz con manteca de chanco, se lo pone en el tiesto, se forma una tortilla grande con unos puntos.
- El llamachaqui: la masa del maíz se envuelve en una hoja del carrizo, a diferencia de las humitas, se le forma de manera larguita, finita, por lo general es de dulce. (llama= patitas, chaqui = patas).
- Choclotanda: hoy conocida como humitas.
- Papatalón: papas molidas con tostado, hecho en tiesto. Se hace de sal o dulce.
- Jucho: el capulí
- Mazamorra: después se le conocía como colada y hoy en día como crema.
- Colada de churos.
- Champus, Jucho Sango, tostado de dulce.

La comunidad La Capilla posee varios atractivos turísticos que pueden ser promocionados, al igual que sus festividades y cultura. Carecen del apoyo necesario para poder diseñar alguna estrategia de promoción, que de esta manera ayude a la comunidad a que incrementen la demanda de turistas locales que sientan el interés por visitar la zona. Esta fue la principal razón que motivó al desarrollo del proyecto.

**Marketing:**

En inglés, market significa merca y marketing puede ser traducido como mercadotecnia o mercadeo. Es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial. (Mesquita, 2018)

**Plan:**

Se define como la intención y proyecto de hacer algo, ó como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos. Asimismo se ha definido como un documento en que se constan las cosas que se pretenden hacer y forma en que se piensa llevarlas a cabo. Y también se señala como la Organización y coordinación de las actividades económicas. (Ordaz & Saldaña, 2019)

**Estrategia:**

Históricamente el concepto de estrategia ha estado ligado a la dirección de operaciones militares destinadas a lograr objetivos preestablecidos. Por lo cual se puede decir que el origen de esta palabra fue con sentido militar, y con la evolución de los años su significado ha cambiado. Actualmente es la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas. (Fxrader, 2016)

**Promoción:**

La promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing, la cual tiene el fin de comunicar a los posibles turistas, que vendrían a ser

consumidores, sobre una oferta turística. Por lo que se puede definir a promoción como el conjunto de las acciones, que comunican los atributos del destino y persuaden a los consumidores a su visita, con el fin de incrementar la demanda en dicho destino. (Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2015)

### **Plan estratégico de promoción:**

Es un elemento clave en las campañas de marketing, que consiste en un conjunto de instrumentos o de incentivos a corto plazo, diseñados para estimular rápidamente o en mayor medida la compra de determinados productos o servicios, que en el caso del turismo nos sirve para aumentar la demanda de turistas en determinados lugares. La elaboración de un plan estratégico de promoción, consta de tres etapas fundamentales en su desarrollo, que son: Promoción, publicidad y ventas. (Planeaciones estratégicas, 2020)

### **Publicidad:**

Es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar una promoción para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado. Es decir, este verbo, refiere a iniciar o impulsar un proceso o una cosa, en este caso dar a conocer una comunidad y sus atractivos, con el fin de rescatar sus tradiciones orales y representativas. (Giraldo, 2019)

### **Revista Digital:**

A diferencia de la versión impresa, las revistas digitales aprovechan la tecnología de la publicación digital la cual permite agregar animaciones, multimedia y enlaces dentro de la revista para que sea más interactiva y mejor estéticamente. Las

revistas se pueden distribuir de forma gratuita como plan de Marketing e incluso pueden ser una réplica exacta de la versión impresa. (Vásquez, 2019)

**Turismo:**

El turismo se describe como las actividades que son realizadas por las personas durante sus viajes y estancias en lugares que son distintos al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal, ya sea ocio, negocios u otro motivo personal, siempre y cuando no este relacionado con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (Turístico, 2019)

**Administración:**

Se define como el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales, teniendo una buena coordinación de las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz aprovechando los recursos mencionados. (Thompson, 2018)

**Potencial:**

Es un término con numerosos usos, como adjetivo, se puede referir a aquello que dispone de potencia, que cuenta con la virtud de algo diferente. Lo potencial es lo que tiene la posibilidad de llegar a ser, por lo tanto se puede considerar como su concepto etimológico lo relativo a la potencia, al o lo que puede o es capaz de algo. (Herrera, 2019)

**Atractivo turístico:**

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos

materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico, ya que es un elemento fundamental, y que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. (Calderón, 2017)

### **Recurso turístico:**

Los recursos son aquellos elementos que cuentan con potencial turístico pero que aún no posee las adecuaciones necesarias, pero que se presentan como un activo turístico en stock, que quiere decir que es como un conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización, es decir son “materia prima” para las atracciones. (Turístico, 2019)

### **Clasificación del atractivo:**

Para la clasificación de atractivos se considera dos categorías: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos.

En la categoría de SITIOS NATURALES se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o Litorales, ambientes marinos y tierras insulares. (MINTUR, 2017)

En la Categoría MANIFESTACIONES CULTURALES se reconocen los tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados. (MINTUR, 2017)

### **Patrimonio:**

Es el conjunto de bienes potenciales conocidos o desconocidos, naturales y culturales, materiales e intangibles, que operan como atractivos y causan el desplazamiento de viajeros para su conocimiento y disfrute. Se clasifican en diferentes tipos. Pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer las necesidades turísticas. También se puede definir como el conjunto integrado por los atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y la superestructura. (GRUPO CAMALEÓN, 2012)

### **Clasificación del patrimonio:**

La primera clasificación se refiere al patrimonio tangible, grupo, que se subclasifica en bienes patrimoniales culturales muebles. En su subclasificación se destacan objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, religiosos, tecnológicos, artesanales, folklóricos. En este primer grupo también se consideran a las esculturas, cerámicas, manuscritos, pinturas, piezas arqueológicas, fotografías, películas, grabaciones. Inmuebles como construcciones, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, obras arquitectónicas, monumentos y sitios con valor histórico, estético, etnológico y antropológico. (Sandoval, 2017)

En el segundo grupo se clasifican los bienes patrimoniales que son intangibles constituidos por rasgos que diferencian a cada comunidad, los cuales pueden ser: tradiciones, creencias, costumbres, ritos, gastronomía, y otro que hacen ver el tipo de vida en una comunidad. Constituidos por fiestas tradicionales, poesías, manifestaciones religiosas, música. (Sandoval, 2017)

### **Sostenibilidad:**

Sostenibilidad tiene varias definiciones, las tres principales que hay que tomar en cuenta es, asumir que la naturaleza y el medio ambiente no son una fuente inagotable de recursos, y por ese motivo es necesario que se proteja y su uso sea de manera racional. También es promover el desarrollo social buscando la unión entre comunidades y culturas y de esta manera alcanzar niveles satisfactorios en la calidad de vida. Y finalmente, también se puede definir a la sostenibilidad a la acción de promover un crecimiento económico que genere riqueza equitativa para todos sin dañar el medio ambiente. (Sostenibilidad para todos, 2016)

### **Gestión:**

La palabra gestión es la acción de administrar o gestionar algo. Se puede decir que gestionar es llevar a cabo tramites que hacen posible la realización de una operación comercial o de una necesidad cualquiera según sea la ocasión. La gestión también se la puede definir como la dirección o administración de una compañía o de un negocio. (EcuRed, 2019)

Tabla 9: Planta hotelera de Calderón

<b>HOTEL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
Hostal Calderón	Av. Panamericana Norte	★ ★ ★
Hostal Residencia Cartagena	Av. Rio Cayambe y Neptaly Godoy	★ ★ ★
Hostal Kalavip	Av. Padre Luis Vaccari, Quito	★ ★ ★
Quinta San Rafael	Ulpiano Becerra 120 Y Panamericana Norte	★ ★ ★ ★

Fuente: GAD de Calderón

Elaborado por: Dayana Morales

Tabla 10: Restaurantes de Calderón

<b>RESTAURANTE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CATEGORIA</b>
Pizzería el Hornero	Capitán Giovanni Calles, Carapungo	Sin categoría

La tablita del Tártaro	Complejo Comercial Carapungo	Sin categoría
El toro encendido Pub & Grill	Calixto Muzo, Quito	Sin categoría

Fuente: GAD de Calderón  
Elaborado por: Dayana Morales

Tabla 11: Entretenimiento

BARES	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
Bar el indio	Av. Carapungo, Quito	Sin Categoría
Licorería la Hueca	San Luis de Calderón	Sin Categoría

Fuente: GAD de Calderón  
Elaborado por: Dayana Morales

### 5.01.01 Análisis FODA

Tabla 12: Análisis FODA

Factor interno	Fortalezas	Debilidades
Factor externo	<p>1.- Contar con recursos turísticos naturales, culturales y gastronómicos que generan alto interés turístico</p> <p>2.- Contar con el apoyo, acompañamiento y réplica de información histórica de La Comunidad La Capilla</p> <p>3.- Se cuenta con los recursos naturales, como un mirador hacia el bosque Jalonguilla que genera gran interés en los turistas.</p> <p>4.- Se cuenta con recursos culturales arqueológicos como un lugar en el bosque de Jalonguilla en donde se encuentran restos pertenecientes a los ancestros de la cultura Kitu Karas.</p> <p>5.- La Comunidad cuenta con ferias gastronómicas que llama la atención de los turistas.</p>	<p>1.- Exclusión de proyectos turísticos por parte del GAD</p> <p>2.- Pérdida de la identidad cultural de los moradores jóvenes de la comunidad la Capilla.</p> <p>3.- Inexistente promoción de los recursos naturales y culturales de la comunidad La Capilla por parte del GAD</p> <p>4.- Inexistencia de un programa de manejo por parte de GAD y el INPC en zonas arqueológicas</p> <p>5.- Precario manejo de la venta de la gastronomía en eventos culturales de la parroquia</p>

<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias (FO)</b>	<b>Estrategias (DO)</b>
<p>1.- Contar con medios tecnológicos para poder promocionar la Comunidad La Capilla y sus recursos de manera óptima.</p> <p>2.- Ingreso de turistas con más enfoque hacia los recursos naturales de la comunidad.</p>	<p>(F1-O1) La comunidad La Capilla, tiene el privilegio de contar con recursos que proporcionan un alto interés turístico para visitantes que en la actualidad han asistido y brindado su opinión, por esta razón será más viable difundir información sobre los mismos al ser promocionados mediante medios tecnológicos, que es lo que más se utiliza actualmente.</p> <p>(F2-O2) Gracias a que contamos con el apoyo, acompañamiento y réplica de la información histórica de la comunidad, se puede difundir y atraer el ingreso de turistas que se sienten interesados por la naturaleza para que conozcan el bosque Jalonguilla y a su vez realizar una caminata guiada por sus senderos.</p> <p>(F3-F4-F5-O1) Gracias a los recursos naturales y culturales de la comunidad, se puede recopilar información para plasmarla en una revista digital y que las personas puedan tener conocimiento previo a su visita y de esta manera tener ingresos mediante la actividad turística.</p>	<p>(D1-O1) Diseñar una revista digital que llame la atención de los pobladores, como parte de la primera etapa del plan estratégico, esto para que pueda ser difundida y así poder alcanzar más cobertura, con información sobre todos los recursos que la comunidad La Capilla ofrece.</p> <p>(D2-D5-O2) Al haber jóvenes que ya no sienten interés por las tradiciones de la comunidad se genera la pérdida de su identidad, para lo cual se puede aprovechar que hay turistas que ingresan atraídos por la naturaleza y enviar a grupos de jóvenes guiando a los visitantes, de la misma manera invitar a los visitantes a deleitarse de la exquisita gastronomía y al finalizar que sean ellos quienes se organicen para limpiar el sitio.</p> <p>(D3-D4-O1) Como se detalla en las debilidades el apoyo por parte del GAD es mínimo, y al tener la oportunidad de realizar una revista sobre la comunidad va a ser necesario que el GAD se involucre para trabajar conjuntamente y controlar el ingreso de visitantes para preservar los recursos, ya que hay que tener en cuenta que en el bosque de Jalonguilla existen vestigios arqueológicos al aire libre y sin protección alguna.</p>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias (FA)</b>	<b>Estrategias (DA)</b>

<p>1.- Desconocimiento de la comunidad por parte de los turistas locales.</p> <p>2.- Infraestructuras afectadas debido a derrumbes ocurridos.</p> <p>3.- Corrupción en el manejo de las agencias de viajes al manejo de los turistas</p>	<p>(F1,2,3,4,5-A1) Difundir una revista digital con los recursos culturales, naturales y gastronómicos con los que cuenta la comunidad para generar mayor atracción de los turistas y así lograr que sea más conocida para incrementar la demanda de visitantes.</p> <p>(F1,2-A2) Se necesita incrementar las visitas a la comunidad para generar ingresos económicos, llevar un control de dichos ingresos y destinarlos a la remodelación de infraestructuras afectadas.</p> <p>(F2-A3) Tras el mal manejo de las agencias de viaje, se vio afectada la parroquia de Calderón y por esta razón la demanda de visitantes cayó, por eso es importante saber difundir y promocionar a la comunidad para tener una cantidad considerable de visitantes y en un futuro llegar a incluir a la comunidad en el itinerario de un paquete turístico.</p>	<p>(D1,3-A1) Colaborar en el desarrollo del ámbito turístico con la comunidad, ya que no poseen el apoyo necesario del GAD parroquial.</p> <p>(D1 – A2) Trabajar conjunto al GAD parroquial, para generar un plan de mantenimiento para recursos deteriorados para dar soluciones a las infraestructuras que tengan que ser arregladas.</p> <p>(D2-A3) Es necesario capacitar a los integrantes de la comunidad, para informarles que el turismo es una manera de dar a conocer sus costumbres a gente que no las conoce, por eso es importante no caer de nuevo en la corrupción que tiempo atrás se dio en la parroquia.</p>
--	---	--

Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

El FODA se analiza mediante factores internos y externo, en los factores internos se destacan fortalezas (F) y debilidades (D), mientras que en los factores externos se destacan las oportunidades (O) y amenazas (A). Cada uno de los componentes se combinan entre sí, para de esta forma generar estrategias que ayuden al desarrollo del proyecto.

En las fortalezas de la comunidad se destacan las siguientes, contar con recursos turísticos naturales, culturales y gastronómicos que generan alto interés turístico, contar con el apoyo, acompañamiento y réplica de información histórica de

La Comunidad La Capilla, se cuenta con los recursos naturales, como un mirador hacia el bosque Jalonguilla que genera gran interés en los turistas, se cuenta con recursos culturales arqueológicos como un lugar en el bosque de Jalonguilla en donde se encuentran restos pertenecientes a los ancestros de la cultura Kitu Karas y finalmente la última fortaleza es que la Comunidad cuenta con ferias gastronómicas que llama la atención de los turistas.

En debilidades se destacan las siguientes, en primer lugar la exclusión de proyectos turísticos por parte del GAD, la pérdida de la identidad cultural de los moradores jóvenes de la comunidad la Capilla, la inexistente promoción de los de los recursos naturales y culturales de la comunidad La Capilla por parte del GAD, la inexistencia de un programa de manejo por parte de GAD y el INPC en zonas arqueológicas y el precario manejo de la venta de la gastronomía en eventos culturales de la parroquia

En las oportunidades se detallan las siguientes, contar con medios tecnológicos para poder promocionar la comunidad La Capilla y sus recursos de manera óptima y el ingreso de turistas con más enfoque hacia los recursos naturales de la comunidad.

Finalmente en las amenazas existentes están, el desconocimiento de la comunidad por parte de los turistas locales, las infraestructuras afectadas debido a derrumbes ocurridos, y la corrupción en el manejo de las agencias de viajes al manejo de los turistas.

### *5.01.02 Investigación de mercado*

Es la recopilación de información y su análisis, en lo que tiene que ver con el mundo del mercado y de la empresa, puede ser realizado de forma sistemática o expresa, todo esto para tener la oportunidad de poder tomar decisiones dentro del ámbito del marketing estratégico y operativo. En resumen se trata de una gran herramienta, que permite a la empresa obtener información necesaria para plantear las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a los intereses que se desean. (Muñíz, 2019)

### *5.01.03 Instrumento de investigación*

#### **Investigación de campo:**

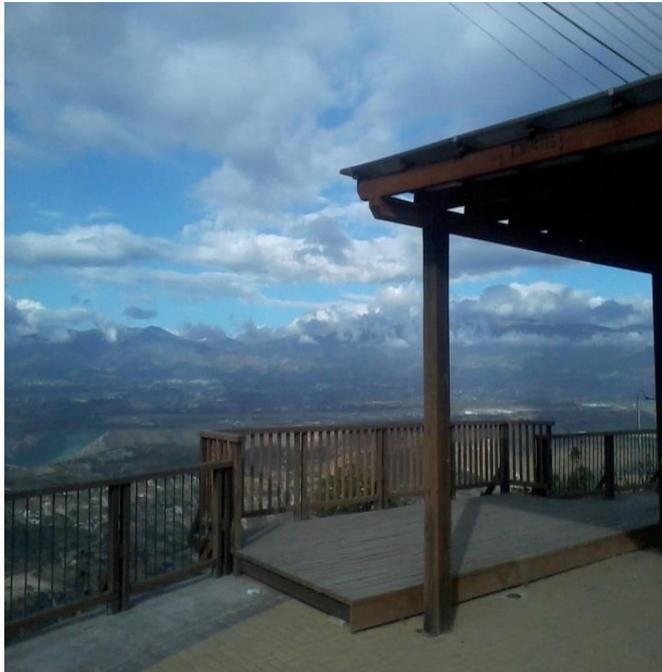
La manera en que se aplica la investigación de campo, es extrayendo datos e informaciones de la realidad mediante el uso de técnicas de recolección, estas técnicas pueden ser entrevistas o encuestas, todo con el fin de proporcionar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente. (Editorial definición MX, 2016)

La investigación de Campo es uno de los principales instrumentos que se ha utilizado para el diseño del Plan Estratégico Promocional para la comunidad La Capilla, Parroquia de Calderón, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, con la aplicación de esta herramienta podemos obtener la información necesaria sobre la situación actual en la comunidad, es imprescindible trasladarse hasta el lugar para realizar la recolección y levantamiento de información verídica.

Tabla 13: Ficha de recursos turísticos

1. NOMBRE		2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS					
Mirador La Capilla		1	NINGUNA					
4. CATEGORÍA	4.1 Tipo	4.2 Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 Estado de Conservación del Entorno	5.2 Declaratoria de Patrimonio	5.3 Nivel de Protección	5.4 Entidad que lo Declara	5.5, Estado de Interés
	Manif. estaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	MEDIO	MEDIO	NO	PARCIAL	Declarado Mirador
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1 Latitud	6.2 Longitud	6.3 Altitud	6.4 Estacionalidad / PERÍODO SECO			6.5 Estacionalidad / PERÍODO HUMEDO		
			Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (mm)	Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (mm)
-0.1	-78.4333	2.696 m.s.n.m.	Cálida	15.2 °C	79 mm	Fría	14.7 °C	69 mm
6.6 Provincia	6.7 Cantón	6.8 Parroquia	6.9 Sector	6.10 Zona	6.11 Calle	6.12 No.	6.13 Transversal	6.14 Otras Referencias
Pichincha	Quito	Calderón	Calderón	La Capilla	Av. José Miguel Guarderas	7	Chaupi	Frente al parque La Capilla
7. ACCESO								
7.1 Desde	7.2 Distancia	7.3 Tipo de acceso	7.4 Sub tipo	7.5 Estado de la vía	7.6 Medio de Transporte	7.7 Frecuencia Transporte Público	7.8 Horario	7.9 Observaciones
Carapungo	5.8 Km	Peatonal, Vehicular	Público, Privado	BUENA	Transporte público o privado		Cada 5 minutos	Existe un bus extra en Calderón para llegar a la comunidad

7.10 Horario de Ingreso	7.11 Precios (USD.)	7.13 Requisitos de Ingreso	7.14. Propietario	7.15 Persona de Contacto	7.16 Teléfono	7.17 Correo Electrónico	7.18 Página Web	
Hay varias líneas	0.25 centavos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>8. DESCRIPCIÓN</b>								
<p>El mirador La Capilla es un recurso natural que posee la comunidad, siendo un punto privilegiado de la meseta de Guangüiltagua. Desde este maravilloso lugar el visitante tiene la oportunidad de apreciar el Bosque seco de Jalonguilla, también brinda una vista panorámica del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre ubicado en Tababela, la parroquia de Guayllabamba e incluso el norte de la comunidad de Tabacundo. Constituye una parada obligatoria para admirar un bello paisaje con un clima templado entre hierbas y flores.</p>								
<b>9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES</b>								
Fotografía								
<b>10. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE</b>								
10.1 Meses de temporada alta	10.2 Tipo	10.3 Procedencia	10.4 Edad	10.5 Género	10.6 Estancia de los turistas por actividad	10.7 Medio por el que identificó el lugar		
Agosto	Local/Nacional	Local/Nacional	Niños, Adultos, Adultos mayores	Masculino y Femenino	LIBRE	Por la tarima cubierta del mirador		
<b>11. SERVICIOS</b>								
11.1 Estacionamiento	11.2 Alimentación	11.3 Alojamiento	11.4 Baterías Sanitarias	11.5 Servicio de guía	11.6 Alquiler de equipos	11.7 Señalización para llegar	11.8 Rutas Auto guiadas	11.9 Señalización Interna
Si	Si	No	No	Si	No	No	No	No
11.10 Tipo de	11.11 Contenedores de Basura	11.12 Seguridad	11.13 Mantenimiento	11.15 Información sobre el Recurso	11.16 Folletos Informativos	11.17 Venta de Souvenirs	Observaciones	

Señalización Interna							
No	Si	Si	Si	No	No	No	
11.18 Teléfono Público	11.19 Cobertura de Celular	11.20 Formas de Pago Admitidas	11.21 Servicio WIFI	Servicio al cliente			
No	Si, de todas las operadoras	Efectivo	No	No			
<b>12. EMPRESAS / PERSONAS QUE OPERAN</b>							
12.1 Nombre de la Empresa Operadora/ Personas	12.2 Actividad	12.3 Permiso de Operación					
N/A	N/A	N/A					
<b>14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>							
Página de la comunidad en Facebook							
<b>15. OBSERVACIONES</b>							
A pesar de que en 2007 se ofreció la construcción del Parque Mirador Turístico La Capilla, no se ha concretado y el lugar permanece en su estado natural.							
Ficha Realizada por: Dayana Morales							
Supervisor Evaluado:							

Elaborado por: Dayana Morales

Tabla 14: Ficha de recursos turísticos

1. NOMBRE		2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS						
Bosque Jalonguilla		2	NINGUNA						
4. CATEGORÍA	4.1 Tipo	4.2 Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 Estado de Conservación del Entorno	5.2 Declaratoria de Patrimonio	5.3 Nivel de Protección	5.4 Entidad que lo Declara	5.5 Estado de Interés	
Atractivos naturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	MEDIO	MEDIO	NO	PARCIAL	Declarado Mirador	LOCAL, NACIONAL	
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.1 Latitud	6.2 Longitud	6.3 Altitud	6.4 Estacionalidad / PERÍODO SECO			6.5 Estacionalidad / PERÍODO HUMEDO			
			Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (mm)	Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (mm)	
-0.1	-78.4333	2.696 m.s.n.m.	Cálida	15.2 °C	79 mm	Fría	14.7 °C	69 mm	
6.6 Provincia	6.7 Cantón	6.8 Parroquia	6.9 Sector	6.10 Zona	6.11 Calle	6.12 No.	6.13 Transversal	6.14 Otras Referencias	
Pichincha	Quito	Calderón	Calderón	La Capilla	Av. José Miguel Guarderas	7	Chaupi	El ingreso es por el cementerio de la comunidad	
7. ACCESO									
7.1 Desde	7.2 Distancia	7.3 Tipo de Acceso	7.4 Subtipo	7.5 Estado de la vía	7.6 Medio de Transporte	7.7 Frecuencia Transporte Público	7.8 Horario	7.9 Observaciones	
Carapungo	5.8 Km	Peatonal, Vehicular	Público, Privado	BUENA	Transporte público o privado		Cada 5 minutos	Existe un bus extra en Calderón para llegar a la comunidad	

7.10	7.11	7.13	7.14.	7.15	7.16	7.17	7.18	
Horario de Ingreso	Precios (USD.)	Requisitos de Ingreso	Propietario	Persona de Contacto	Teléfono	Correo Electrónico	Página Web	
Hay variaciones en las líneas	0.25 centavos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>8. DESCRIPCIÓN</b>								
<p>El bosque de Jalonguilla, en Kichwa significa JALUM – Mitad y KILLA – Luna. Es un remanente de bosque seco, que se encuentra ubicado entre las comunas La Capilla, Oyacoto, San Miguel del Común y Llano Grande, en la parroquia Calderón del DMQ.</p> <p>En este ecosistema se asentaron los primeros habitantes pertenecientes a pueblos originarios del sector, cuyos descendientes desean preservar y revitalizar su herencia. En esta zona se han encontrado vestigios arqueológicos que verifican la presencia de los Kitu Karas, que antiguamente habitaban en quebradas que tenían el nombre de Huma Yacu (en donde se localiza una vertiente natural), Silla Rumi, Inga Rumi, Kuichi Rumi, Tinallo, Cóndor Pucará, Copa Joto, Capilla y Agua Colla, lugares ceremoniales de esta cultura. Aquí se encuentra varias especies en su flora como: guaba, guarango, algarrobo, penco, cacto candelabro, molle, tuna, cholán, yalomán, pumamaqui, arrayán, encino y guaycundo.</p>								
<b>9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES</b>								
Caminata, Acampada, Fotografía								
<b>10. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE</b>								
10. Meses de temporada alta	10.2 Tipo	10.3 Procedencia	10.4 Edad	10.5 Género	10.6 Estancia de los turistas por actividad	10.7 Medio por el que identificó el lugar		
Agosto	Local/Nacional	Local/Nacional	Niños, Adultos	Masculino y Femenino	LIBRE	Debido a que el único ingreso es mediante el cementerio de la comunidad		
<b>11. SERVICIOS</b>								
11.1 Estación de acionamiento	11.2 Alimentación	11.3 Alojamiento	11.4 Baterías Sanitarias	11.5 Servicio de guía	11.6 Alquiler de equipos	11.7 Señalización para llegar	11.8 Rutas Auto guiadas	11.9 Señalización Interna
Si	No	No	No	Si	No	No	No	Si
11.10 Tipo de	11.11 Contenedores de Basura	11.12 Seguridad	11.13 Mantenimiento	11.15 Información sobre el Recurso	11.16 Folletos Informativos	11.17 Venta de Souvenirs	Observaciones	

Señalización Interna								
Orientativa	No	Si	Si	No		No	No	La señalética es básica
11.18 Teléfono Público	11.19 Cobertura de Celular	11.20 Formas de Pago Admitidas	11.21 Servicio WIFI	Servicio al cliente				
No	No	Efectivo	No	No				
<b>12. EMPRESAS / PERSONAS QUE OPERAN</b>								
12.1 Nombre de la Empresa Operadora / Personas	12.2 Actividad		12.3 Permiso de Operación					
N/A	N/A		N/A					
<b>14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>								
Informe del Sr. Guañuna								
<b>15. OBSERVACIONES</b>								
Existe la propuesta de declaración de la zona de Jalonguilla como zona de protección ecológica metropolitana y de patrimonio ancestral de las comunidades indígenas de la zona de Karapunku, ahora reconocido como parroquia de Calderón.								
Ficha Realizada por: Dayana Morales								
Supervisor Evaluado:								

Elaborado por: Dayana Morales

Tabla 15: Ficha de recursos turísticos

1. NOMBRE		2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS					
Iglesia La Capilla		3	NINGUNA					
4. CATEGORÍA	4.1 Tipo	4.2 Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 Estado de Conservación del Entorno	5.2 Declaratoria de Patrimonio	5.3 Nivel de Protección	5.4 Entidad que lo Declara	5.5, Estado de Interés
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica	BUENO	BUENO	NO	PARCIAL	Declarado Iglesia	LOCAL, NACIONAL
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1 Latitud	6.2 Longitud	6.3 Altitud	6.4 Estacionalidad / PERÍODO SECO			6.5 Estacionalidad / PERÍODO HUMEDO		
			Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (mm)	Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (mm)
-0.1	-78.4333	2.696 m.s.n.m.	Cálida	15.2 °C	79 mm	Fría	14.7 °C	69 mm
6.6 Provincia	6.7 Cantón	6.8 Parroquia	6.9 Sector	6.10 Zona	6.11 Calle	6.12 No.	6.13 Transversal	6.14 Otras Referencias
Pichincha	Quito	Calderón	Calderón	La Capilla	Av. José Miguel Guarderas	7	Chaupi	Frente a la parada de bus KIMERA
7. ACCESO								
7.1 Desde	7.2 Distancia	7.3 Tipo de acceso	7.4 Subtipo	7.5 Estado de la vía	7.6 Medio de Transporte	7.7 Frecuencia Transporte Público	7.8 Horario	7.9 Observaciones
Cara pango	5.8 Km	Peatonal, Vehicular	Público, Privado	BUENA	Transporte público o privado		Cada 5 minutos	Existe un bus extra en Calderón para llegar a la comunidad

7.10 Horario de Ingreso	7.11 Precios (USD.)	7.13 Requisitos de Ingreso	7.14. Propietario	7.15 Persona de Contacto	7.16 Teléfono	7.17 Correo Electrónico	7.18 Página Web	
Hay varias líneas	0.25 centavos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>8. DESCRIPCIÓN</b>								
<p>Su construcción se caracteriza por tener un estilo moderno, posee dos torres y un cuerpo central con dos áreas laterales. En su interior se puede observar la imagen de San Pedro y la Virgen Inmaculada. El nombre La Capilla, viene desde la época española, siendo este sitio en la época Inca un Centro Ceremonial donde acudían los pueblos ancestrales. Se encuentra ubicada en el parque de la comunidad del mismo nombre y junto a ella la escuela José Miguel Guarderas.</p>								
<b>9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES</b>								
Fotografía								
<b>10. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE</b>								
10.1 Mes es de temporada alta	10.2 Tipo	10.3 Procedencia	10.4 Edad	10.5 Género	10.6 Estancia de los turistas por actividad	10.7 Medio por el que identificó el lugar		
Agosto	Local/Nacional	Local/Nacional	Niños, Adultos, Adultos mayores	Masculino y Femenino	LIBRE	Por la gran cruz que decora en la parte superior de su fachada		
<b>11. SERVICIOS</b>								
11.1 Estacionamiento	11.2 Alimentación	11.3 Alojamiento	11.4 Baterías Sanitarias	11.5 Servicio de guía	11.6 Alquiler de equipos	11.7 Señalización para llegar	11.8 Rutas Auto guiadas	11.9 Señalización Interna
Si	No	No	Si	Si	No	No	No	No
11.10 Tipo de	11.11 Contenedores de Basura	11.12 Seguridad	11.13 Mantenimiento	11.15 Información sobre el Recurso		11.16 Folletos Informativos	11.17 Venta de Souvenirs	Observaciones

Señalización Interna							
No	Si	Si	Si	No	No	No	
11.18 Teléfono Público	11.19 Cobertura de Celular	11.20 Formas de Pago Admitidas	11.21 Servicio WIFI	Servicio al cliente			
No	Si, de todas las operadoras	Efectivo	No	No			
<b>12. EMPRESAS / PERSONAS QUE OPERAN</b>							
12.1 Nombre de la Empresa Operadora/Personas	12.2 Actividad		12.3 Permiso de Operación				
N/A	N/A		N/A				
<b>14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>							
Página de la comunidad en Facebook							
<b>15. OBSERVACIONES</b>							
Se realizan varias ceremonias							
Ficha Realizada por: Dayana Morales							
Supervisor Evaluado:							

Elaborado por: Dayana Morales

Tabla 16: Ficha de recursos turísticos

1. NOMBRE		2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS						
Festivales		4	NINGUNA						
4. CATEGORÍA	4.1 Tipo	4.2 Subtipo	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 Estado de Conservación del Entorno	5.2 Declaratoria de Patrimonio	5.3 Nivel de Protección	5.4 Entidad que lo Declara	5.5, Estado de Interés	
	Manifestaciones Culturales	Folcklore	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	BUE NO	BUENO	NO	PARCIAL	Declarado Festival	LOCAL, NACIONAL
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.1 Latitud	6.2 Longitud	6.3 Altitud	6.4 Estacionalidad / PERÍODO SECO			6.5 Estacionalidad / PERÍODO HUMEDO			
			Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (mm)	Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (mm)	
-0.1	-78.4333	2.696 m.s.n.m.	Cálida	15.2 °C	79 mm	Fría	14.7 °C	69 mm	
6.6 Provincia	6.7 Cantón	6.8 Parroquia	6.9 Sector	6.10 Zona	6.11 Calle	6.12 No.	6.13 Transversal	6.14 Otras Referencias	
Pichincha	Quito	Calderón	Calderón	La Capilla	Av. José Miguel Guarderas	7	Chaupi	Parque central La Capilla	
7. ACCESO									
7.1 Desde	7.2 Distancia	7.3 Tipo de acceso	7.4 Sub tipo	7.5 Estado de la vía	7.6 Medio de Transporte	7.7 Frecuencia Transporte Publico	7.8 Horario	7.9 Observaciones	
Carpungo	5.8 Km	Peatonal, Vehicular,	Público, Privado	BUENA	Transporte público o privado		Cada 5 minutos	Existe un bus extra en Calderón para llegar a la comunidad	

7.10 Hora rio de Ingr eso	7.11 Precios (USD.)	7.13 Requisitos de Ingreso	7.14. Propietario	7.15 Persona de Contacto	7.16 Teléfono	7.17 Correo Electrónico	7.18 Página Web	
Hay varias líneas	0.25 centavos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>8. DESCRIPCIÓN</b>								
<p>La comunidad celebra varias festividades, siempre acompañadas de ferias gastronómicas y artesanales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La Virgen Inmaculada, el 8 de diciembre. Se realiza la “entrada” que consiste en lanzar frutas y caramelos al público, y un desfile con danzantes.</li> <li>•San Pedro, el 29 de junio. Salen en peregrinación desde Jalanguilla acompañados de grupos de danza y música hasta llegar al parque de la comuna en donde se realiza la Toma de Plaza.</li> <li>•Durante estas festividades era muy normal ver “El gallo calpi” (correr). Antiguamente el gallo era colgado y despedazado vivo. Hoy en día tenemos la “corrida de gallos”, que se realiza de diferente manera; al gallo se lo ata a una polea alta, que se lo sube y baja, y a quien logra tocarlo se le entrega el gallo.</li> <li>•El 2 de noviembre también está considerado como festividad porque dentro de la cosmovisión no existe la muerte y se celebra un ritual dirigido por el shaman de la comunidad.</li> </ul> <p>También tienen leyendas que son muy conocidas entre ellas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La leyenda del urpi de la capilla</li> <li>•El padre sin cabeza</li> <li>•Ayasucho</li> </ul>								
<b>9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES</b>								
Fotografía								
<b>10. TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE</b>								
10.1 Mes es de tempor ada alta	10.2 Tipo	10.3 Proced encia	10.4 Edad	10.5 Género	10.6 Estancia de los turistas por actividad	10.7 Medio por el que identificó el lugar		
Agosto	Local/Na cional	Local/N acional	Niños, Adultos, Adultos mayores	Masculino y Femenino	LIBRE	Se lo realiza en el parque de La Capilla		
<b>11. SERVICIOS</b>								
11.1 Esta cion amie nto	11.2 Aliment ación	11.3 Alojami ento	11.4 Baterías Sanitarias	11. 5 Servi cio de guian za	11.6 Alquiler de equipos	11.7 Señaliz ación para llegar	11.8 Rutas Auto guiadas	11.9 Señalizac ión Interna
Si	Si	No	Si	Si	No	No	No	No
11.10 Tipo de	11.11 Contened ores de Basura	11.12 Segurid ad	11.13 Mantenimie nto	11.15 Información sobre el Recurso		11.16 Folletos Informativos	11.17 Venta de Souvenirs	Observac iones

Señalización Interna								
No	Si	Si	Si	No	Si	Si	Los folletos solamente detallan las fechas en que se realizarán las festividades	
11.18 Teléfono Público	11.19 Cobertura de Celular	11.20 Formas de Pago Admitidas	11.21 Servicio WIFI	Servicio al cliente				
No	Si, de todas las operadoras	Efectivo	No	No				
<b>12. EMPRESAS / PERSONAS QUE OPERAN</b>								
12.1 Nombre de la Empresa Operadora/Personas		12.2 Actividad		12.3 Permiso de Operación				
N/A		N/A		N/A				
<b>14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>								
Página de la comunidad en Facebook y relatos orales del presidente de la comunidad								
<b>15. OBSERVACIONES</b>								
Estas tradiciones orales y representativas, es lo que se busca rescatar de la comunidad								
Ficha Realizada por: Dayana Morales								
Supervisor Evaluado:								

Elaborado por: Dayana Morales

**Encuesta:**

Las encuestas sirven para la recopilación de datos, ya que es un método de investigación que se puede implementar para conseguir información sobre varios temas. Los propósitos que tienen las encuestas son diversos y pueden ser realizados de varias maneras, dependiendo mucho de qué objetivos se pretende lograr.

(QuestionPro, 2016)

Con la aplicación de la encuesta dentro de la parroquia Calderón se obtiene información relevante acerca del tema a realizar, en este caso se obtiene información importante para poder difundir los recursos, tradiciones orales y representativas, gastronomía de la comunidad La Capilla, para de esta manera preservar su identidad, tomando en cuenta las preferencias de los turistas.

*5.01.04 Población y muestra:***Población:**

La población es la conformación de un grupo de personas, o también a su vez de un grupo de organismos en particular, que vive en un área geográfica, o en un espacio, donde el número de habitantes que posee esta área o espacio se determina comúnmente mediante la realización de un censo. (EcuRed, 2019)

**Muestra:**

La muestra forma parte de un subconjunto de elementos que se escogen anticipadamente de una población, todo esto para poder realizar un estudio.

Comúnmente se escoge la muestra de una parte de la población elegida para su estudio, la razón de escoger solamente una muestra es porque estudiar a todos los elementos de una población resultaría muy extenso y poco práctico. (Lugo, 2019)

### Fórmula de población finita

$$N = \frac{N \times p \times q (z)^2}{N - 1 (e)^2 + p \times q (z)^2}$$

LETRA	SIGNIFICADO
<b>N</b>	Tamaño de la población
<b>Z</b>	Nivel de confianza
<b>E</b>	Margen de error
<b>P</b>	Probabilidad de éxito
<b>Q</b>	Probabilidad de fracaso
<b>N</b>	tamaño de la muestra

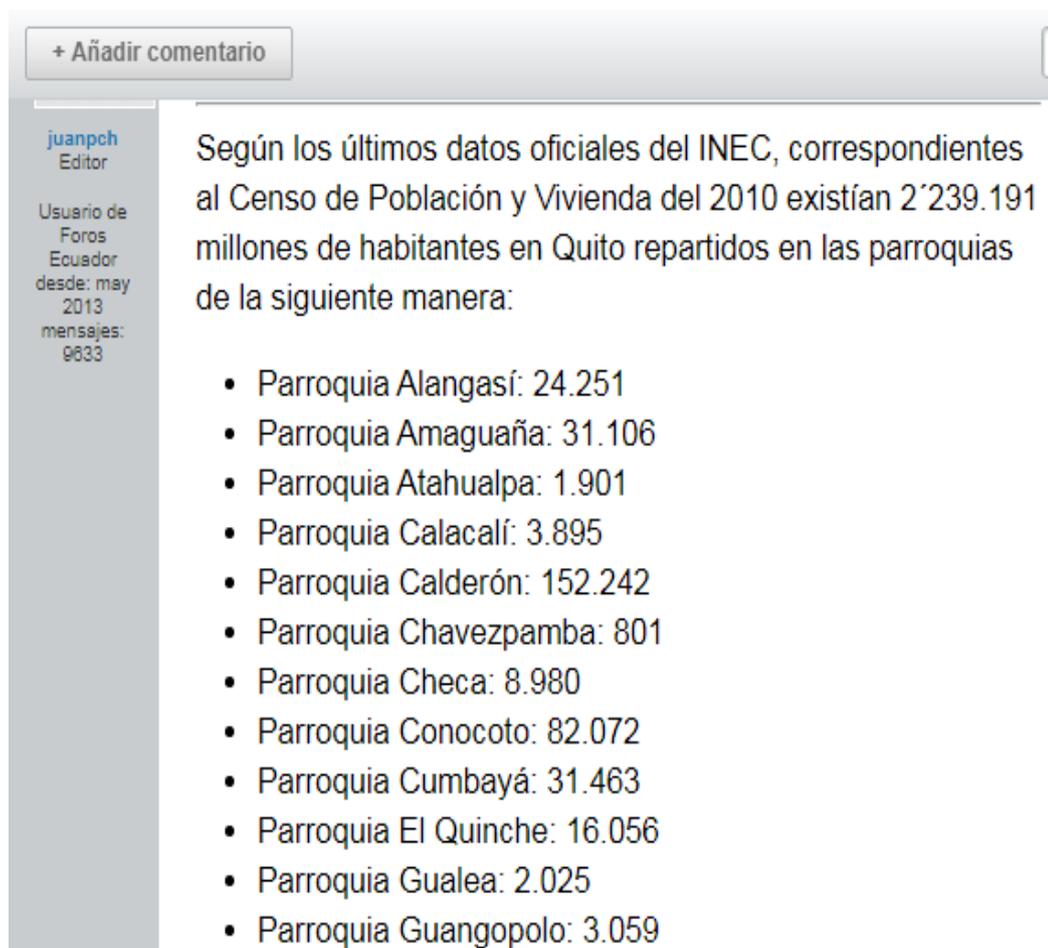


Figura 5: Población de la parroquia Calderón  
Fuente: ForosEcuador.com  
Elaborado por: Dayana Morales

**Aplicación de la fórmula:**

$$N = \frac{152.242 \times 0,50 \times 0,50 (1,96)^2}{(152.242 - 1) (0,05)^2 + 0,50 \times 0,50 (1,96)^2}$$
$$N = \frac{152.242 \times 0,25 (3,84)}{(152.241) (0,0025) + 0,25 (3,84)}$$
$$N = \frac{152.242 \times 0,96}{380,60 + 0,96}$$
$$N = \frac{146.152,32}{381,56}$$
$$N = 383$$

**Análisis:**

La realización de esta fórmula, nos ayudó a saber cuál es la muestra que vamos a utilizar para aplicar la encuesta, el resultado obtenido son 383 encuestas en la parroquia de Calderón, para la elaboración de una revista digital y para saber el nivel actual de conocimiento que se tiene sobre la comunidad La Capilla. Para la obtención de este resultado se tomó como referencia el censo realizado en el 2010 por el INEC en la parroquia de Calderón.

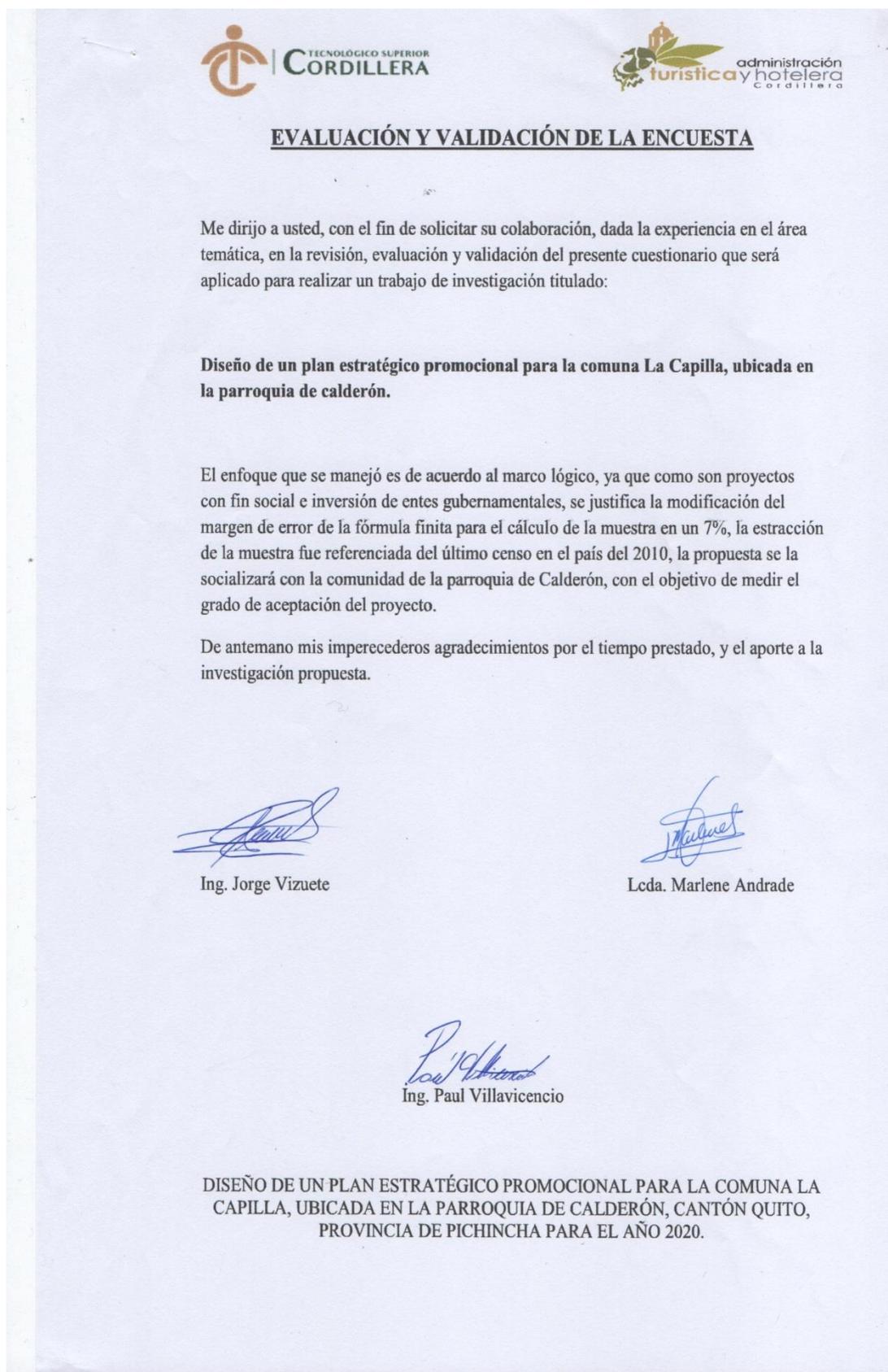


Figura 6: Evaluación y validación de encuesta  
Elaborado por: Dayana Morales

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PROMOCIONAL PARA LA COMUNA LA CAPILLA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA PARA EL AÑO 2020.

### 5.01.05 Análisis de la información

Tabla 17: Ficha técnica de la encuesta

<b>Ámbito</b>	Parroquia de Calderón
<b>Población</b>	Pobladores 152.242 habitantes CENSO 2010
<b>Muestra</b>	383 encuestas que se trabajó con el 95% de confianza, +/- 5 margen de error.
<b>Método de la muestra</b>	Formula finita
<b>Recopilación de la información</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidad San Juan del Común</li> <li>• Iglesia de Calderón</li> <li>• Barrio la Pradera</li> <li>• Barrio Marianitas</li> </ul>

Elaborada por: Dayana Morales

## EDAD

Tabla 18: Edad

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 - 25	123	32.11
26 - 35	154	40.21
36 - 45	79	20.63
46 - +	27	7.05
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

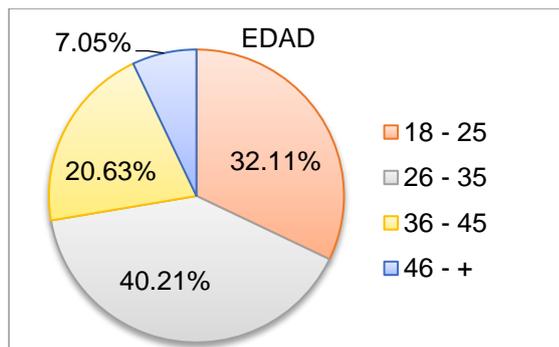


Figura 7: Edad

Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

Según el resultado obtenido en las encuestas, el rango de edad que tiene mayor porcentaje indica que es de edad adulta en un rango de 26-35 con un 40.21%, le sigue el rango de 18-25 con 32.11%, entre el rango de 36-45 tiene porcentaje de

20.63% y finalmente el rango de edad que menos porcentaje obtuvo es de 46 años en adelante con un mínimo porcentaje del 7.05%.

## GÉNERO

Tabla 19: Género

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	185	48.30
Femenino	198	51.70
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

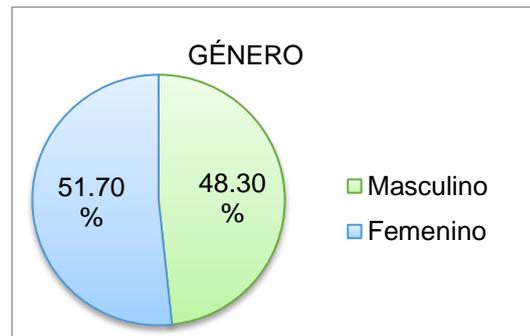


Figura 8: Género

Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

En esta tabulación se determina el porcentaje de encuestados según el género, femenino un 51.70% y masculino un 48.30%, eso quiere decir que la mayoría de personas encuestadas fueron de género femenino.

**1.- ¿En la siguiente escala señale el nivel de conocimiento que tiene usted sobre la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?**

Tabla 20: Nivel de conocimiento

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Alto	57	14.88
Alto	33	8.62
Medio	116	30.29
Bajo	103	26.89
Muy Bajo	74	19.32
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

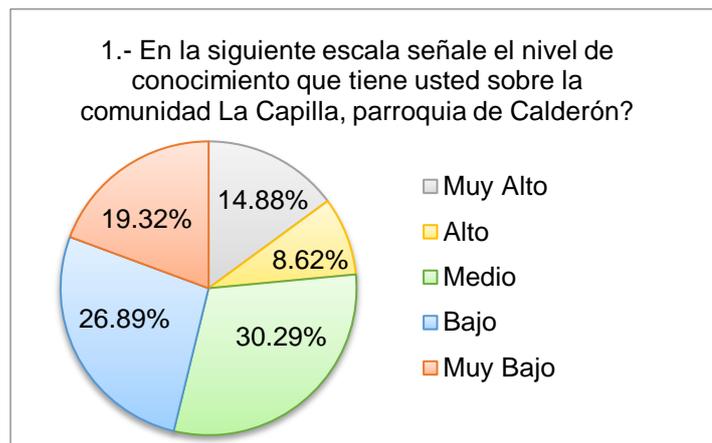


Figura 9: Nivel de conocimiento  
Elaborado por: Dayana Morales

**Análisis:**

En la tabla y el gráfico sobre el nivel de conocimiento que tienen los pobladores de la parroquia Calderón, predomina el nivel medio con un 30.29%, le sigue con un 26.89% el nivel bajo, a continuación con 19.32% un nivel muy bajo, a partir de esos 3 porcentajes se puede deducir que más de la mitad de la población de la parroquia no conoce la comunidad La Capilla completamente, por lo que la implementación del plan estratégico aumentaría el conocimiento, a diferencia del 8.62% que el nivel es alto y el 14.88% el nivel es muy alto.

**2.- ¿Usted estaría interesado en conocer la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón, e informarse de los atractivos turísticos que poseen en la misma?**

Tabla 21: Interés en conocer la comunidad

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	216	56.40
De Acuerdo	98	25.59
Indeciso	19	4.96
En Desacuerdo	34	8.88
Totalmente en Desacuerdo	16	4.18
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

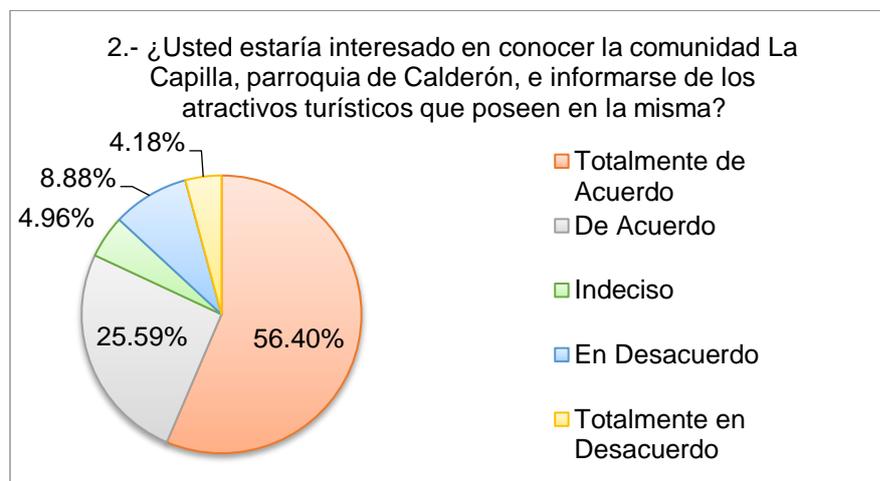


Figura 10: Interés en conocer la comunidad  
Elaborado por: Dayana Morales

**Análisis:**

Es importante que el porcentaje obtenido sobre el interés en conocer la comunidad sea alto, como el que se obtuvo en estar totalmente de acuerdo con un 56.40% de la población, el 25.59% también presentó interés estando de acuerdo con querer conocer la comunidad, el 4.96% se mostró indeciso en su decisión, mientras que el 8.88% estuvo en desacuerdo y el 4.18% totalmente de acuerdo. Se deduce que gran parte de la población muestra gran interés en conocer la comunidad.

### 3.- ¿Qué tipo de turismo le gustaría que se implementara en la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?

Tabla 22: Tipo de turismo

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Turismo Comunitario	122	31.85
Turismo Gastronómico	43	11.23
Agroturismo	32	8.36
Turismo de Deporte	11	2.87
Todas las Anteriores	175	45.69
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

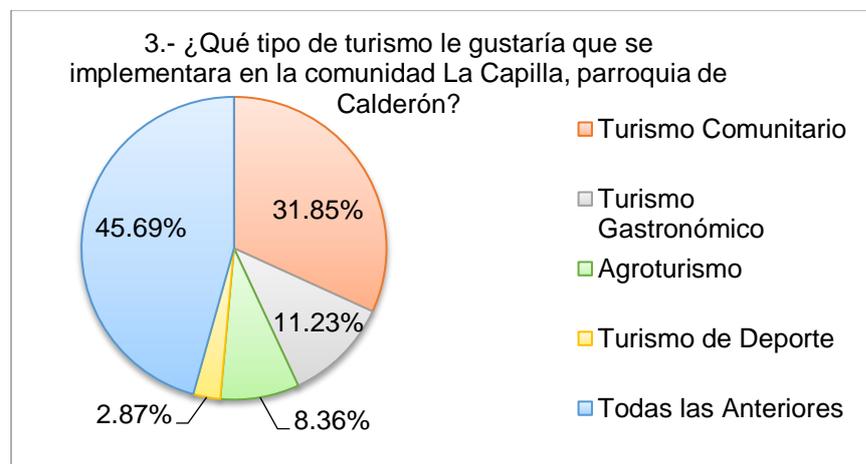


Figura 11: Tipo de turismo  
Elaborado por: Dayana Morales

#### Análisis:

Las personas encuestadas decidieron por el tipo de turismo que les gustaría que se implementara en la comunidad, en su mayoría con un 45.69% se decidieron por todos los tipos de turismo que se plantearon en la encuesta, que en orden de elección son, turismo comunitario con un 31.85%, turismo gastronómico con un 11.23%, el agroturismo con un 8.36% y finalmente y menos elegido el turismo de deporte con un 2.87%.

**4.- ¿Considera que es necesario aumentar la promoción de los atractivos turísticos que posee la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?**

Tabla 23: Aumentar promoción

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	110	28.72
De Acuerdo	133	34.73
Indeciso	21	5.48
En Desacuerdo	68	17.75
Totalmente en Desacuerdo	51	13.32
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

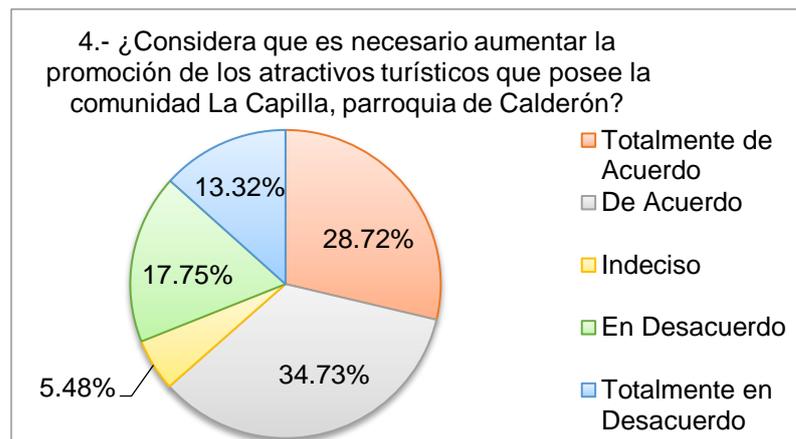


Figura 12: Aumentar promoción  
Elaborado por: Dayana Morales

**Análisis:**

Con esta tabulación se considera necesario aumentar la promoción de los atractivos de la comunidad, estando de acuerdo un 34.73% y totalmente de acuerdo el 28.72%, mientras que el 17.75% está en desacuerdo y el 13.32% totalmente en desacuerdo y finalmente en mínimo porcentaje se encuentra indeciso con el 5.48%.

## 5.- ¿Con qué frecuencia ha visitado la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón, de manera turística?

Tabla 24: Frecuencia de visita a la comunidad

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mensual	136	35.51
Semanal	79	20.63
Nunca	168	43.86
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

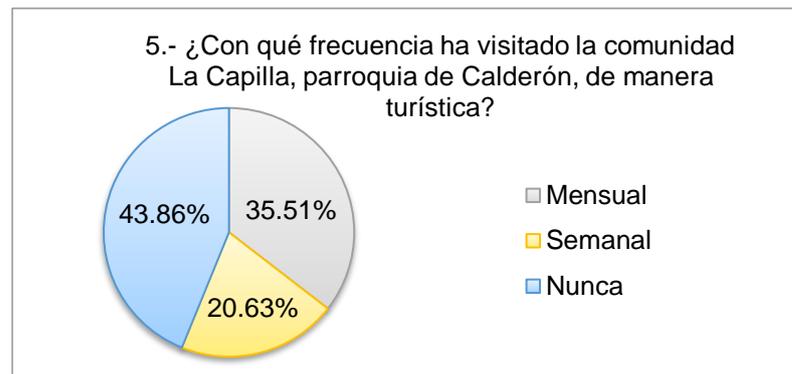


Figura 13: Frecuencia de visita a la comunidad

Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

En la frecuencia de visitas a la comunidad el 43.86% nunca la han visitado, pueden existir diversos factores y uno de ellos puede ser el desconocimiento sobre todo lo que posee la comunidad, el 35.51% realizan sus visitas de manera mensual y finalmente el 20.63% es mucho más frecuente con sus visitas ya que son de manera semanal. En conclusión el porcentaje de personas que no han visitado la comunidad pueden sentirse motivados a la visita, con la ayuda de la revista digital con la que se promocionarán los atractivos, tradiciones y gastronomía de la comunidad.

**6.- En caso de haber visitado la comunidad. ¿Qué tipo de problemas detectó en su visita a la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?**

Tabla 25: Problemas detectados

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Falta de Información Turística	325	84.86
Vías de Acceso en Mal Estado	23	6.01
Mala Calidad en el Servicio	7	1.83
Todas las Anteriores	28	7.31
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

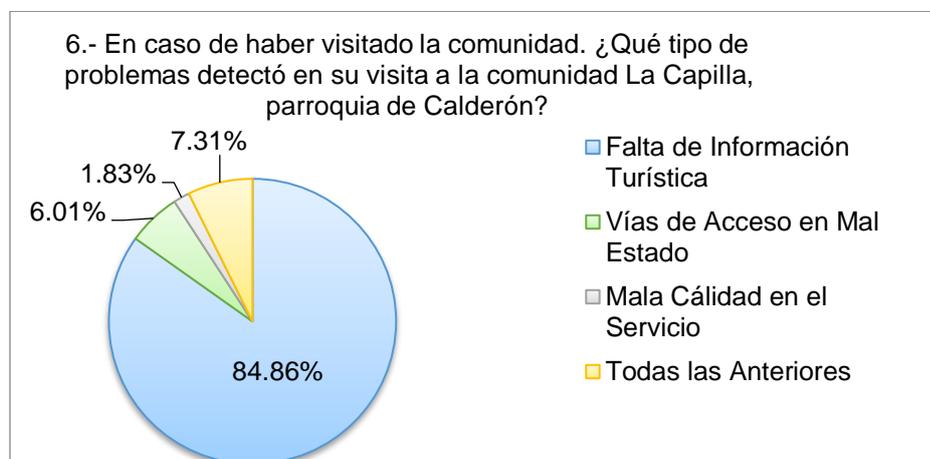


Figura 14: Problemas detectados  
Elaborado por: Dayana Morales

**Análisis:**

Saber los problemas que la población detecta sobre la comunidad, es fundamental para poder tomar medidas y reparar de alguna manera. En este caso el 84.86% opina que el problema principal es la falta de información turística, el 6.01% opina que otro problema son las vías de acceso en mal estado, en mínimo porcentaje con el 1.83% decidió optar por la mala calidad en el servicio, y por ultimo con un 7.31% la población opino todas las anteriores.

## 7.- ¿Qué tipo de actividad turística prefiere realizar en sus excursiones?

Tabla 26: Tipo de actividad que prefieren

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Caminatas por Senderos	107	27.94
Degustación de la Gastronomía	49	12.79
Visitar a Comunidades	73	19.06
Todas las Anteriores	154	40.21
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

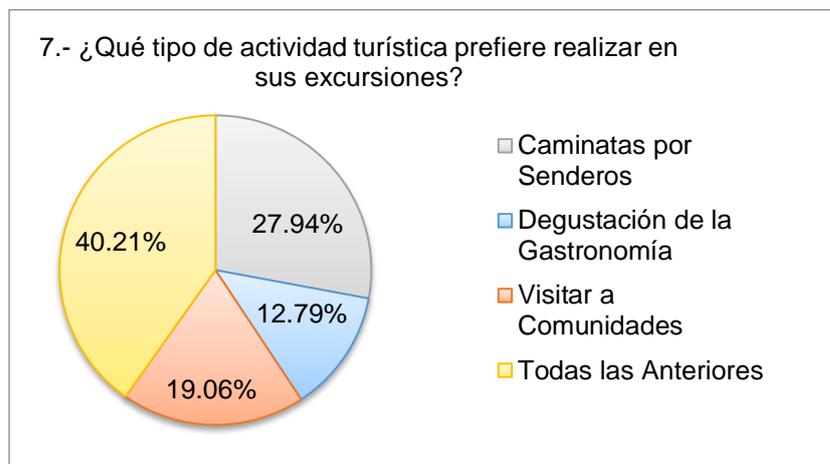


Figura 15: Tipo de actividad que prefieren  
Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

Mediante esta tabulación se tuvo información sobre el tipo de actividad que prefieren realizar los pobladores en sus excursiones, en mínimo porcentaje el 12.79% prefiere realizar degustaciones gastronómicas, aumentando a un 19.06% prefieren visitar comunidades, el 27.94% opta por caminatas en senderos y finalmente con el porcentaje más alto 40.21% opinan que les gusta realizar todas las opciones anteriores.

## 8.- De los siguientes recursos que posee la comunidad La Capilla que desearía

conocer:

Tabla 27: Que desearían conocer

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Recursos Naturales	82	21.41
Recursos Culturales	109	28.46
Todas las Anteriores	192	50.13
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

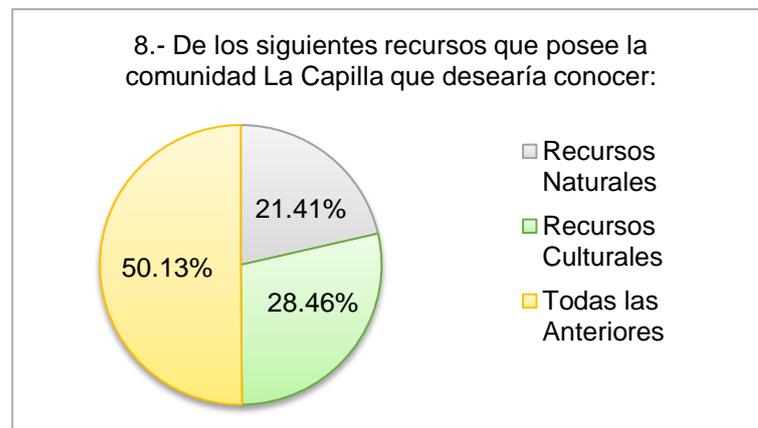


Figura 16: Que desearían conocer  
Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

La comunidad La Capilla posee recursos naturales y culturales, en esta tabla y gráfico los encuestados deciden que desearían conocer de la comunidad, el 50.13% decidió que desearían conocer los dos tipos de recursos, mientras que el 28.46% prefiere visitar solo los recursos naturales y los recursos culturales los desean visitar el 21.41% de la población encuestada.

**9.- ¿Cree usted que una revista digital sería una buena manera de tener información de los recursos turísticos que posee la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?**

Tabla 28: Opinión sobre una revista digital

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	212	55.35
De Acuerdo	86	22.45
Indeciso	28	7.31
En Desacuerdo	17	4.44
Totalmente en Desacuerdo	40	10.44
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Dayana Morales

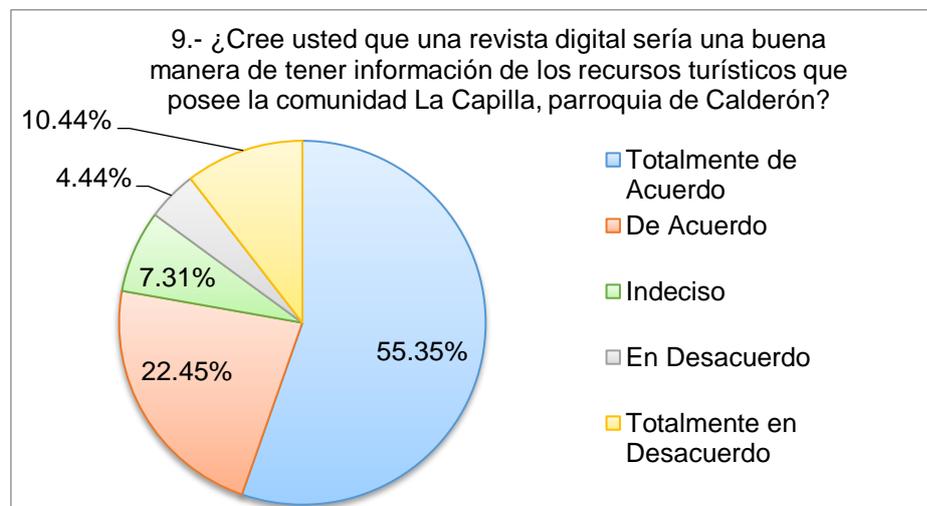


Figura 17: Opinión sobre una revista digital  
Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

Esta última pregunta es clave en el desarrollo del plan estratégico, ya que la manera de promocionar la comunidad será mediante el diseño de una revista digital, con esta pregunta pudimos saber la opinión que tienen los pobladores encuestados sobre esta idea, obteniendo así un resultado favorable del 55.35% que opinó estar totalmente de acuerdo con esta idea, el 22.45% también opina de manera favorable estar de

acuerdo, el 7.31% se siente indeciso con la idea, el 4.44% está en desacuerdo y el 10.77% totalmente en desacuerdo con la estrategia elegida.

## **5.02 Descripción de la herramienta o metodología que propone como solución**

### **Misión.-**

Realizar el levantamiento de los recursos naturales y culturales que posee la comunidad de la Capilla para plasmarlo en una revista digital, esto será parte del plan estratégico que promoverá el desarrollo del turismo y de esta manera brindar al turista visitante un servicio de calidad y nuevas experiencias.

### **Visión.-**

Generar un plan estratégico del cual se desarrollara la primera y segunda etapa que es la promoción y publicidad por medio de una revista digital que será difundida a los pobladores.

### **Objetivo General.-**

Diseñar una revista digital promocional sobre la comunidad La Capilla, donde se detalle información de los atractivos, tradiciones, gastronomía que posee la comunidad con el fin de contribuir con su desarrollo en el turismo.

### **Objetivos Específicos.-**

1. Ofrecer información verídica y completa de los atractivos turísticos tanto culturales como naturales, tradiciones, gastronomía, indicaciones de acceso y contactos.

2. Brindar información para crear conciencia en los turistas de no afectar a los atractivos y de esta manera seguir preservando con seguridad cada uno de ellos.
3. Colaborar con la comunidad para desarrollar su potencial turístico y pueda ser aprovechado de manera correcta.
4. Elaborar una revista digital que sirva a los turistas como medio informativo acerca de todo sobre la comunidad La Capilla.
5. Dar a conocer la revista digital al GAD para obtener su colaboración con la difusión de la misma y conservación de los recursos naturales y arqueológicos que posee.

#### *5.02.01 Contenido de la revista*

**Nombre de la revista:** Comunidad “LA CAPILLA”

**Medida de la revista:** 21 cm \* 14,8 cm

**Material utilizado:** Programas de diseño

**Full Color**

**Gráficos:** 50%

**Teórico:** 50%

#### **Índice:**

- Editorial

Editora: Dayana Morales

Diagramación: Dayana Morales

Ilustración: Dayana Morales

Diseño de portada e ilustración: Dayana Morales

Diseño de contenido: Dayana Morales

- Misión.....1

Realizar el levantamiento de los recursos naturales y culturales que posee la comunidad de la Capilla para plasmarlo en una revista digital, esto será parte del plan estratégico que promoverá el desarrollo del turismo y de esta manera brindar al turista visitante un servicio de calidad y nuevas experiencias.

- Visión.....1

Generar un plan estratégico del cual se desarrollara la primera y segunda etapa que es la promoción y publicidad por medio de una revista digital que será difundida a los pobladores.

- Objetivo General.....2

Diseñar una revista digital promocional sobre la comunidad La Capilla, donde se detalle información de los recursos, tradiciones, gastronomía que posee la comunidad con el fin de contribuir con su desarrollo en el turismo.

- Objetivos Específicos.....2

- ✓ Ofrecer información verídica y completa de los atractivos turísticos tanto culturales como naturales, tradiciones, gastronomía, indicaciones de acceso y contactos.
- ✓ Brindar información para crear conciencia en los turistas de no afectar a los atractivos y de esta manera seguir preservando con seguridad cada uno de ellos.

- ✓ Colaborar con la comunidad para desarrollar su potencial turístico y pueda ser aprovechado de manera correcta.
- ✓ Elaborar una revista digital que sirva a los turistas como medio informativo acerca de todo sobre la comunidad La Capilla.
- ✓ Dar a conocer la revista digital al GAD para obtener su colaboración con la difusión de la misma.
- Descripción general de la comunidad.....4

- ✓ Ubicación:

La comunidad La Capilla pertenece a la parroquia de Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha, se encuentra ubicada a 22,4 km del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y a 1,7 km de la iglesia central de Calderón. Sus coordenadas geográficas son 0°05'50"S 78°25'21"O.

- ✓ Superficie:

La parroquia a la que pertenece la comunidad tiene una superficie de 7.925,37 hectáreas (Siete mil novecientos veinticinco con treinta y siete hectáreas)

- ✓ Altura:

De acuerdo a su topografía, se encuentra a 2.696 m.s.n.m. (metros sobre el nivel del mar)

- ✓ Clima:

En la parroquia de Calderón donde la comunidad se encuentra presenta un clima templado en el día, mientras que las noches son frías.

- Historia.....5

La comunidad La Capilla, pertenece al barrio de mismo nombre, en la parroquia Calderón, cantón Quito, en la provincia de Pichincha.

El barrio La Capilla fue creado desde tiempos inmemorables, siendo uno de los más antiguos de la parroquia, Se encuentra ubicado al noreste del D.M. de Quito, al oeste de Guayllabamba, sobre la meseta de Guanguiltagua. Los integrantes de la comunidad poseen grandes extensiones de terreno, especialmente las familias autóctonas. En su mayoría aprovechan parte de su terreno para dedicarse al cultivo, de productos diferentes, entre ellos: maíz, chocho, alverjas, habas, frejol, aguacate, chirimoya.

Antiguamente en esta zona hubo la presencia de la cultura Kitu Karas, se ha podido verificar esta información debido a que se han encontrado vestigios arqueológicos que lo afirman. Se dice que habitaban en quebradas, las cuales tenían el nombre de Huma Yacu, Silla Rumi, Inga Rumi, Kuichi Rumi, Tinallo, Cóndor Pucará, Copa Joto, Capilla y Agua Colla, el motivo que tenían para habitar en estos lugares es que eran lugares ceremoniales de esta cultura.

- Atractivos turísticos.....7
  - ✓ Mirador La Capilla.....7

El Mirador La Capilla es un sitio privilegiado que posee la comunidad, al igual que la ubicación, debido a que desde este lugar los visitantes pueden apreciar sitios como, el nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito en Tababela, Llano Chico, Llano Grande, Oyacoto, Zabala; también se pueden apreciar elevaciones como el Pichincha, Cayambe, Cerro Puntas, Ilaló y Pululahua, además

se puede observar el bosque de Jalanguilla, el cual tiene una gran extensión y posee un ojo de agua Umayacu, la cual es una vertiente sagrada y fuente de vida.

✓ Bosque Jalanguilla.....8

Es un remanente de bosque seco, su nombre Jalanguilla en Kichwa significa JALUM - mitad y KILLA – luna, se encuentra ubicado entre las comunas La Capilla, Oyacoto, San Miguel del Común y Llano Grande. Existe una propuesta para poder declarar el bosque como zona de protección ecológica metropolitana y de patrimonio ancestral de las comunidades indígenas de la zona. Aquí se han encontrado vestigios arqueológicos, que comprueban la presencia de los Kitu Karas. Se puede encontrar flora como guaba, algarrobo, penco, tuna, entre otros, también seres alados como gorriones, golondrinas, colibríes, gallinazos, lechuzas, quilicos, y de otros seres rastreros como ratones, zarigüeyas, lagartijas, sapos, conejos.

✓ Iglesia La Capilla.....9

La iglesia La Capilla está ubicada en el parque de la comunidad del mismo nombre y representa la parte céntrica del barrio La Capilla. El estilo de construcción que posee la iglesia es moderno, conformada por dos torres y una nave central con dos áreas laterales. En el interior se puede observar las imágenes de San Pedro y la Virgen Inmaculada, quienes son patrones de los feligreses y protagonistas de las fiestas religiosas que se realizan cada año.

El nombre La Capilla, viene desde la época española según investigaciones del historiador Alfredo Costales y el presidente de la comunidad Gonzalo Guañuña, este sitio servía en la época Inca como un Centro Ceremonial donde asistían los pueblos ancestrales para ejecutar rituales. Cuando llegaron los españoles, excluyeron esta

manifestación cultural y comienzan la construcción de la primera iglesia o capilla a base de materiales como, cangahua, chaguarquero y sigse.

- Tradiciones.....10
  - ✓ 8 de diciembre.....10

La Virgen Inmaculada, donde se realiza la famosa “entrada”, que consiste en lanzar frutas y caramelos al público.

- ✓ 29 de Junio.....10

Se festeja San Pedro, la gente sale en peregrinación desde Jalonguilla, seguido de grupos de danza y música con destino final hacia el parque de la comuna en donde se realiza la Toma de Plaza.

En fechas de estas festividades era común ver “El gallo calpi”, que quiere decir correr. Antiguamente el gallo era colgado y despedazado vivo. Actualmente se realiza la corrida de gallos, esto consiste en que al gallo se lo enlaza a una polea alta, y la persona que logre tocarlo es quien gana y se le hace entrega del gallo.

- ✓ 2 de noviembre.....10

Si bien normalmente, la mayor parte consideramos esta fecha un día donde visitamos a nuestros seres queridos que han pasado a un lugar mejor, existen tradiciones como en esta comunidad donde consideran esta fecha como una “festividad” porque dentro de la cosmovisión no existe la muerte.

- Gastronomía.....11

Entre su gastronomía autóctona del lugar, se destaca los siguientes:

- ✓ Cuy.....11



---

✓ La gallina de campo.....	11
✓ Choclotanda.....	12
✓ Chaguarmishqui.....	12
✓ Mazamorra.....	13
✓ Colada de churos.....	13
✓ Champús.....	14
✓ Tostado de dulce.....	14
• Contacto.....	15

Presidente de la comunidad: Gonzalo Guañuna

Dirección: Av. José Miguel Guarderas, Calderón, Quito.

#### *5.02.02 Jarros personalizados*

Jarros personalizados con fondo blanco y estampado el logo de la comunidad, su nombre y caramelos variados en su interior.

## 5.03 Formulación de la aplicación de la propuesta

### 5.03.01 Logo



Figura 18: Logo de la comunidad  
Elaborado por: Dayana Morales  
Fuente: Red social de la comunidad

### Análisis:

La revista que se realizará para la comunidad La Capilla, tendrá un logo que representa su tradición, su historia y su cultura. La imagen del logo está enfocada en la fachada de la iglesia La Capilla que se encuentra en la comunidad. El logo de la comunidad ya fue diseñado anteriormente por los integrantes de la misma, por esta razón se mantiene el diseño.

### 5.03.02 Jarros personalizados



Figura 19: Jarro personalizado frontal  
Elaborador por: Dayana Morales



Figura 20: Jarro personalizado posterior  
Elaborado por: Dayana Morales

## CAPITULO VI

### 6.00 Aspectos administrativos

#### 6.01 Recursos

Tabla 29: Recursos materiales

<b>Hojas de papel bond</b>
<b>Esferos</b>
<b>Libros</b>
<b>Cuadernos</b>
<b>Encuestas</b>
<b>Oficios</b>
<b>Facturas</b>
<b>Folletos</b>
<b>Revista</b>

Elaborado por: Dayana Morales

#### **Análisis:**

Durante el desarrollo de este proyecto se ha utilizado diferentes materiales como: Hojas de papel bond, Esferos, Libros, cuadernos, encuestas, oficios, facturas, folletos, revista. Los materiales fueron utilizados para distintas necesidades, tales como, plasmar información en cuadernos, hojas de papel bond para impresiones, diferentes oficios que se han solicitado por parte del ITSCO, libros que han servido como guía según se ha presentado la necesidad, entre otras actividades.

#### *6.01.02 Recursos Tecnológicos*

Tabla 30: Recursos tecnológicos

<b>Computadora</b>
<b>Impresora</b>
<b>Pen Drive</b>

<b>Programas de diseño gráfico</b>
<b>Copiadora</b>
<b>Escáner</b>
<b>Cámara</b>
<b>Internet</b>

Elaborado por: Dayana Morales

### **Análisis:**

Los recursos tecnológicos son fundamentales en este proyecto, ya que en el diseño del plan estratégico se escogió la revista digital como un medio de promoción, por lo tanto es necesario la utilización de programas de diseño, internet para adquirir la información necesaria, la cámara se empleara para capturar las imágenes de recursos turísticos, gastronomía y tradiciones del lugar, se utilizaran al mismo tiempo para la presentación de la defensa.

#### *6.01.03 Recursos Humanos*

Tabla 31: Talento humano

<b>TALENTO HUMANO</b>	
Srta. Dayana Morales	<b>Investigador</b>
Msc. Diego Jarrín	<b>Tutor</b>
Ing. Paul Villavicencio	<b>Lector</b>
Sr. Gonzalo Guañuna	<b>Presidente de la comunidad</b>

Elaborado por: Dayana Morales

### **Análisis:**

En esta tabla están representadas las personas involucradas en la realización del proyecto, en primer lugar el investigador que es la persona quien desarrolla el proyecto, en segundo lugar el tutor quien guía, asesora y evalúa conforme se va

desarrollando dicho proyecto, en tercer lugar el lector encargado de revisar el proyecto terminado y dar una opinión sobre el contenido antes de su defensa.

Finalmente está el presidente de la comunidad, quien aporta con la información necesaria para la elaboración del proyecto y también del contenido de la revista.

## 6.02 Presupuesto

### 6.02.01 Presupuesto de formulación

Tabla 32: Presupuesto de elaboración de la propuesta

<b>GASTOS</b>	<b>TOTAL EN \$</b>
766 copias B/N de encuestas	\$12,87
Movilización	\$10,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$22,87</b>

Elaborado por: Dayana Morales

### **Análisis:**

En la parte económica de la elaboración de la propuesta hubo un gasto total de \$22,87, en este costo está incluido el valor de encuestas, y la movilización. Cabe recalcar que el total de encuestas fue 383 y cada encuesta consta de 2 hojas por lo que el total de copias fue de 766.

### 6.02.02 Presupuesto de aplicación

Tabla 33: Presupuesto de elaboración de la tesis

<b>GASTOS</b>	<b>TOTAL EN \$</b>
Jarros con diseño 5	\$25,00
Fundas de caramelos 2	\$6,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$31,00</b>

Elaborado por: Dayana Morales

### Análisis:

Para la elaboración de la tesis se gastó un total de \$31,00 el cual no es un precio tan elevado, debido a que la revista es digital, elaborada con ayuda de tutoriales y no es necesario gastar en impresiones, también se realizarán 5 jarros con el logo de la comunidad y del ITSCO, llenos en su interior de caramelos, como recuerdo que será entregado a personas que han colaborado de manera fundamental en el desarrollo de este proyecto.

### 6.03 Cronograma de actividades

Tabla 34: Cronograma de actividades

Actividad	Inicio	Final	20-oct	31-oct	01-nov	30-nov	01-dic	31-dic	01-ene	31-ene	01-feb	29-feb	01-mar	20-mar
Inducción Presentación del tema	20/10/2019	31/10/2019	■	■										
Procesamiento y análisis Antecedentes	01/11/2019	30/11/2019			■	■								
Análisis de involucrados Problemas y objetivos	01/12/2019	31/12/2019					■	■						
Propuesta	01/01/2020	31/01/2020							■	■				
Aspectos administrativos	01/02/2020	29/02/2020									■	■		
Conclusiones y recomendaciones Bibliografía, estructura y normas APA	01/03/2020	20/03/2020											■	■

Elaborado por: Dayana Morales

**Análisis:**

Las fechas del cronograma se detallaron conforme se desarrolló el PEA perteneciente a la materia de “proyectos turísticos y hoteleros”, cumplido a cabalidad y con satisfacción.

---

## CAPITULO VII

### 7.00 Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

- Los turistas locales que visiten esta comunidad podrán difundir la existencia de la misma, de esta manera la comunidad aumentará su demanda gracias a la implementación de este proyecto, cumpliendo con el propósito establecido al inicio.
- El diseño de un plan estratégico fue una buena técnica, para encontrar la manera de promocionar la comunidad, aplicando dos etapas fundamentales de las tres que conforman un plan estratégico con visión a una promoción.
- La comunidad La Capilla cuenta con varios recursos turísticos, como su historia, gastronomía, lugares, tradiciones orales y representativas. Los cuales se darán a conocer por medio de una revista digital, ya que actualmente las personas utilizan en alto nivel la tecnología, para buscar información sobre destinos a visitar.
- Para esta comunidad será un ingreso económico extra el haber apoyado este proyecto, toda la comunidad será beneficiada ya que siempre trabajan en conjunto para recaudar dinero y mejorar sus recursos.
- Poco a poco, en un futuro cercano, piensan implementar nuevas atracciones para llamar más la atención de los turistas, la revista digital les servirá para ir aumentando cada una de las nuevas atracciones que la comunidad La Capilla decida implementar.

### 7.02 Recomendaciones

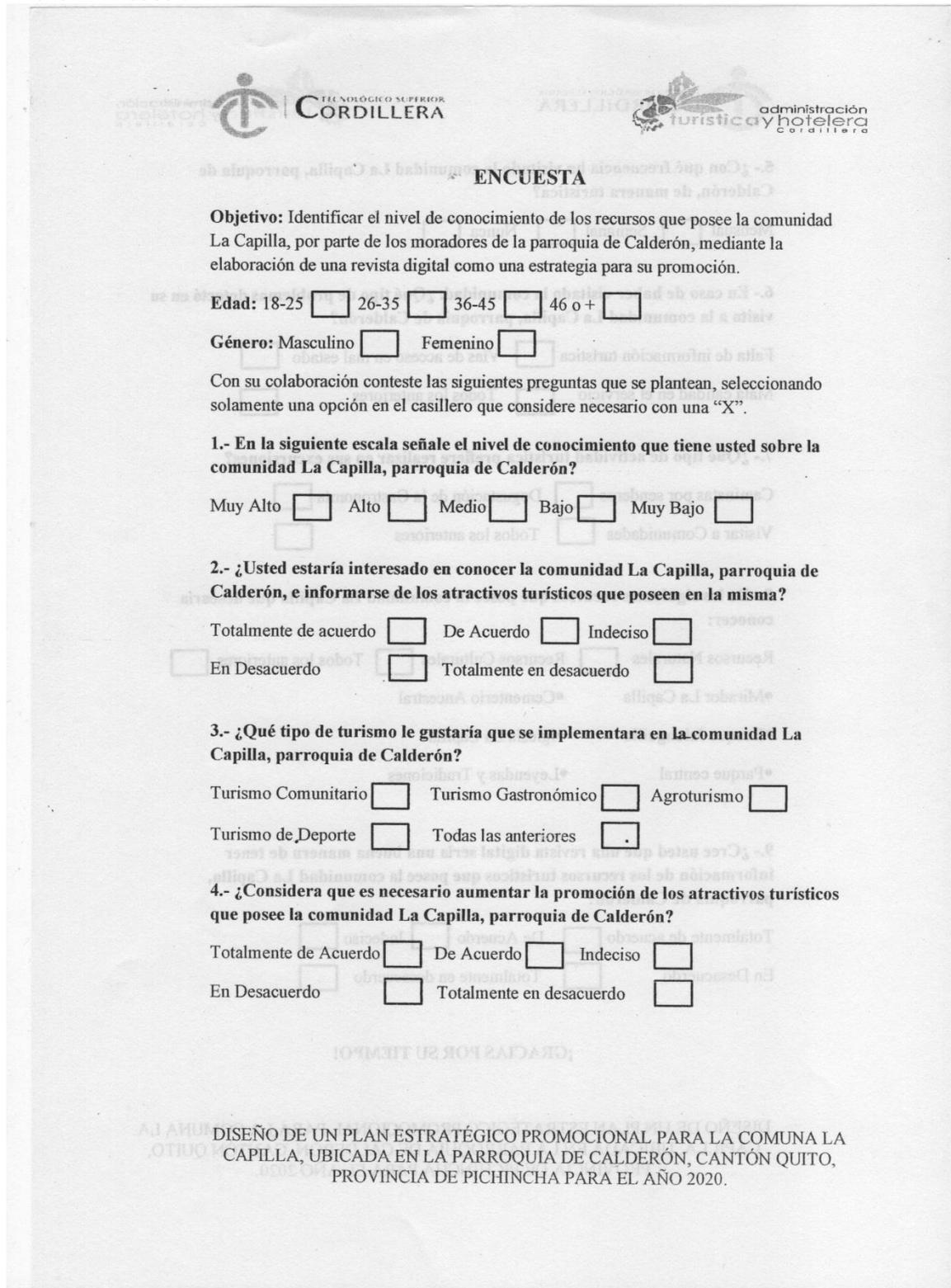
- Se debe invertir en mejorar algunos de los recursos que poseen, ya que con el tiempo el material se va deteriorando poco a poco.
- El GAD debería realizar las gestiones necesarias para que operadoras vuelvan a tomar en cuenta a la parroquia de Calderón en sus paquetes turísticos hacia el norte del país e incluir la visita a la comunidad.
- Difusión de publicidad sobre fechas en las que se realicen eventos importantes, para que los turistas puedan estar al tanto de celebraciones y visitar el lugar.
- Los integrantes de la comunidad tendrían que participar en un taller o curso sobre atención al cliente para mejorar su técnica y hacer sentir a los visitantes con ganas de volver al lugar.
- Tratar de llegar a más turistas, cambiando el tipo de estrategia para la promoción de la comunidad.

Anexos:

**ANEXOS**

## Encuesta

### Anexo 1: Encuesta



**ENCUESTA**

**Objetivo:** Identificar el nivel de conocimiento de los recursos que posee la comunidad La Capilla, por parte de los moradores de la parroquia de Calderón, mediante la elaboración de una revista digital como una estrategia para su promoción.

**Edad:** 18-25  26-35  36-45  46 o +

**Género:** Masculino  Femenino

Con su colaboración conteste las siguientes preguntas que se plantean, seleccionando solamente una opción en el casillero que considere necesario con una "X".

**1.- En la siguiente escala señale el nivel de conocimiento que tiene usted sobre la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?**

Muy Alto  Alto  Medio  Bajo  Muy Bajo

**2.- ¿Usted estaría interesado en conocer la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón, e informarse de los atractivos turísticos que poseen en la misma?**

Totalmente de acuerdo  De Acuerdo  Indeciso   
En Desacuerdo  Totalmente en desacuerdo

**3.- ¿Qué tipo de turismo le gustaría que se implementara en la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?**

Turismo Comunitario  Turismo Gastronómico  Agroturismo   
Turismo de Deporte  Todas las anteriores

**4.- ¿Considera que es necesario aumentar la promoción de los atractivos turísticos que posee la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?**

Totalmente de Acuerdo  De Acuerdo  Indeciso   
En Desacuerdo  Totalmente en desacuerdo

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PROMOCIONAL PARA LA COMUNA LA CAPILLA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA PARA EL AÑO 2020.

 TECNOLOGICO SUPERIOR  
CORDILLERA

 administración  
turística y hotelera  
CORDILLERA

5.- ¿Con qué frecuencia ha visitado la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón, de manera turística?

Mensual  Semanal  Nunca

6.- En caso de haber visitado la comunidad. ¿Qué tipo de problemas detectó en su visita a la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?

Falta de información turística  Vías de acceso en mal estado   
Mala calidad en el servicio  Todos los anteriores

7.- ¿Qué tipo de actividad turística prefiere realizar en sus excursiones?

Caminatas por senderos  Degustación de la Gastronomía   
Visitar a Comunidades  Todos los anteriores

8.- De los siguientes recursos que posee la comunidad La Capilla que desearía conocer:

Recursos Naturales  Recursos Culturales  Todos los anteriores

- Mirador La Capilla
- Cementerio Ancestral
- Bosque Jalonguilla
- Iglesia La Capilla
- Parque central
- Leyendas y Tradiciones

9.- ¿Cree usted que una revista digital sería una buena manera de tener información de los recursos turísticos que posee la comunidad La Capilla, parroquia de Calderón?

Totalmente de acuerdo  De Acuerdo  Indeciso   
En Desacuerdo  Totalmente en desacuerdo

¡GRACIAS POR SU TIEMPO!

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PROMOCIONAL PARA LA COMUNA LA CAPILLA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA PARA EL AÑO 2020.

Elaborado por: Dayana Morales

## Fotos de la comunidad “La Capilla”

Anexo 2: Iglesia La Capilla



Elaborador por: Dayana Morales

Anexo 3: Bosque Jalonguilla



Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 4: Celebración a la virgen Inmaculada



Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 5: Celebración a la virgen Inmaculada



Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 6: Ferias de comida



Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 7: Danzas tradicionales



Elaborador por: Dayana Morales

Anexo 8: Bosque Jalonguilla



Elaborador por: Dayana Morales

Anexo 9: Rituales ancestrales



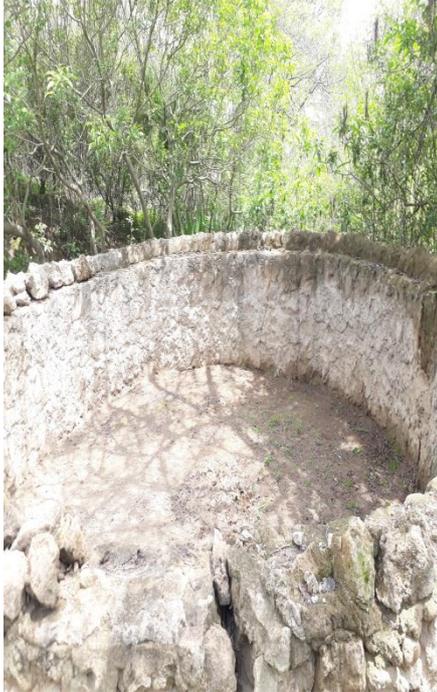
Elaborador por: Dayana Morales

Anexo 10: Sendero del bosque Jalonguilla



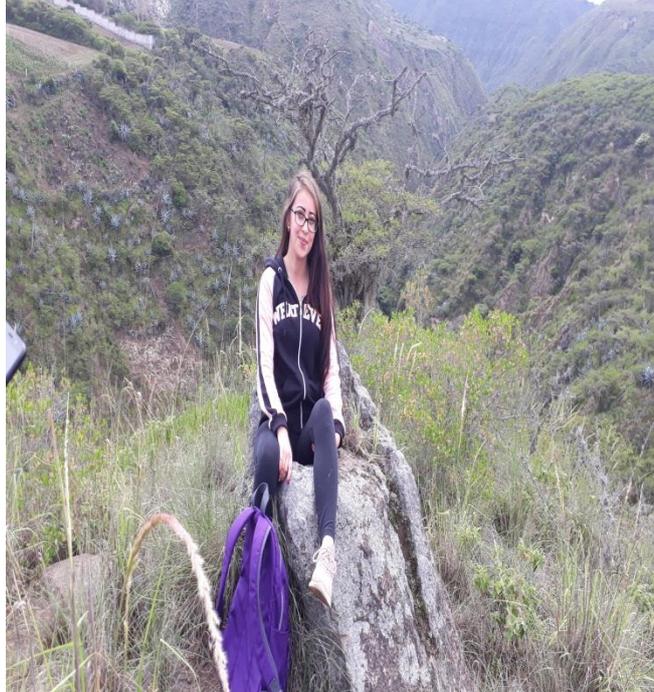
Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 11: Sitio sagrado de rituales



Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 12: Silla sagrada del bosque



Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 13: Mirador La Capilla



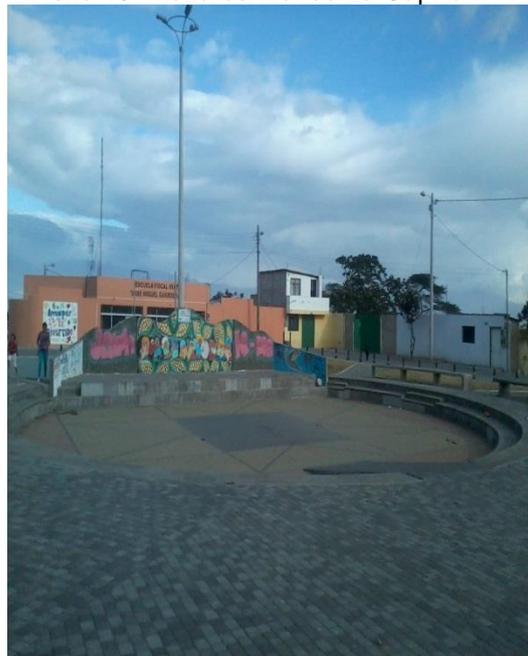
Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 14: Escuela José Guarderas



Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 15: Plaza central de La Capilla



Elaborado por: Dayana Morales

Anexo 16: Cooperativa Kinara



Elaborado por: Dayana Morales

## Proforma

Anexo 17: Proforma de encuestas



**Evolution**  
COPY CENTER  
CAMILO JAVIER SORIA ERAZO  
Matriz: Gonzalo Zaldumbide N50-48 y Pasaje 3  
Sucursal: AV. PRENSA N46-28 Y LOGROÑO  
Quito - Ecuador

R.U.C. 0603143330001  
**FACTURA** S 004-001-00  
**0000649**  
Aut. S.R.I. 1124451020  
VALIDA SU EMISION HASTA 15/Marzo/2020

Fecha: 12-Marzo 2020

Cliente: Dayana Morales

Dirección: Corcelén Alto

Telf: 0998710147 RUC/CI: 171807439-4

Cant.	DESCRIPCION	V. Unit.	Valor Total
766	Copias b/n	9015	11,49

Forma de Pago			
Efectivo		Subtotal 12 %	
Dinero Electrónico		Subtotal 0 %	
Tarj. Crédito / Débito		DESCUENTO	
Otros		Subtotal	11,49
		I.V.A. 12 %	1,38
		<b>TOTAL \$</b>	<b>12,87</b>

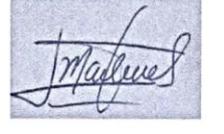
\*IMPRESA CopyGraf PABLO NICOLAS MADERO GUERRON / RUC-1707214944001 AUTO. SRI. 8472 DEL 0551 AL 0650 F.AUTORIZACION 15/Marzo/2019 \* Q.ORIGINAL-ADQUIRENTE COPIA C.-EMISOR

Elaborado por: Dayana Morales

## Bitácora de tutorías

### Anexo 18: Bitácora de tutorías

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACION									
NOMBRE TUTOR:		JARRIN GALLEGOS DIEGO ESTEBAN							
NOMBRE ESTUDIANTE:		MORALES ORTEGA KAREN DAYANA							
CARRERA:		ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA							
TEMA DE TITULACION:		DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PROMOCIONAL PARA LA COMUNA LA CAPILLA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CANTON QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, PARA EL AÑO 2020							
IMPRESION REPORTE:		Quito, 14 de julio del 2020 22:17:34							
TIPO REPORTE:		ACUMULATIVO							
ESTADO FINAL/OBSERVACION:		PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO /							
MODALIDAD:			INVESTIGACION DESARROLLO INNOVACION			PERIODO:		OCT 2019_MAR 2020	
NO.	CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	205080	2019-11-15	INSITU	2019-11-15 16:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-11-15 18:00:00	2.00	EL CONTEXTO ES CORRECTO Y COHERENTE ÚNICAMENTE SE HICIERON OBSERVACIONES SOBRE PUNTUACIÓN Y ORTOGRAFÍA.	PROCESADO
2	205083	2019-11-16	AUTONOMA	2019-11-16 12:00:00	ANTECEDENTES / CONTEXTO	2019-11-16 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LAS CORRECCIONES SOLICITADAS	PROCESADO
3	205087	2019-11-15	INSITU	2019-11-15 16:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-11-15 18:00:00	2.00	LA JUSTIFICACIÓN ES CORRECTA. SE SUGIERE PULIR LA REDACCIÓN	PROCESADO
4	205089	2019-11-16	AUTONOMA	2019-11-16 12:00:00	ANTECEDENTES / JUSTIFICACION	2019-11-16 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LAS CORRECCIONES SOLICITADAS	PROCESADO
5	205095	2019-11-22	INSITU	2019-11-22 16:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-11-22 18:00:00	2.00	LA DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL ES CORRECTA. SE RECOMIENDA REVISAR LA ORTOGRAFÍA	PROCESADO
6	205097	2019-11-23	AUTONOMA	2019-11-23 12:00:00	ANTECEDENTES / DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)	2019-11-23 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LAS CORRECCIONES SOLICITADAS	PROCESADO
7	205099	2019-11-29	INSITU	2019-11-29 16:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-11-29 18:00:00	2.00	LOS INVOLUCRADOS DESCRITOS EN EL ESQUEMA SON CORRECTOS Y GUARDAN RELACION ENTRE SÍ. SE SUGIERE MEJORAR EL DISEÑO DEL GRÁFICO.	PROCESADO
8	205103	2019-11-30	AUTONOMA	2019-11-30 12:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MAPEO DE INVOLUCRADOS	2019-11-30 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LAS CORRECCIONES SOLICITADAS	PROCESADO
9	205109	2019-11-29	INSITU	2019-11-29 16:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-11-29 18:00:00	2.00	EL ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS ES CORRECTO Y COHERENTE.	PROCESADO
10	205111	2019-11-30	AUTONOMA	2019-11-30 12:00:00	ANALISIS DE INVOLUCRADOS / MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	2019-11-30 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LAS CORRECCIONES SOLICITADAS	PROCESADO
11	205115	2019-12-13	INSITU	2019-12-13 16:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-12-13 18:00:00	2.00	EL ÁRBOL DE PROBLEMAS ESTÁ ADECUADAMENTE ELABORADO YA QUE REFLEJA LOS PRINCIPALES INCONVENIENTES.	PROCESADO
12	205116	2019-12-14	AUTONOMA	2019-12-14 12:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE PROBLEMAS	2019-12-14 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LAS CORRECCIONES SOLICITADAS	PROCESADO
13	205117	2019-12-13	INSITU	2019-12-13 16:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-12-13 18:00:00	2.00	EL ÁRBOL DE OBJETIVOS ESTÁ BIEN REALIZADO, YA QUE ESTÁ DIRECTAMENTE RELACIONADO CON EL ÁRBOL DE PROBLEMAS	PROCESADO
14	205118	2019-12-14	AUTONOMA	2019-12-14 12:00:00	PROBLEMAS Y OBJETIVOS / ARBOL DE OBJETIVOS	2019-12-14 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LAS CORRECCIONES SOLICITADAS	PROCESADO
15	207058	2020-01-10	INSITU	2020-01-10 17:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2020-01-10 19:00:00	2.00	MEJORAR LA PUNTUACIÓN Y ORTOGRAFÍA. LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS ESTÁ REALIZADA DE MANERA COHERENTE.	PROCESADO
16	207059	2020-01-11	AUTONOMA	2020-01-11 12:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS	2020-01-11 23:00:00	11.00	EL ESTUDIANTE REALIZÓ LAS MODIFICACIONES SOLICITADAS	PROCESADO
17	207060	2020-01-10	INSITU	2020-01-10 17:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2020-01-10 18:00:00	1.00	REEMPLAZAR LOS TÉRMINOS SEÑALADOS EN LA MATRIZ DE ANÁLISIS DE OBJETIVOS, POR OTRAS PALABRAS. EL TEXTO DEL ANÁLISIS ES CORRECTO, ÚNICAMENTE SE RECOMIENDA MEJORAR LA PUNTUACIÓN Y ORTOGRAFÍA.	PROCESADO
18	207061	2020-01-10	AUTONOMA	2020-01-10 12:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE ANALISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	2020-01-10 23:00:00	11.00	EL ESTUDIANTE EFECTÚA LOS CAMBIOS DE FORMA CORRECTA.	PROCESADO
19	207062	2020-01-10	INSITU	2020-01-10 17:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2020-01-10 18:00:00	1.00	EL DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS ESTÁ ADECUADAMENTE ELABORADO, ÚNICAMENTE SE SOLICITA CAMBIAR POCOS TÉRMINOS Y MEJORAR LA PUNTUACIÓN EN EL TEXTO DEL ANÁLISIS SE SOLICITA MEJORAR LA REDACCIÓN	PROCESADO
20	207063	2020-01-11	AUTONOMA	2020-01-11 12:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	2020-01-11 23:00:00	11.00	EL ESTUDIANTE REALIZA CORRECTAMENTE LOS CAMBIOS SOLICITADOS POR EL TUTOR.	PROCESADO
21	207064	2020-01-10	INSITU	2020-01-10 17:00:00	ANALISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LOGICO	2020-01-10 18:00:00	1.00	EN LA MATRIZ DE MARCO LÓGICO SE RECOMIENDA REALIZAR UNA ESTIMACIÓN DE LA CANTIDAD ACTUAL DE TURISTAS, ASÍ COMO COMPLETAR LOS INDICADORES RELACIONADOS CON ACTIVIDADES.	PROCESADO

22	207065	2020-01-10	AUTONOMA	2020-01-10 12:00:00	ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS / MATRIZ DE MARCO LÓGICO	2020-01-10 23:00:00	11.00	EL ESTUDIANTE REALIZA LAS MODIFICACIONES SOLICITADAS.	PROCESADO
23	212507	2020-02-07	INSITU	2020-02-07 16:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	2020-02-07 18:00:00	2.00	LOS ANTECEDENTES SON CORRECTOS, EXISTE INFORMACIÓN DE DIFERENTES AUTORES CON LAS RESPECTIVAS CITACIONES. SE SOLICITA MEJORAR ÉSTAS ÚLTIMAS DE ACUERDO AL FORMATO APA.	PROCESADO
24	212508	2020-03-08	AUTONOMA	2020-03-08 12:00:00	PROPUESTA / ANTECEDENTES (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	2020-03-08 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LOS CAMBIOS SOLICITADOS.	PROCESADO
25	212509	2020-03-14	INSITU	2020-03-14 17:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	2020-03-14 18:00:00	1.00	LA DESCRIPCIÓN ES CORRECTA, SE SOLICITA REEMPLAZAR ALGUNOS TÉRMINOS.	PROCESADO
26	212510	2020-03-15	AUTONOMA	2020-03-15 12:00:00	PROPUESTA / DESCRIPCIÓN (DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA QUE PROPONE COMO SOLUCIÓN)	2020-03-15 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LOS CAMBIOS SOLICITADOS.	PROCESADO
27	212511	2020-03-06	INSITU	2020-03-06 17:00:00	PROPUESTA / FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	2020-03-06 18:00:00	1.00	LA FORMULACIÓN DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA DEBE COMPLETARSE. SE DEBE INCLUIR DETALLES DEL DISEÑO DE LA REVISTA E IMÁGENES DE LOS OBSEQUIOS PERSONALIZADOS.	PROCESADO
28	212512	2020-03-07	AUTONOMA	2020-03-07 12:00:00	PROPUESTA / FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	2020-03-07 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LOS CAMBIOS SOLICITADOS.	PROCESADO
29	212513	2020-03-06	INSITU	2020-03-06 16:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2020-03-06 18:00:00	2.00	DETALLAR MEJOR EL LISTADO DE RECURSOS, INDICAR LA CANTIDAD EN CADA UNO DE ELLOS.	PROCESADO
30	212514	2020-03-07	AUTONOMA	2020-03-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / RECURSOS	2020-03-07 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LOS CAMBIOS SOLICITADOS.	PROCESADO
31	212515	2020-03-06	INSITU	2020-03-06 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2020-03-06 18:00:00	1.00	EL PRESUPUESTO NO TIENE CIFRAS, DEBE COMPLETARSE.	PROCESADO
32	212516	2020-03-07	AUTONOMA	2020-03-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / PRESUPUESTO	2020-03-07 23:00:00	11.00	LA ESTUDIANTE REALIZA LOS CAMBIOS SOLICITADOS.	PROCESADO
33	212517	2020-03-06	INSITU	2020-03-06 16:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2020-03-06 17:00:00	1.00	EL CRONOGRAMA ES CORRECTO, SE SEÑALAN CON CLARIDAD LAS FECHAS Y LAS ACTIVIDADES.	PROCESADO
34	212518	2020-03-07	AUTONOMA	2020-03-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / CRONOGRAMA	2020-03-07 23:00:00	11.00	NO SE REQUIEREN CAMBIOS.	PROCESADO
35	212991	2020-03-14	AUTONOMA	2020-03-14 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-03-14 23:00:00	11.00	LAS CONCLUSIONES SON CORRECTAS, HACEN REFERENCIA A LOS OBJETIVOS DEL TRABAJO ACADÉMICO.	PROCESADO
36	212995	2020-03-13	INSITU	2020-03-13 16:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-03-13 17:00:00	1.00	LAS CONCLUSIONES SON CORRECTAS, ESTÁN ALINEADAS CON LOS OBJETIVOS DEL TRABAJO ACADÉMICO.	PROCESADO
37	213001	2020-03-13	INSITU	2020-03-13 17:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-03-13 18:00:00	1.00	LAS RECOMENDACIONES SON ATINADAS, Y REFLEJAN EL CRITERIO PROFESIONAL DEL ESTUDIANTE.	PROCESADO
38	213002	2020-03-14	AUTONOMA	2020-03-14 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-03-14 23:00:00	11.00	NO SE REQUIEREN CAMBIOS.	PROCESADO
39	213012	2020-03-20	INSITU	2020-03-20 17:00:00	INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL	2020-03-20 18:00:00	1.00	EL INFORME FINAL SE REALIZA DE FORMA ADECUADA Y CON LA COLABORACIÓN DE LA ESTUDIANTE.	PROCESADO
40	213014	2020-03-21	AUTONOMA	2020-03-21 12:00:00	INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL	2020-03-21 13:00:00	1.00	NO SE REQUIEREN CAMBIOS.	PROCESADO
<b>TOTAL HORAS:</b>							<b>240</b>		
 JARRIN GALLEGOS DIEGO ESTEBAN TUTOR CI: 1707088140			 MORALES ORTEGA KAREN DAYANA ALUMNO CI: 1718074394			 ANDRADE FUENTES MARLENE CECILIA DELEGADO CI: 1718776162 FECHA:			

Elaborador por: Dayana Morales

## Urkund

Anexo 19: Análisis sistema Urkund



### Urkund Analysis Result

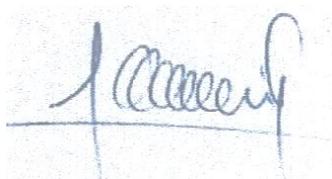
Analysed Document: TESIS DAYANA MORALES.pdf (D66638369)  
Submitted: 3/27/2020 2:48:00 AM  
Submitted By: moralesdayana18@gmail.com  
Significance: 2 %

#### Sources included in the report:

TESIS BUENA.docx (D51219131)  
TESIS.pdf (D15678624)  
TESIS ANDREA GALLARDO URKUN.docx (D57075424)  
<https://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/3437/1/TUR-16-16-1726564667.pdf>  
<https://docplayer.es/144595812-Maestria-en-turismo-mencion-gestion-del-turismo-sostenible-trabajo-de-titulacion-en-opcion-al-grado-de-magister.html>

#### Instances where selected sources appear:

11



MSC. DIEGO JARRÍN

Tutor

Elaborador por: Dayana Morales

## Anexo 20: Carta Aval

**COMUNIDAD "LA CAPILLA"**

Quito, 10 de Abril de 2020

Señores

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

Presente.-

De mi consideración:

La comunidad "La Capilla", expresa un cordial saludo a su administración, el deseo sincero de que se encuentren bien y un agradecimiento por permitir a una estudiante de la institución brindar sus conocimientos en beneficio de nuestra comunidad.

A petición verbal de la señorita **KAREN DAYANA MORALES ORTEGA, estudiante de la Carrera de Administración Turística y Hotelera, con número de cédula 1718074394**, me permito certificar que la señorita en mención realizó de manera satisfactoria la entrega e implementación del diseño de un plan estratégico promocional para la comuna La Capilla ubicada en la parroquia de Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha, con el fin de rescatar nuestras tradiciones orales y culturales.

Proyecto que fue aceptado y culminado acorde a los requerimientos de la comunidad, su arduo trabajo demostró ser una persona responsable, confiable, idónea virtudes que le han hecho merecedora a nuestra estima y consideración de todos los que conformamos esta comunidad.

Es todo en cuanto puedo decir en honor a la verdad.

La señorita Dayana Morales puede hacer uso de este documento como creyere conveniente.

Atentamente  
Gonzalo Guañuna  
Presidente de la comunidad "La Capilla"

Elaborador por: Dayana Morales

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PROMOCIONAL PARA LA COMUNA  
LA CAPILLA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CANTÓN  
QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA PARA EL AÑO 2020.**