



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING INNOVADOR DE LA  
PARROQUIA DE CHECA CON LA FINALIDAD DE LOGRAR UN  
DESARROLLO ECONÓMICO PARA EL SECTOR.

Proyecto de investigación previo a la obtención de título de Tecnólogo en  
Administración Turística y Hotelera

**Autora:** Katherine Portilla

**Tutora:** Marlene Andrade

Quito, Mayo 2016

---

## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, 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.

---

Katherine Valeria Portilla Caspi

CC 172591028-3

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Katherine Valeria Portilla Caspi alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

Katherine Valeria Portilla Caspi

CC 172591028-3

## **CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL**

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Katherine Valeria Portilla Caspi**.

Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el "CESIONARIO", Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.**- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING INNOVADOR DE LA PARROQUIA DE CHECA CON LA FINALIDAD DE LOGRAR UN DESARROLLO ECONÓMICO PARA EL SECTOR."**, el cual incluye un video promocional de Checa el diseño de un tríptico, afiche, roll up para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la realización de un Trípticos y página web motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera

la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.**- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el tríptico, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción a) La reproducción por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública ; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización; d) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.**- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.**- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

**QUINTA: PLAZO.**- La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a la dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, f) El idioma de arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, en caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SEPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 22 días del mes de Marzo del dos mil dieciséis.

f) \_\_\_\_\_

f) \_\_\_\_\_

C.C. No.172591028-3

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CEDENTE**

**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque por realizar mi objetivo anhelado.

Expreso un sincero sentimiento de gratitud al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, a la Carrera de Administración Turística y Hotelera, por su compromiso de forjar profesionales con excelencia académica. Un efusivo agradecimiento a todos los docentes por su paciencia, disponibilidad y generosidad para compartir sus experiencias y amplios conocimientos

Katherine Portilla

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicarle este trabajo

A Dios que me ha dado la vida y fortaleza

A mis padres por su apoyo incondicional

A mis hermanos que siempre han estado junto a mí.

Katherine Portilla

## ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDO</b>	<b>PAG.</b>
ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO .....	ii
DECLARATORIA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS .....	iv
CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..v	
AGRADECIMIENTO.....	ix
DEDICATORIA .....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	xix
CAPÍTULO I.....	1
1.00 Antecedentes.....	1
1.01 Contexto .....	2
1.01.01 Historia del turismo en el Ecuador .....	2
1.01.02 Ecuador.....	3
1.01.03 Reseña histórica de Checa .....	4
1.01.04 Los Chilpes, Primitivos Habitantes de Checa .....	5
1.01.05 Actividades Productivas .....	7
1.01.06 Calendario festivo.....	7
1.01.07 Manifestaciones Culturales .....	7
1.01.08 Personajes:.....	8
1.01.09 Comidas Típicas .....	8

1.01.10 Atractivos Turísticos .....	9
1.02 Justificación.....	10
1.02 Definición del problema central (Matriz T) .....	11
1.03.01 Que es Definición del problema central .....	11
1.03.02 Fuerzas Impulsadoras .....	12
1.03.03 Fuerzas Bloqueadoras: .....	13
CAPITULO II .....	14
2.00 Análisis de involucrados.....	14
2.01 Mapeo de involucrados .....	14
2.02 Matriz de análisis de involucrados .....	16
CAPITULO III.....	19
3.00 Problemas y Objetivos.....	19
3.01 Árbol de Problemas .....	19
3.02 Árbol de Objetivos .....	21
CAPÍTULO IV.....	23
4.00 Matriz de Análisis de Alternativa.....	23
4.01 Matriz de análisis de alternativas .....	24
Tabla 6. Matriz de análisis de alternativas .....	24
4.02. Análisis de Impacto de Objetivos.....	25
4.03 Diagrama de Estrategias .....	26
4.04 Matriz de Marco Lógico.....	28
CAPITULO V .....	31
5.00 Propuesta .....	31
5.01 Antecedentes .....	31
5.01.01 Investigación de Mercado .....	35
5.01.01.01 Segmentación de mercado.....	35
5.01.02 Instrumentos de la investigación .....	36

5.01.02.01 Diseño de Investigación .....	37
5.01.02.02 Investigación Documental .....	37
5.01.02.03 Investigación de Campo .....	37
5.01.02.04 Investigación descriptiva .....	38
5.01.02.05 Investigación Explorativa .....	38
5.01.02.06 Investigación Explicativa .....	38
5.01.03 Población y Muestra .....	39
5.01.04 Análisis de la información .....	41
5.01.05 Análisis FODA .....	51
5.02 Descripción de la herramienta y metodología que propone como solución..	52
5.02.01 Ubicación .....	52
5.02.02 Límites .....	52
5.02.03 Demografía .....	52
5.02.04 Altitud .....	52
5.02.06 Clima .....	52
5.02.07 Transporte .....	53
5.02.08 Turismo ecológico .....	53
5.02.09 Levantamiento de Atractivos .....	54
5.02.10 Infraestructura Turística .....	63
5.02.10.01 Quinta Hotel Natura .....	63
5.02.10.02 Restaurante Campestre Marmite. ....	63
5.02.10.03 La Auténtica Señora Fritada .....	63
5.02.10.04 El Refugio .....	63
5.02.11 Video promocional de la parroquia de Checa .....	64
5.02.12 Modelo de Tríptico Promocional .....	65
5.02.13 Modelo afiches promocionales .....	67
5.02.14 Modelo del Roll Up .....	68

---

5.02.15 Programación de una Feria Turística de la Parroquia de Checa.....	69
CAPITULO VI.....	70
6.00 Aspectos Administrativos.....	70
6.01 Recursos .....	70
6.02 Presupuesto.....	71
6.03 Cronograma .....	72
CAPITULO VII .....	73
7.00 Conclusiones y Recomendaciones .....	73
7.01 Conclusiones .....	73
7.02 Recomendaciones.....	74
Bibliografía .....	75
Anexos.....	78
Carta de auspicio.....	79
Encuesta .....	80
Fotografías.....	81
Proformas .....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Escalas.....	11
Tabla 2: Análisis Fuerzas T.....	12
<b>Tabla 3:</b> Análisis de involucrados .....	15
Tabla 4. Matriz de Análisis de Involucrados .....	16
Tabla 5: Escala de categorías .....	23
Tabla 6. Matriz de análisis de alternativas .....	24
Tabla 7. Análisis de Impacto de Objetivos .....	25
Tabla 8: Matriz de Marco Lógico .....	28
Tabla 10: Pregunta 1 .....	41
Tabla 11: Pregunta 2 .....	42
Tabla 12: Pregunta 3 .....	43
Tabla 13: Pregunta 4 .....	44
Tabla 14: Pregunta 5 .....	45
Tabla 15: Pregunta 6 .....	46
Tabla 16: Pregunta 7 .....	47
Tabla 17: Pregunta 8 .....	48
Tabla 18: Pregunta 9 .....	49
Tabla 19. Pregunta 10 .....	50
Tabla 9: Análisis de FODA.....	51
Tabla 20: Cerró Puntas.....	54
Tabla 21: Playas de Urabia .....	55
Tabla 22: Playas de Cartagena .....	56
Tabla 23: Planta orgánicas de Checa .....	57
Tabla 24: Iglesia y parque central .....	58
Tabla 25: Baile del Arco .....	59
Tabla 26: Carnaval de Checa al estilo Bolivarense.....	60
Tabla 27: Fiestas Patronales del Señor de la Buena Esperanza .....	61
Tabla 28. Fiestas Patronales de la Virgen de las Mercedes .....	62
Tabla 29: Recursos.....	70
Tabla 30: Elaboración de Tesis .....	71
Tabla 31: Cronograma.....	72

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapeo de Involucrados .....	14
Figura 2: Árbol de Problemas .....	19
Figura 3: Árbol de Objetivos.....	21
Figura 4: Diagrama de Estrategias .....	26
Figura 5: Censo poblacional Fuente: INEC .....	39
Figura 6: Interpretación gráfica pregunta 1.....	41
Figura 7: Interpretación gráfica pregunta 2.....	42
Figura 8: Interpretación gráfica pregunta 3.....	43
Figura 9: Interpretación gráfica pregunta 4.....	44
Figura 10: Interpretación gráfica pregunta 5.....	45
Figura 11: Interpretación gráfica pregunta 6.....	46
Figura 12: Interpretación gráfica pregunta 7.....	47
Figura 13: Interpretación gráfica pregunta 8.....	48
Figura 14: Interpretación gráfica pregunta 9.....	49
Figura 15: Interpretación gráfica pregunta 10.....	50
Figura 16: Video Promocional de Checa .....	64
Figura 17: Anverso Tríptico.....	65
Figura 18: Reverso Tríptico .....	65
Figura 19: Modelo Afiche.....	67
Figura 20: Modelo Roll Up promocional.....	68

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como meta elaborar un plan de marketing innovador de la parroquia de checa con la finalidad de lograr un desarrollo económico para el sector esta idea surgió por la persona investigadora.

En el primer capítulo tenemos los antecedentes, justificación y definición del problema central, (Matriz T) continuando con el segundo capítulo se presenta el análisis de involucrados, mapeo de involucrados, matriz de análisis de involucrados en el tercer capítulo se realiza el árbol de problema .árbol de objetivos.

Por consiguiente en el cuarto capítulo se efectuara el análisis de alternativas donde abarca matriz de análisis de alternativas, matriz de análisis de impacto de los objetivos, diagrama de estrategias, matriz de marco lógico en el quinto capítulo tenemos la propuestas sociales, físicas y de actividades turísticas, se da a conocer la misión y visión del proyecto y se calcula la capacidad de carga en el penúltimo capítulo los aspectos administrativos recursos, presupuesto, cronograma el cual nos ayuda en la realización de la tesis .En el capítulo final tenemos conclusiones y recomendaciones bibliografía ,anexos.

## ABSTRACT

This project aims to develop an innovative marketing plan Czech parish in order to achieve economic development for the sector this idea came by the researcher

In the first chapter we have the background, justification and definition of the core problem (Matrix T) continuing with the second chapter stakeholder analysis, mapping involved, analysis matrix involved in the third chapter presents the problem tree is enhanced tree objectives.

Therefore in the fourth chapter the analysis of alternatives which covers matrix analysis of alternatives, matrix impact analysis of objectives, chart strategies, logical framework matrix in the fifth chapter we have the social proposals, and physical activities are effected tourist, it discloses the mission and vision of the project and the load capacity is calculated in the penultimate chapter administrative aspects resources, budget, schedule, which helps us in the realization of the thesis .In the final chapter we have conclusions and recommendations bibliography, annexes.

## INTRODUCCIÓN

Plan de marketing innovador de la parroquia de checa con la finalidad de lograr un desarrollo económico para el sector ha sido un tema escogido ya que es uno de los lugares que no son conocidos por turistas y lo que se pretende es promocionarle y darle a conocer bajo ciertos límites y parámetros.

Este proyecto se centra en el escaso de desarrollo y promoción turística que existe en la zona ya que el GAD no se preocupa de promover los diferentes atractivos que posee.

El objetivo de este proyecto es promover como destino turístico procurando preservar sus recursos naturales y culturales a través de una investigación y análisis de los recursos y potenciales con los que se cuenta mejorar el estilo de vida de los habitantes de la población

Este estudio pretende confirmar la validez de la siguiente hipótesis la infraestructura y la planta no es suficiente para promocionar Checa como destino turístico para esto se requiera el apoyo de la población, autoridades y brindar un buen servicio para lograr tener una alta demanda de turistas.

## CAPÍTULO I

### 1.00 Antecedentes

Elaboración de un plan de marketing innovador de la parroquia de Checa con la finalidad de lograr un desarrollo económico para el sector.

**Tema:** Plan de Marketing Turístico para la Parroquia Mindo, Cantón San Miguel de los Bancos, Provincia de Pichincha.

**Autor:** Patiño Gisela

**Institución:** Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

**Año:** 2015

**Conclusión:** Del presente se tomara de referencia el capítulo IV donde nos habla de las generalidades del turismo.

**Tema:** Marketing Turístico

**Autor:** Escobar Antonio, González Yolanda

**Año:** 2014

**Conclusión:**

Del presente libro se tomara algunos capítulos acerca de Marketing.

**Tema:** Plan de Desarrollo Turístico Comunitario para la Parroquia Cuyuja

**Autor:** Machuca Maribel Nancy, Naranjo Nancy

**Institución:** Universidad Central del Ecuador

**Año:** 2013

**Conclusión:** De la presente tesis el Capítulo III engloba el estudio de mercado, oferta, demanda análisis FODA.

**Tema:** Checa un pueblo andino realidades y recuerdos

**Autor:** Montenegro Nelson

**Año:** 2007

**Conclusión:** El libro será de mucha ayuda ya que contiene datos que podrán concluir con mi proyecto donde sacare información acerca de la reseña historia de Checa atractivos naturales y culturales.

**Tema:** Plan de Marketing para la Parroquia Atahualpa, Cantón De Santa Elena

**Autor:** Salvatierra Bianca

**Institución:** Universidad Estatal Península De Santa Elena

**Año:** 2013

**Conclusión:** Del presente trabajo se tomara de referencia el Capítulo I, que habla acerca del marketing, y las etapas del plan de marketing.

## **1.01 Contexto**

### **1.01.01 Historia del turismo en el Ecuador**

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la Amazonía, presentan una gran riqueza. En este manual tú podrás encontrar una serie de información que te servirá tanto como medio de consulta en tu carrera como para enriquecer tu conocimiento. Las zonas que vas a visitar, se caracteriza por la

producción petrolera, maderera, agrícola y ganadera en la región amazónica, en cuanto a la región sierra, se tiene una producción agrícola, ganadera y florícola. Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. Los mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos). También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones (24 %) o por negocios o trabajo (62 %). En cuanto al ecoturismo, el Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, lo que genera una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación. Se han inventariado más de 920 atractivos turísticos, de éstos, alrededor de 520 son naturales, destacándose los parques nacionales, la selva, los ríos y lagos, las montañas. (Turismo, 2014)

### **1.01.02 Ecuador**

Ecuador está dividido en cuatro regiones geográficas: la Costa, que comprende poco más de la cuarta parte del país; la Sierra, constituida por las alineaciones montañosas y altiplanicies andinas; el Oriente o región Amazónica, al este de los Andes, y la región Insular. Por la región de la Costa predominan las llanuras fértiles y las elevaciones de poca altitud, entre las que discurren numerosos ríos, muchos de ellos pertenecientes a la cuenca del Guayas, y sobresalen playas y balnearios de gran atractivo turístico. La cordillera de los Andes atraviesa el país en sentido sur-norte.

La región de la Sierra comprende las dos cadenas de la cordillera de los Andes, la Occidental y la Oriental, con más de una docena de picos por encima de los 4.800 metros, y la estrecha meseta que se extiende entre ellas, conocida como valle interandino, que alcanza los 3.000 m de altitud. Las grandes cimas se alzan en el centro y norte del país; de Riobamba hacia el sur decae la altitud y aumenta el ancho, formándose un altiplano que suele llamarse Austro. El Cotopaxi es el volcán activo más alto del mundo (5.897 m) y está situado en el valle interandino; el nevado Chimborazo (6.310 m) es la cumbre más elevada de Ecuador y está ubicado en la cordillera Occidental de los Andes. Otros picos importantes son: el volcán Cayambe (5.790 m), el nevado Antisana (5.704 m), el Sangay (5.230 m), el Tungurahua (5.033 m) y el macizo Pichincha (4.787 m). En la región Amazónica, el relieve desciende desde la parte oriental de los Andes hasta las llanuras del Amazonas, a cuya cuenca pertenecen importantes ríos como el Putumayo, el Napo y el Pastaza. Las cumbres más sobresalientes se encuentran al norte, cerca del volcán Sumaco. (Arcos, 2014)

### **1.01.03 Reseña histórica de Checa**

Checa es una de las parroquias que integra el Distrito Metropolitano de Quito. Se encuentra situada al noreste de la Capital de la República y dista de ella treinta y nueve kilómetros por una buena carretera asfaltada. De acuerdo con la norma administrativa del Distrito Metropolitano, Checa pertenece al sector Oyambo, junto con El Quinche, Yaruquí, Tababela, Pifo. (Montenegro, 2007, pág. 19)

Un organismo del Estado, la ex junta nacional de planificación, asigna a Checa una extensión territorial de 88 kilómetros cuadrados. Últimos cálculos realizados por la Dirección de Planificación Municipal determinan para la parroquia 8.848.05 Ha. (88 Km<sup>2</sup>, 48 Ha.) dato que es muy significativo, puesto que su ámbito geográfico sería el más extenso entre las parroquias del sector Oyambaro, excepción de Pifo (Montenegro, 2007, pág. 19)

Pueblo netamente ecuatorial, se encuentra a escasos kilómetros al sur de la línea Equinoccial que marca la mitad del Mundo, cuyo punto más cercano se ubica a la altura de la histórica hacienda Guáchala, cerca de Cayambe. Su posición astronómica es de 0° 3` de latitud sur y 78° 18` de longitud occidental, tomando como referencia la cabecera parroquial. (Montenegro, 2007, pág. 19)

#### **1.01.04 Los Chilpes, Primitivos Habitantes de Checa**

Montenegro (2007) llegaron a construir la más importante parcialidad del cacicazgo de Yaruquí. Ocupaban la llanura baja de Checa, desde la confluencia de los ríos Cartagena y Urabia hasta cubrir los actuales barrios de La Tolita y Aglla. La organización social económica de los Chilpes era similar a los demás pueblos asentados en la cuenca del Guayllabamba, cuyas actividades giraban en torno al Ayllu que consistía en la concentración de miembros vinculados por parentesco.

(pag.40)

Montenegro (2007) Practicaban con agricultura primitiva, especialmente instrumentos de madera como la chaqui-taglla y el huashmo, esta último que todavía se emplea en la siembra de maíz y papas. Sus principales cultivos eran: maíz, camotes, papas, quinua y choclos. Los indios de las tierras altas sembraban habas, mellocos, ocas y mashuas, productos que intercambian con los que se daban en la llanura. Utilizaban varias hierbas comestibles como el nabo y rábano silvestres, el bledo, lengua de vaca y berros; guabas, taxos, capulíes y tzimbalos eran las frutas más conocidas del lugar. La domesticación del cuy, que venía de siglo atrás, les dio buenos resultados en cuanto a la provisión de carne sabrosa y nutritiva, aunque su crianza, dentro de las habitaciones, creaba problemas de contaminación, salud e higiene. (pag.40)

Montenegro (2007) Otros animales que proporcionaban carnes y pieles eran el venado y el conejo, en cuya caza eran muy diestros. Los ríos Cartagena, Urabia y La Tola, abundaba un pez llamado impa y la inquieta preñadilla que eran materia de actividad pesquera, operación que se realizaba mediante una vara delgada, cuyo extremo se amarraba la parte superior de la penca del cabuyo negro, cuya fuerte y puntiaguda púa era clavada en el cuerpo del animal. Como bebida preparaban la chicha a base de maíz germinado y el chaguarmishqui proveniente del cabuyo mencionado. (pag.40)

Montenegro (2007) La vivienda de la comunidad Chilpeña consistía en chozas pegadas al suelo, o sobre paredes de Canguahuas y chambas. Para la cubierta se utilizaba la paja del sigse, una planta muy conocida hasta nuestros días y falta de esta se traía la típica paja de los páramos del Muedque y Lomagorda. Como en todas las culturas primitivas, el sol y la luna eran los dioses predilectos y como secundarios o dioses menores figuraban los ríos, el rayo y todo fenómeno que infundía temor, alegría o algún beneficio. (pag.40)

#### **1.01.05 Actividades Productivas**

Es importante destacar el desarrollo de actividades agrícolas, industriales y de servicio. La zona se ha convertido en los últimos años en un importante polo de desarrollo industrial florícola.

#### **1.01.06 Calendario festivo**

3 de Mayo: Fiesta Parroquial en honor al Señor de la Buena Esperanza.

29 de Junio: Fiestas de San Pedro.

21 de Septiembre: Fiestas en honor a la Patrona Eclesiástica Virgen de las Mercedes.

1 de Diciembre: Fiesta de Parroquialización.

#### **1.01.07 Manifestaciones Culturales**

Grupos de danza San Padrino (baile ancestral cuyo personaje principal es el que toca la Tunda). Baile de los Arcos (danza traída de España) Grupo musical Sentimiento chequence (sus instrumentos son populares como por ejemplo la hoja, la peinilla). La artesanía y la pintura también son expresiones de este pueblo.

### 1.01.08 Personajes

Sra. Carmen Estévez (pintora y escultora a nivel nacional e internacional).

Dr. Nelson Montenegro (catedrático).

Sr. Carlos Garzón (atleta destacado a nivel sudamericano, medallista en los 100 m. planos).

Sr. Báez (artesano relojero).

Sr. Cleofás Romero (violinista, participó en conciertos a nivel internacional).

Sr. José Noboa Cano (héroe de la guerra del 41, fue un hombre apasionado por la educación).

### 1.01.09 Comidas Típicas

**Fritada**.- Este plato es uno de los más consumidos por el visitante, el plato consiste en pedazos de carne de chanco acompañados de mote, tostado, plátano frito, papa cocinada y frita, acompañada de una encurtido de tomate y cebolla, el plato se lo puede degustar con ají característico de la parroquia.

**Ají de Cuy**.- plato tradicional que consta de una porción de cuy, papas, mote, aguacate, col y encurtido de tomate, cebolla y cilantro. Se sirve en fiestas familiares, tradicionalmente llamado el mediano, ya que se entrega a los padrinos o priostes.

**Chicha**.- Elaborada a partir del maíz es una bebida tradicional de la localidad, se consume en fiestas familiares, es refrescante y la toman los pobladores al realizar las mingas. En 1916 funcionaban en la parroquia alrededor de 12 chicherías, donde gente de toda clase especialmente trabajadores iban consumir esta bebida.

**Guarapo**.- Es el zumo de caña de azúcar, antiguamente fue producido en la hacienda Urabía, el hacendado acostumbraba obsequiar grandes cantidades de

guarapo tierno a los trabajadores de las mingas públicas. Es una bebida agradable y refrescante la misma que es consumida solo en fiestas tradicionales de la parroquia.

**Guarango**.- Bebida indígena preparada a base de miel de cabuyo negro conocido en la zona como chahuarmishqui. Las mujeres se encargaban de la preparación hervían la miel para eliminar la espuma para luego dejarla reposar en tinajas de barro. El consumo excesivo de esta bebida producía dolores de cabeza, espasmos musculares, alucinaciones e incluso la muerte.

#### **1.01.10 Atractivos Turísticos**

Aglla (Hacienda Santa Teresita)

El coral

Cerró Puntas

Checa (Quinta Bolivia)

La primera Alfarería

Hacienda Josefina

Parque central

Iglesia central

Producción de Tunas

Parque ecológico

Playas de Urabia

Playas de Cartagena

## 1.02 Justificación

El turismo en el Ecuador ha tenido un crecimiento considerable en cuanto al porcentaje de ingresos de parte extranjera tomando más fuerza como un eje fundamental para el desarrollo socioeconómico del país. El trabajo conjunto de los sectores públicos, privados, académicos y comunitarios ha marcado el camino de la mejor durante los últimos años. Tiene una alta demanda de turistas nacionales como extranjeros gracias a esto Ecuador ha logrado recibir el galardón como destino turístico.

Esta es una actividad que brinda a las personas la oportunidad de desarrollarse cultural y económicamente, las mismas que mediante una participación activa se genera fuentes de empleo sumado a la variedad de atractivos que tenemos y que no han sido conocidos ya que por algunas razones no se ha logrado promocionar de la mejor manera. Es por ello que, este presente proyecto nos permitirá analizar la elaboración de un plan de marketing para la parroquia de Checa con la finalidad de lograr un desarrollo económico para el sector.

El objetivo de este proyecto es fortalecer la imagen de la Parroquia de Checa ya que está rodeado por atractivos naturales y culturales a su vez rodeado de un clima espectacular.

## 1.03 Definición del problema central (Matriz T)

### 1.03.01 Qué es Definición del problema central

La descripción trata de la relación del problema con el medio en el cual surge y se desarrolla, lo mismo que el tratamiento de las características que inciden en la determinación del fenómeno y/o procesos. La descripción debe de resaltar la circunstancia problemática en relación con la investigación. (Arcos, 2014)

Tabla 1  
Escala

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

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 2  
Análisis Fuerzas T

SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
<b>Por el mal uso de los atractivos turísticos, y por falta de marketing empeora la situación de la Parroquia de Checa, lo que tendrá menos demanda turística ocasionando bajos ingresos.</b>	Escasa promoción de este lugar, se ha podido observar que no hay muchos turistas que lo visiten.				El plan de marketing ayudará a que la parroquia de Checa tenga una mayor afluencia de turistas a los atractivos.
<b>Fuerzas Impulsadoras</b>	I	PC	I	PC	<b>Fuerzas Bloqueadoras</b>
<b>Realizar un control más adecuado para cuidar su ecosistema realizando proyectos basados en la necesidad de los turistas</b>	2	5	3	4	Desinterés por el cuidado del entorno, demuestra la falta de conocimiento y la importancia de recursos que posee.
<b>Recursos turísticos existentes en la parroquia de Checa</b>	4	5	3	4	Escasa promoción de los atractivos turísticos de la parroquia de Checa
<b>Elaborar estrategias para mantener en buen estado los atractivos del lugar.</b>	4	5	3	4	Desinterés para realizar estrategias para mantener los atractivos del lugar.
<b>Realizar campañas de capacitación a los moradores de la parroquia.</b>	5	3	4	5	Desinterés por asistir a las capacitaciones.

Elaborado por: Katherine Portilla

### 1.03.02 Fuerzas Impulsadoras

1.- Realizar un control más adecuado para cuidar su ecosistema realizando proyectos basados en la necesidad de los turistas tiene una intensidad de 2 y su potencial de cambio será de 5.

2.- Recursos turísticos existentes en la parroquia de Checa tiene una intensidad de 4 y su potencial de cambio será 5.

3.- Elaborar estrategias para mantener en buen estado los atractivos del lugar su intensidad es de 4 con un potencial de cambio de 5.

4.- Realizar campañas de capacitación a los moradores de la parroquia tiene una intensidad de 3 y con un potencial de cambio de 5.

### **1.03.03 Fuerzas Bloqueadoras:**

1.- Desinterés por el cuidado del entorno, demuestra la falta de conocimiento y la importancia de recursos que posee su intensidad de 3 y su potencial de cambio llevaría tener una calificación de 4.

2.- Escasa promoción de los atractivos turísticos de la parroquia de Checa que posee una intensidad de 3 y su potencial de cambio llevaría tener una calificación de

3.- Desinterés para realizar estrategias para mantener los atractivos del lugar su intensidad es 3 con su potencial de cambio 4.

4.- Desinterés por asistir a las capacitaciones su intensidad es de 4 con su potencial de cambio 5.

## CAPITULO II

### 2.00 Análisis de involucrados

#### 2.01 Mapeo de involucrados



Figura 1  
Mapeo de Involucrados  
Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 3  
Análisis de involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
GAD de Checa	X		20
Investigador	X		20
Turistas	X		10
Población de Checa	X		10
Proveedores de servicio		X	10
Mintur		X	10
AA.V.V.		X	10
Transporte		X	10
<b>Total</b>			<b>100 %</b>

Elaborado por: Katherine Portilla

**Análisis:** Tenemos los beneficiarios directos

- 1.- GAD de Checa.- con un 20%. Ayudará con el presente proyecto a lograr un desarrollo económico al lugar.
- 2.- Investigador.- con un 20% a un futuro logrando realizar este proyecto tendría una fuente de empleo.
- 3.- Turistas.- con un 10% Se favorecen al tener un destino más por conocer.
- 4.- Proveedores de servicio: Al poder vender un nuevo destino turístico

**Beneficiarios Indirectos:**

- 1.- Mintur.- con un 10% Se beneficia en capacitar a los empleados directos indirectos, y a su vez promocionado el lugar en todos sus aspectos y esto beneficia al país en sí.
- 2.- AA.VV.- con un 10 % recibirán ingresos económicos por la venta de paquetes.
- 3.- Transporte.- con un 10% Generara ingresos al trasladar a los turistas.
- 4.- Proveedores de servicio.- con un 10 % Al poder vender un nuevo destino turístico

## 2.02 Matriz de análisis de involucrados

Tabla 4  
Matriz de Análisis de Involucrados

GRUPOS INVOLUCRADOS	INTERÉS SOBRE EL PROBL. CENTRAL	PROBL. PERCIBIDOS	RECUR. Y CAPACIDADES	INTERÉS RESPECTO AL PROYECTO	CONFLIC. POTENCIALES
<b>GAD de Checa</b>	Promover el desarrollo social del sector.	Poco conocimiento o sobre el manejo del turismo del lugar.	Recursos para promover el desarrollo.	Alternativa económica para población local.	Falta correlación autoridad-comunidad.
<b>Investigador</b>	Buscar estrategias para la promoción de la parroquia.	Escasa promoción turística.	Implementación de marketing innovador para el lugar.	Mayor afluencia turística.	Personal no capacitado en la área de hotelería y turismo
<b>Turistas</b>	Lograr visita de turistas nacionales y extranjeros	Poca información turística del sector.	Guías de turismo	Promoción del destino turístico mediante marketing	No existe demanda de turistas
<b>Población de Checa</b>	Beneficios colectivos en el lugar.	Bajo interés de pobladores en trabajar en el área turismo.	Personal de asesoramiento y capacitación.	Incremento de fuentes de empleo	Competencia interna de proyectos alternativos
<b>Mintur</b>	Prestar asesoramiento o técnico en el proyecto.	Bajo marketing publicitario.	Ley de turismo	Alternativa de hospedaje turístico en el sector.	Falta de cumplimiento o a lo establecido por la organización.
<b>AA.VV</b>	Brindar servicios de calidad en este sector turístico.	Falta de alternativas de hospedaje.	Publicidad	Mejorar calidad de servicios para turistas.	Desinterés en mejorar la calidad de servicios.
<b>Tour Operadoras</b>	Poco conocimiento de actividades turísticas.	No hay nuevas alternativas de turismo para ofrecer al turista	Visitar esta nueva alternativa de estancia turística.	Mayor cantidad de contratos para sus agencias.	Escasos ingresos económicos por falta de promoción del lugar.

Elaborado por: Katherine Portilla

## **Análisis**

En esta tabla podemos observar que el GAD de la parroquia de Checa busca promover el desarrollo social al motivar la participación de los pobladores, ya que el poco conocimiento sobre el manejo turístico del lugar ocasiona malestar y disgusto para la población local. El GAD dispondrá de sus recursos para promover el desarrollo y así generar alternativas económicas, puesto que la baja correlación de actividades entre el GAD y la comunidad es la principal fuente de conflicto.

Para el investigador, el cual busca estrategias para promocionar la parroquia de Checa sufre de un tema limitante dado por la escasa promoción turística. La implementación de marketing innovador para el lugar lograra una mayor influencia turística en el sector ya que actualmente el personal no se encuentra capacitado en el área de hotelería y turismo.

En cuanto a los turistas que son el eje fundamental de progreso se buscará lograr la visita de turistas nacionales y extranjeros, ya que actualmente el sector tiene poca información turística. Las guías de turismo serán el recurso óptimo para la promoción del nuevo destino turístico para poder contrarrestar la poca demanda de turistas.

Los beneficios colectivos en el lugar será un gran objetivo a alcanzar, no obstante el bajo interés de pobladores en trabajar en el área de turismo sería la problemática a

resolver. Para afrontar este aspecto incrementaremos las fuentes de empleo mediante el asesoramiento y capacitación con personal adecuado.

El Ministerio de Turismo proveerá de asesoramiento técnico en el proyecto para contrarrestar el bajo marketing publicitario mediante la ley de turismo se lograra alternativas eficaces de alojamiento para el sector turístico.

En las agencias de viajes el desinterés de mejorar la calidad de servicios propicia a la falta de alternativas de hospedaje por eso mediante la publicidad se logra brindar servicios de calidad en este sector turístico para mejorar el servicio turístico del sector.

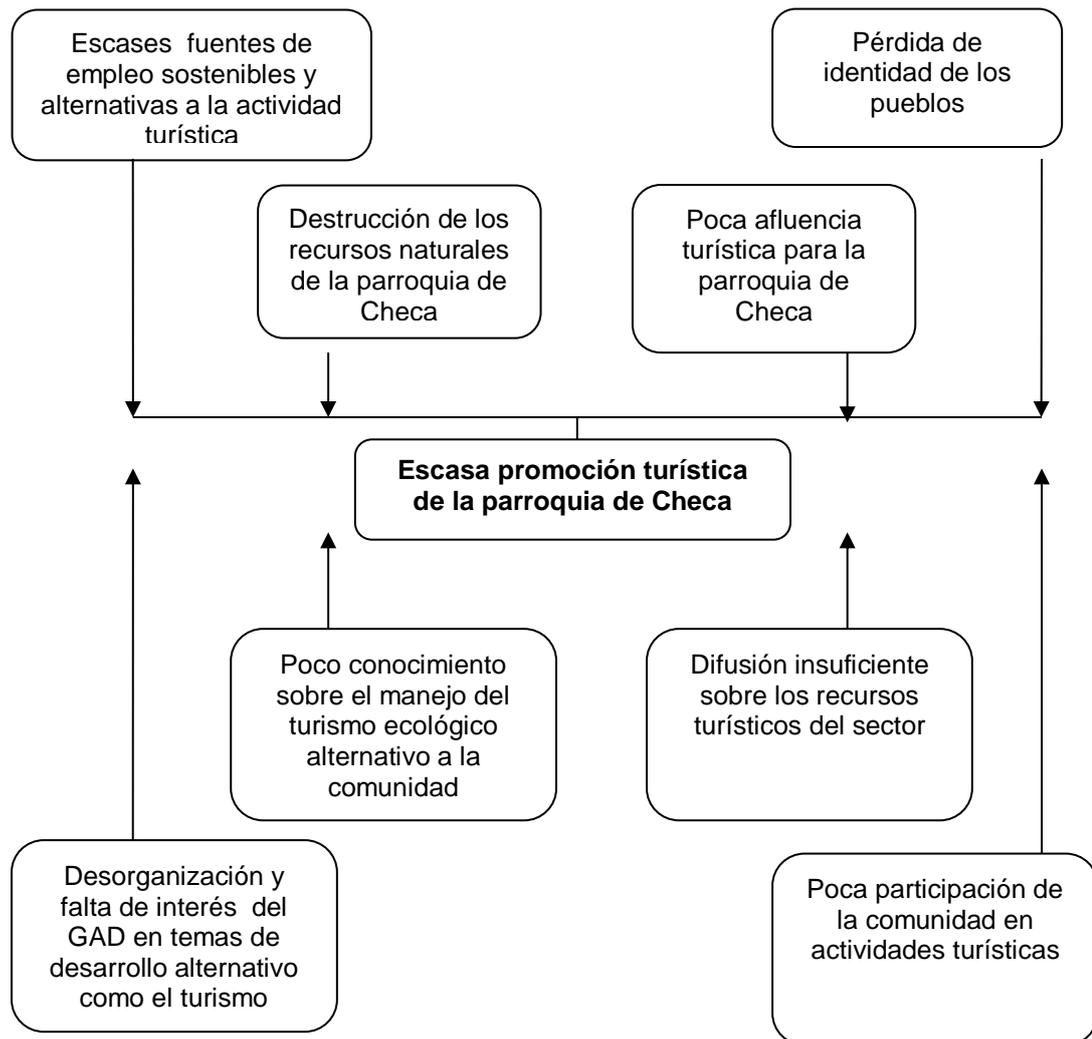
Tours operadoras al tener poco conocimiento de actividades turísticas del sector afecta al no tener nuevas alternativas de turismo de ofrecimiento al a población. El objetivo de poner como nueva alternativa de estancia al sector turístico lograra mayor cantidad de contratos para las agencias y a su vez contrarrestaran la escases de ingresos económicos del sector por falta de promoción del mismo.

## CAPITULO III

### 3.00 Problemas y Objetivos

#### 3.01 Árbol de Problemas

##### Efectos



##### Causas

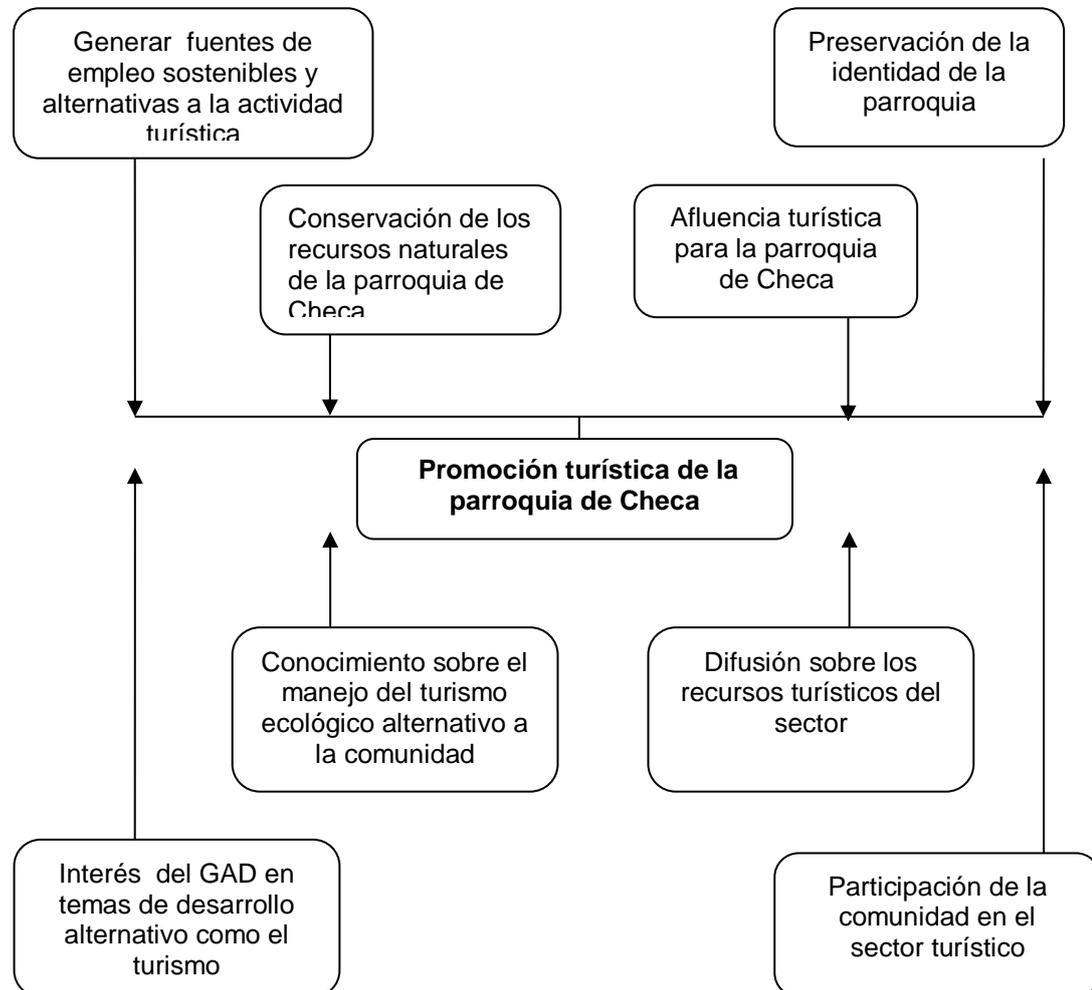
Figura 2  
Árbol de Problemas  
Elaborado por: Katherine Portilla

## **Análisis**

Mediante la presente figura podemos destacar las distintas limitantes que contiene nuestro proyecto desde la desorganización de las autoridades al no poner el interés apropiado en el turismo como un aspecto preponderante en el desarrollo económico provocando la pérdida importante de desarrollo en cuanto al surgimiento de fuentes de empleo. A su vez el manejo deficiente del turismo ecológico debido al poco conocimiento de la comunidad conlleva al descuido e inclusive a la destrucción de los recursos naturales de la parroquia, que al tener una difusión insuficiente sobre los atractivos turísticos provoca la poca o nula presencia de actividad turística en el sector. Además que la poca participación de la comunidad en las actividades turísticas provoca un proceso de degradación progresiva al hablar de la identidad cultural que en si la parroquia representa.

### 3.02 Árbol de Objetivos

#### Medios



#### Fines

Figura 3  
Árbol de Objetivos  
Elaborado por: Katherine Portilla

### **Análisis:**

Mediante la presente figura vamos a poder observar las diferentes situaciones que podrían existir después de resolver los problemas identificados anteriormente citados. El desarrollo y empeño en la organización de las autoridades al poner el interés necesario en el turismo como un aspecto importante en el tema económico dando lugar al surgimiento de fuentes de empleo. A su vez el manejo eficiente del turismo ecológico por parte de la comunidad conlleva al aprovechamiento de los recursos naturales de la parroquia, que al tener una difusión adecuada sobre los atractivos turísticos se verá afectada de manera positiva en cuanto a la presencia de actividad turística en el sector. La participación de la comunidad en las actividades turísticas resultaría en la preservación y enriquecimiento de la identidad cultural que en si la parroquia representa como tal.

## CAPÍTULO IV

### 4.00 Matriz de Análisis de Alternativa

Tabla 5  
Escala de categorías

Escala	Categorías
1-5	Baja
6-11	Media baja
12-17	Media alta
18-25	Alta

Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

Se puede concluir que estas calificaciones son con las que se va a calificar a la matriz de análisis de información también se utilizara el cuadro de escalas que se encuentra el capítulo I.

#### 4.01 Matriz de análisis de alternativas

Tabla 6

Matriz de análisis de alternativas

Objetivos	Impacto sobre propósito	Factibilidad				Total	Categoría
		Técnica	Financiera	Social	Política		
Conservación de los recursos naturales.	3	2	1	1	2	9	Medi a baja
Conocimiento sobre manejo del turismo ecológico alternativo en la comunidad.	4	2	3	4	1	14	Medi a alta
Conservación de recursos naturales.	3	2	1	1	2	9	Medi a baja
Conocimiento sobre manejo del turismo ecológico alternativo la comunidad.	4	2	3	4	1	14	Medi a alta
Afluencia turística para la parroquia.	3	1	3	2	2	12	Medi a alta
Difusión sobre recursos turísticos del sector.	3	3	2	3	3	13	Medi a alta
Conservación identidad de pueblos.	2	2	3	3	2	13	Medi a baja
Participación de comunidad en el sector turístico.	2	2	2	2	2	10	Medi a baja
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>91</b>	

Elaborado por: Katherine Portilla

**Análisis:** En la parte izquierda de la tabla observamos los objetivos de la figura N°3 para la calificación se toma de referencia la tabla N° 1 de escalas que se encuentra .

## 4.02. Análisis de Impacto de Objetivos

Tabla 7  
Análisis de Impacto de Objetivos

Objetivos	Factibilidad de Lograse	Impacto En Género	Impacto Ambiental	Relevancia Alta Media Baja (4-2-1)	Sostenibilidad Alta Media Baja (4-2-1)	Total
	Alta Media Baja (4-2-1)	Alta Media Baja (4-2-1)	Alta Media Baja (4-2-1)			
	-Los beneficios son mayores que los costos - Cuenta con financiamiento - Existe tecnología adecuada para su realización - Cuenta con soporte político e institucional 16 puntos	Incremento la participación de los jóvenes  -cambiaría el modo de pensar de mujeres y hombres.  8 puntos	- Contribuyen a proteger el entorno natural.  -Incrementa el conocimiento cultural  -Deterioro de los atractivos por el impacto ambiental  12 puntos	Beneficio a los habitantes del sector.  -Responde a las expectativas de los beneficiados  -Los beneficios para el GAD de Checa  12 puntos	Fortalece la participación de los beneficiarios y la población local  -Fortalece la organización local.  -Se puede conseguir financiamiento a futuro  12 puntos	60 puntos  22 a 32 Baja  33 a 44 Media Baja  45 a 66 Media Alta  67 a 88 Alta

Elaborado por: Katherine Portilla

**Análisis** En este cuadro el análisis del impacto de los objetivos tenemos un resultado de 60 puntos medio alto el cual nos permitirá seguir desarrollando tenemos los beneficiarios tanto internamente como los del alrededor del sector el incremento de la participación de los jóvenes ya que son el futuro tanto como mujeres hombres, el impacto ambiental que generara en realizar este proyecto, la participación de la parroquia, la organización del GAD para proyectos turísticos con la finalidad de generar ingreso

#### 4.03 Diagrama de Estrategias

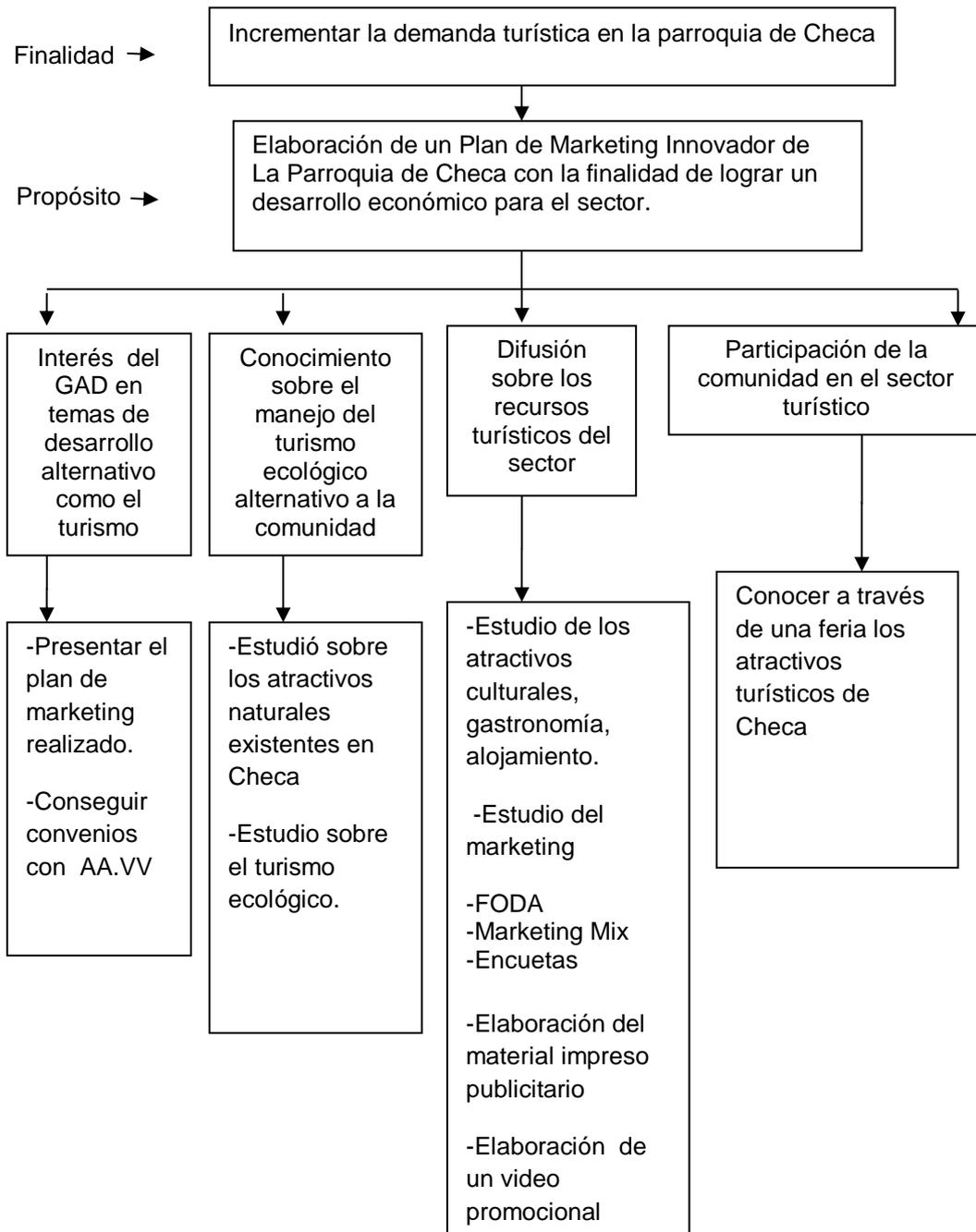


Figura 4  
Diagrama de Estrategias  
Elaborado por: Katherine Portilla

### **Análisis.-**

La presente figura presenta todo lo que se va a realizar en este proyecto al tener como propósito el elaborar un plan de Marketing innovador del sector para lograr como finalidad el incrementar turística en la parroquia mediante la recolección de información por medio de visitas técnicas, la toma de fotografías y el levantamiento de información. Para luego realizar el estudio de mercado respectivo usando o aplicando para esto una encuesta con la finalidad de analizar los datos. Finalmente desarrollar la propuesta y la presentación de un video promocional de la parroquia y la difusión de la feria de emprendimientos para cumplir con nuestra meta.

#### 4.04 Matriz de Marco Lógico

Tabla 8:  
Matriz de Marco Lógico

Objetivo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
1.-Incrementar la demanda turística en la parroquia de Checa	-Incrementar la demanda turística en el año 2016 en un 30% -incremento de demanda en el año 2020 en un 100%	-Entrevistas -Encuestas	-Contar con el financiamiento y recursos para lograr el propósito
-Elaboración de un Plan de Marketing Innovador de La Parroquia de Checa con la finalidad de lograr un desarrollo económico para el sector.	-Promocionar los atractivos de la parroquia de Checa que hasta Diciembre del 2016 ya exista promoción turística	-Video -Página Web	-Contar con el financiamiento para que el propósito se cumpla
1.-Interés del GAD en temas de desarrollo alternativo como el turismo  2.- Conocimiento sobre el manejo del turismo ecológico alternativo a la comunidad  3.- Difusión sobre los recursos turísticos del sector  4.- Participación de la comunidad en el sector turístico	Cumplir con cada uno de los componentes para lograr llegar al objetivo.	-Plan de marketing tangible	-Contar con el apoyo en cuanto a la información personal para la realización del plan necesario del GAD de Checa.  -Contar con el interés y apoyo de los moradores de la parroquia.

<p>-Presentar el plan de marketing realizado</p> <p>-Conseguir convenios con AA.VV</p>	<p>\$400</p>	<p>Estado Financiero</p> <p>-Proformas</p> <p>-Facturas Encuestas</p>	<p>Poseer recursos sociales</p> <p>tecnológicos</p>
<p>-Estudió sobre los atractivos naturales existentes en Checa</p> <p>-Estudio sobre el manejo del turismo ecológico en Checa</p>	<p>\$200</p>	<p>Trípticos</p> <p>Volantes</p> <p>Video</p>	<p>humanos</p> <p>económicos</p>
<p>-Estudio de los atractivos culturales, gastronomía, alojamiento.</p> <p>-Estudio del marketing</p> <p>-FODA</p> <p>-Marketing Mix</p> <p>-Encuestas</p> <p>-Elaboración del material impreso publicitario</p> <p>-Elaboración de un video promocional</p>	<p>\$200</p>		
<p>Conocer a través de una feria los atractivos turísticos de Checa</p>	<p>\$300</p>		

Elaborado por: Katherine Portilla

### **Análisis:**

La Matriz Marco Lógico (MML) de nos permite elabora de manera coherente y articulada los componentes centrales que configuran la propuesta del proyecto tenemos los objetivos más precisos, con una amplia visión de futuro, de fácil evaluación y seguimiento sencillo en cualquier instante del tiempo. Los indicadores ayudan a los avances que se tendrá en el proyecto.

El incrementar la demanda turística de manera progresiva y con una proyección positiva a futuro es nuestro objetivo tendremos como medios de recolección de información encuestas y entrevistas, siendo abastecidos con el financiamiento y recursos suficientes para su logro.

La elaboración del plan de marketing innovador permitirá la promoción más eficiente de la parroquia al utilizar la tecnología como medio de promoción como lo son las redes sociales y material gráfico suficiente para despertar el interés del sector turístico. Con el apoyo del GAD junto con sus habitantes lograr con los objetivos propuestos.

## CAPITULO V

### 5.00 Propuesta

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

##### Que es marketing

En la actualidad el marketing es una herramienta que todo empresario debe conocer. Sin duda, todas las compañías de una u otra forma utilizan técnicas de marketing, incluso, sin saberlo. Marketing no es otra cosa que la realización de intercambios entre un mínimo de 2 partes de forma que se produzca un beneficio mutuo. Todos hemos oído hablar en alguna ocasión de Marketing. Sin embargo si pedimos que nos den una definición, algunos dirían que es vender y otros publicidad. Tendríamos a aquellas personas que opinan que el marketing es la distribución de productos, otros opinarían que es diseñar envases o embalajes. . (Monferrer., 2013, pág. 27)

##### Plan de Marketing

Un plan de Marketing es un documento previo a una inversión, o lanzamiento de un producto o el comienzo de un negocio. En la actualidad un Plan de Marketing es indispensable para promocionar productos tangibles e intangibles, en este caso los atractivos turísticos deben ser ofertados hacia cada uno de los consumidores o turistas propiamente llamados, un Plan de Marketing es una herramienta importante

de mercadotecnia ya que con este se organiza detalladamente cuales son los pasos a seguir para poder comercializar el producto que se tiene en mente, además es necesario planear adecuadamente cual es el proceso y así después de cumplir poder revisar cada uno de los resultados que se obtuvieron con todas las estrategias de marketing. (Monferrer., 2013)

### **Ampliaciones del marketing**

En este punto simplemente señalar, como ya se ha apuntado anteriormente, que la evolución del concepto de marketing ha acontecido en la aparición de un gran número de subdisciplinas que, partiendo de los supuestos fundamentales sobre los que se ha construido el concepto de marketing, se han centrado en aplicaciones específicas del mismo. Así, partiendo de una concepción amplia del producto como todo aquello que es susceptible de intercambio entre dos partes (bienes, servicios, ideas, etc.), la realidad es que cualquier organización implicada en procesos de intercambio puede incorporar la filosofía de marketing. (Monferrer., 2013)

### **Estrategias del marketing**

La selección de la estrategia de marketing supone la definición de la manera de alcanzar los objetivos de marketing establecidos. Esta decisión comportará la implementación de un conjunto de acciones (las 4 P's) que la hagan posible en un horizonte temporal y un presupuesto concreto, las cuales serán vistas en capítulos sucesivos más adelante. (Monferrer., 2013)

## **Concepto de mercado**

Monferrer (2013) Originalmente el término de mercado se utilizó para designar el lugar donde compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes. Los economistas adoptaron directamente esta conceptualización, considerando el mercado como el conjunto de compradores y vendedores que intercambian un determinado producto.

## **El marketing mix**

### **Concepto de producto**

El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás. Dentro del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, el packaging o los servicios posventa. El director de marketing también debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos.

(Monferrer., 2013, pág. 97)

### **Concepto de precio**

El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia

es el consumidor quien dictaminará si hemos fijado correctamente el precio, puesto que comparará el valor recibido del producto adquirido, frente al precio que ha desembolsado por él. (Espinosa, 2014)

Establecer correctamente nuestra estrategia de precios no es tarea fácil y tal y como se ha comentado anteriormente, todas las variables, incluido el precio tienen que trabajar conjuntamente y con total coherencia. La variable del precio nos ayuda a posicionar nuestro producto, es por ello que si comercializamos un producto de calidad, fijar un precio alto nos ayudará a reforzar su imagen. (Espinosa, 2014)

### **Concepto básico de distribución**

(Espinosa, 2014) En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía. Es necesario trabajar continuamente para lograr poner el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado. No hay una única forma de distribuir los productos, sino que dependerá de las características del mercado, del mismo producto, de los consumidores, y de los recursos disponibles. Dentro del marketing mix, la estrategia de distribución trabaja aspectos como el almacenamiento, gestión de inventarios, transporte, localización de puntos de venta, procesos de pedidos.

### **5.01.01 Investigación de Mercado**

La investigación de mercado es la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas del mercado de bienes y servicios. Para nuestros fines, hay cuatro términos que necesitamos incluir en esa definición. Estos son: (1) sistemático; (2) objetivo; (3) información y (4) toma de decisiones. Por consiguiente, nosotros definimos investigación de mercados como un enfoque sistemático y objetivo hacia el desarrollo y provisión de información aplicable al proceso de toma de decisiones en la gerencia de mercadeo (Gomez, 2012)

Es fundamental para el desarrollo de la presente tesis nos facilita la información clave para planificar los aspectos técnicos, sociales, económicos para la comunicación con los clientes actuales y potenciales si realizamos una buena investigación, los resultados ayudara a diseñar una efectiva campaña e identificar oportunidades en el mercado.

#### **5.01.01.01 Segmentación de mercado**

##### **Demográfica**

**Estado Civil:** Todo publico

**Región:** Todas

**Género:** Todas

##### **Psicografía**

**Clase Social:** alta media

**Estilo de vida:** salir de su rutina diaria con la finalidad de visitar nuevos destinos turísticos como es la parroquia de Checa

**Beneficios Buscados:** La elaboración de un plan de marketing innovador de la parroquia de checa con la finalidad de lograr un desarrollo económico para el Sector

**Taza de utilización:** Contar con el apoyo del GAD, los habitantes del sector para que a un futuro se pueda realizar la propuesta planteada.

### 5.01.02 Instrumentos de la investigación

Lo que permite a la técnica es el instrumento de investigación. Se aclara que en ocasiones se emplean de manera indistinta las palabras técnica e instrumento de investigación; un ejemplo es lo que ocurre con la entrevista que es una técnica, pero cuando se lleva a cabo, se habla entonces de la entrevista como instrumento. Las técnicas más comunes que se utilizan en la investigación cualitativa son la observación, la encuesta y la entrevista y en la cuantitativa son la recopilación documental, la recopilación de datos a través de cuestionarios que asumen el nombre de encuestas o entrevistas y el análisis estadístico de los datos. (Martinez., 2016)

El instrumento que vamos a utilizar son las encuestas que dispone para el estudio de las actitudes, valores, creencias, motivos, las técnicas que se utilizan adaptaran a cualquier población en que se realice nos ayudara también a tener información de los entrevistados y lograr una gran cantidad de datos donde nos permitirá analizar y obtener resultados.

### **5.01.02.01 Diseño de Investigación**

La investigación se realizara mediante distintas metodologías de la investigación tal es el caso de:

### **5.01.02.02 Investigación Documental**

La realización de una recopilación adecuada de datos e información que permiten redescubrir hechos, sugerir problemas, orientar hacia otras fuentes de investigación, orientar formas para elaborar instrumentos de investigación, elaborar hipótesis

- Bibliográfica
- Hemerográfica
- Audigráfica
- Video gráfica
- Iconográfica

### **5.01.02.03 Investigación de Campo**

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular podríamos definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos. (Graterol, 2016)

Realizamos la investigación de campo visitando la parroquia de Checa cada atractivo y evaluar la existencia de un potencial turístico y eco turístico con el uso de instrumentos como cámara, firmadora, grabadora digital de voz, conjuntamente tener reuniones con los habitantes y dirigentes de la comunidad para analizar la posibilidad de colaboración e inclusión dentro de esta propuesta.

#### **5.01.02.04 Investigación descriptiva**

Tipo de investigación que describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Baray, 2006)

#### **5.01.02.05 Investigación Explorativa**

Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo. (Chano, 2011)

#### **5.01.02.06 Investigación Explicativa**

Además de describir el fenómeno, tratan de buscar la explicación del comportamiento de las variables. Su metodología es básicamente cuantitativa, y su fin último es el descubrimiento de las causas. (Sabino, 2006)

### 5.01.03 Población y Muestra

Población se entiende un conjunto de individuos, constituido de forma estable, ligado por vínculos de reproducción e identificado por características territoriales, políticas, jurídicas, étnicas o religiosas... Una población, pues, se definirá como tal si tiene continuidad en el tiempo y si esta continuidad está asegurada por vínculos de reproducción que ligan padres e hijos y garantizan la sucesión de las generaciones. Finalmente, una población se define también por las características que trazan su perfil y sus límites. Reproduciéndose y conservándose en el tiempo. (Cazau, 2014)



Figura 5  
Censo poblacional Fuente: INEC  
Elaborado por: Katherine Portilla

**Análisis:** Tomaremos como universo la ciudad de Quito ya que será donde se realice las encuestas con la finalidad de promocionar la parroquia de Checa y obtener resultados positivos para la elaboración del plan de marketing innovador para el sector.

**Muestra:** fórmula población finita **Autor** (Morillas.A)

Formula:

$$n = \frac{N * p * q(1 + Z)^2}{(N - 1)(e)^2 + p * q(1 + Z)^2}$$

En donde:

n= tamaño de la muestra

N= población o universo

Z= base nivel de la confianza 95%

p= probabilidad de éxito 50%

q= probabilidad de fracaso 50%

e= margen de error 5%

$$n = \frac{N * p * q(1 + Z)^2}{(N - 1)(e)^2 + p * q(1 + Z)^2}$$

$$n = \frac{2.239.191 * 0.50 * 0.50(1.95)^2}{(2.239.191 - 1) * (0.05)^2 + 0.50 * (1.95)^2}$$

$$n = \frac{559.797.75 * 3.80}{2.239.190 * 0.0025 + 0,25 * 3.80}$$

$$n = \frac{2.127.231.45}{5,597.975 + 0.95}$$

$$n = \frac{2127231.45}{5598,925}$$

$$n = 379$$

### 5.01.04 Análisis de la información

1.- ¿Conoce usted la parroquia de Checa?

Tabla 9  
Pregunta 1

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
si	136	36,00%
no	243	64,00%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Katherine Portilla

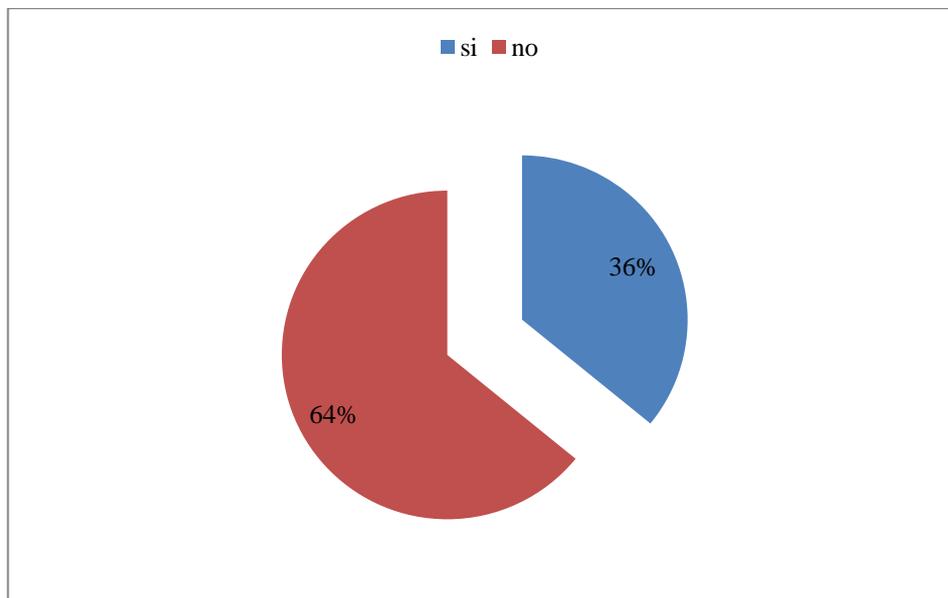


Figura 6  
Interpretación gráfica pregunta 1  
Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

Tenemos como resultado de los encuestados que la mayoría no conoce la parroquia de Checa es por ello que se está realizando un plan de marketing con la finalidad de promocionar el sector.

2.- ¿Le atrae a usted conocer atractivos naturales como destinos turísticos?

Tabla 10  
Pregunta 2

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
SI	346	91,33%
NO	33	8,67%
Total	379	100%

Elaborado por: Katherine Portilla

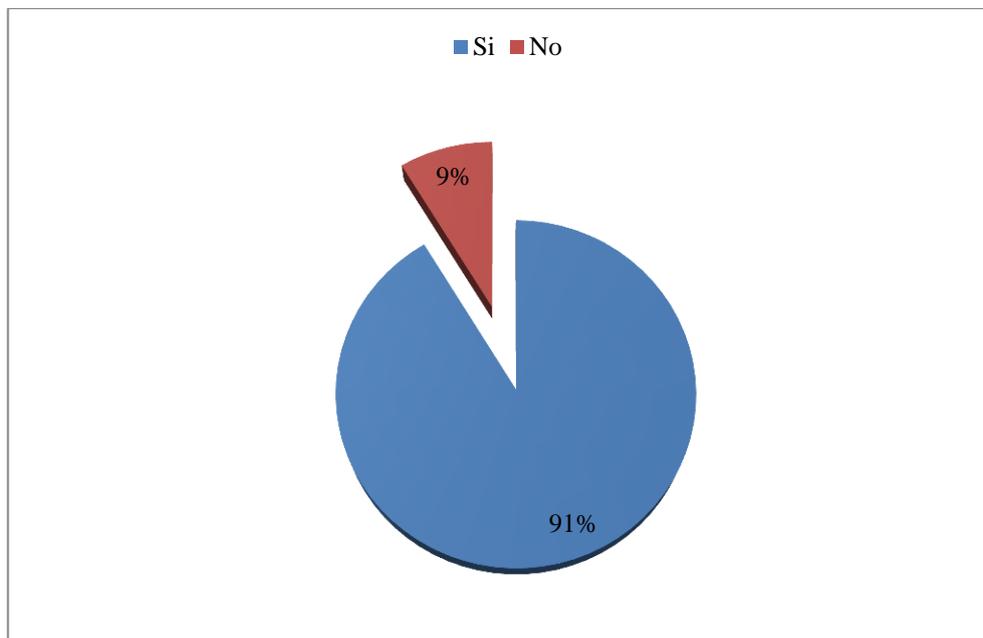


Figura 7  
Interpretación gráfica pregunta 2  
Elaborado por: Katherine Portilla

## Análisis

Las personas encuestadas desean conocer atractivos naturales en la parroquia de Checa ya que son lugares donde pueden realizar diferentes actividades.

### 3.- ¿En qué temporada usted prefiere viajar?

Tabla 11  
Pregunta 3

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
Fines de semana	96	25,33%
Feridos	104	27,33%
Vacaciones	159	42,00%
Otros	20	5,33%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Katherine Portilla

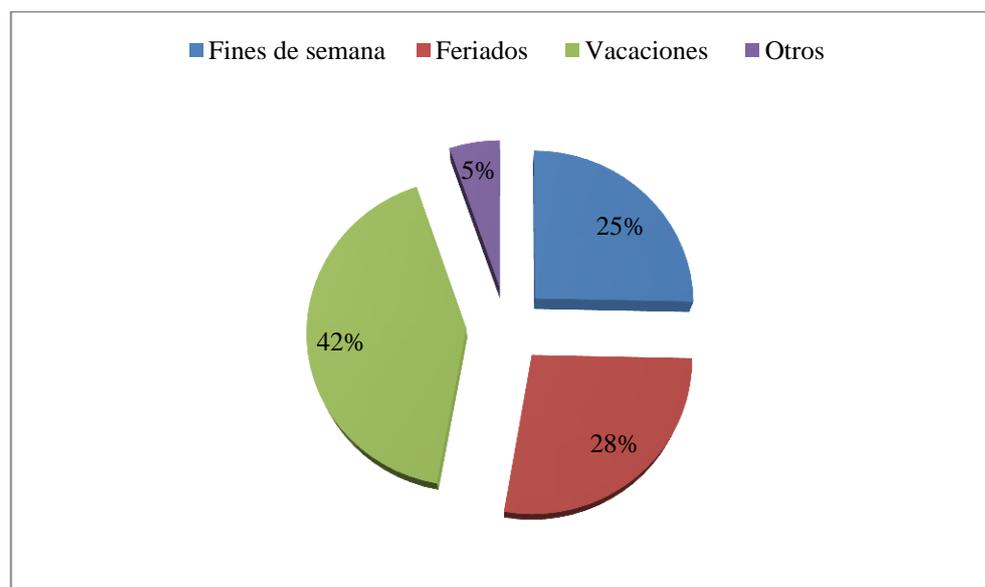


Figura 8  
Interpretación gráfica pregunta 3  
Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

Podemos observar que la temporada más alta son las vacaciones para viajar y pasar más en familia y salir de la rutina diaria conociendo nuevos lugares .

#### 4.- ¿Cuántos días estará dispuesto a permanecer en un destino turístico?

Tabla 12  
Pregunta 4

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
1 a 2	99	26,00%
2 a 4	172	45,33%
5 a 6	109	28,67%
Total	379	100%

Elaborado por: Katherine Portilla

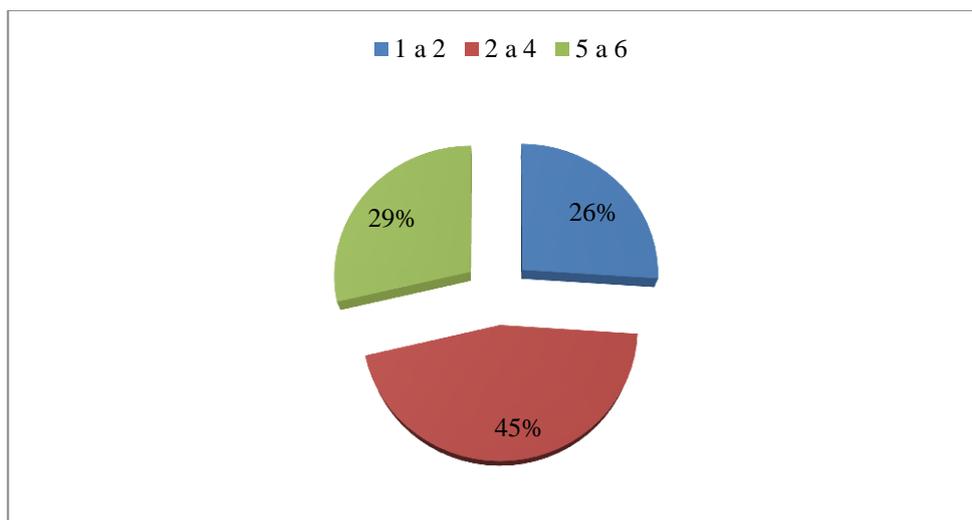


Figura 9  
Interpretación gráfica pregunta 4  
Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

Los encuestados permanecen en un destino turístico de 2 a 4 días para esto realizaremos ofertas de alojamiento en la parroquia de Checa brindando un excelente servicio.

5.- ¿Viaja usted de manera regular con?

Tabla 13  
Pregunta 5

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
Familiares	245	64,67%
solo	61	16,00%
amigos	63	16,67%
Otros	10	2,67%
Total	379	100%

Elaborado por: Katherine Portilla

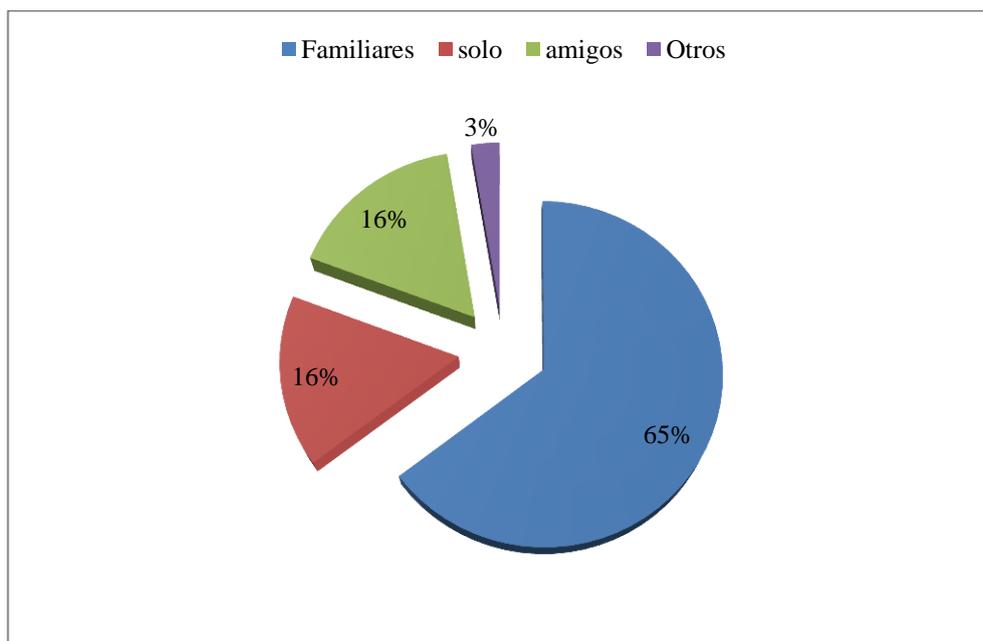


Figura 10  
Interpretación gráfica pregunta 5  
Elaborado por: Katherine Portilla

**Análisis**

Las personas encuestadas viajan de manera regular con sus familiares para salir de la rutina diaria.

6.- ¿Entre cuantas personas aproximadamente viaja de manera regular?

Tabla 14  
Pregunta 6

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
2 a 4	111	29,33%
3 a 5	207	54,67%
5 a 10	61	16,00%
Total	379	100%

Elaborado por: Katherine Portilla

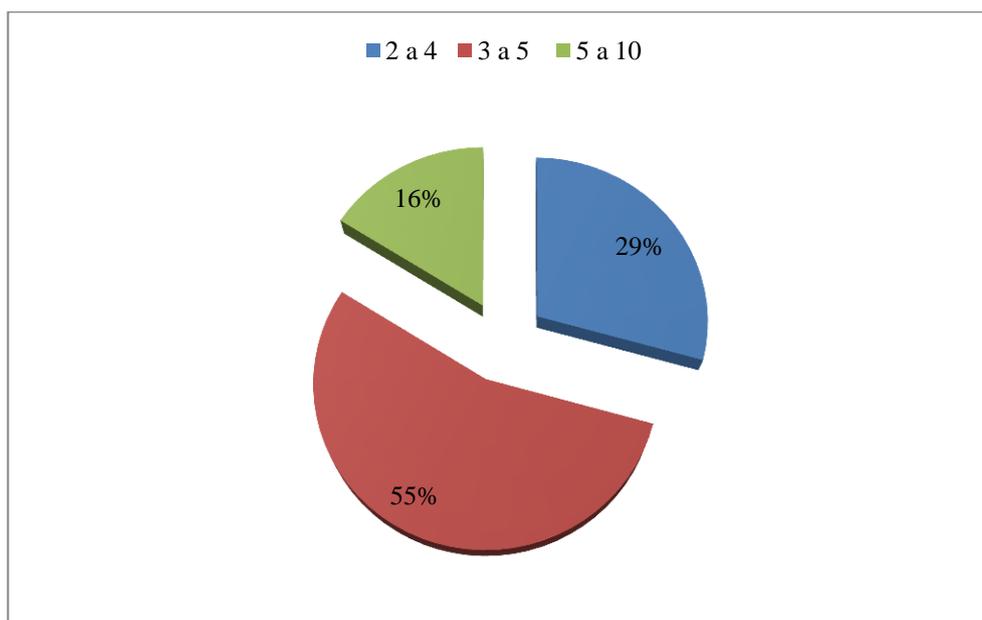


Figura 11  
Interpretación gráfica pregunta 6  
Elaborado por: Katherine Portilla

## Análisis

Podemos observar que aproximadamente viajan de 3 a 5 personas este valor da una alta demanda. Esto quiere decir que se podría mejorar los ingresos económicos para la parroquia.

7.- ¿Cuál sería su presupuesto cuando usted visita estos lugares?

Tabla 15  
Pregunta 7

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
0 a 20	33	8,67%
20 a 40	88	23,33%
60 a 80	116	30,67%
Más de 100	141	37,33%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Katherine Portilla

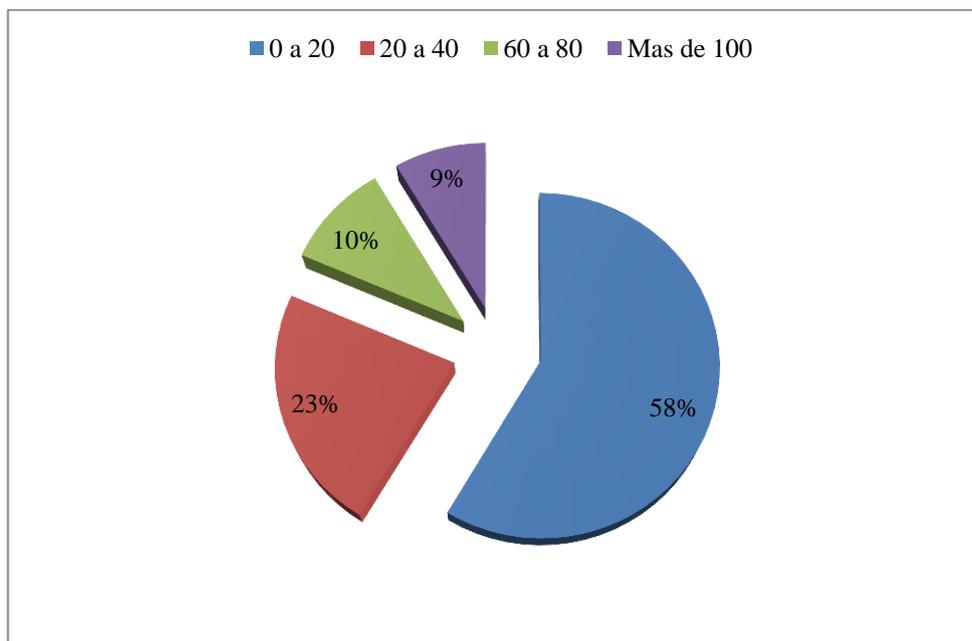


Figura 12  
Interpretación gráfica pregunta 7  
Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

El presupuesto para las personas encuestadas es más de 100\$ que da un total esto quiere decir que se podría mejorar los ingresos económicos para la parroquia.

8.- ¿Qué actividades realiza usted cuando sale de viaje?

Tabla 16  
Pregunta 8

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
Caminatas	152	40,00%
Pesca	61	16,00%
Cabalgatas	56	14,67%
Baños naturales	101	26,67%
Ninguno	10	2,67%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Katherine Portilla

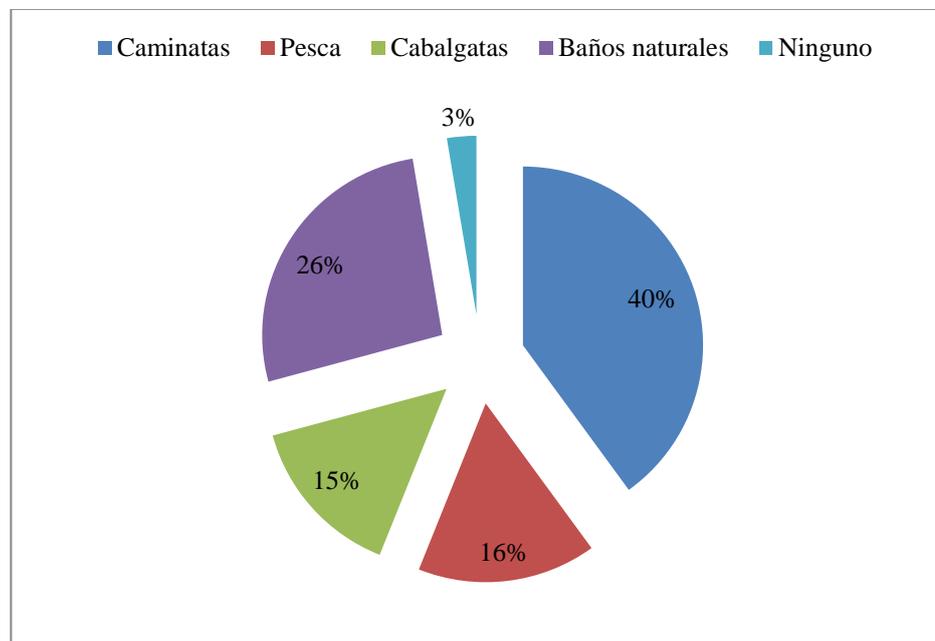


Figura 13  
Interpretación gráfica pregunta 8  
Elaborado por: Katherine Portilla

**Analisis**

Las personas encuestadas prefieren realizar caminatas tenemos que promocionar los atractivos naturales de la parroquia de Checa

9.- ¿Le gustaría a usted practicar deportes extremos?

Tabla 17  
Pregunta 9

ALTERNATIVAS	PREGUNTA	PORCENTAJE
Si	316	83,33%
No	63	16,67%
Total	379	100%

Elaborado por: Katherine Portilla

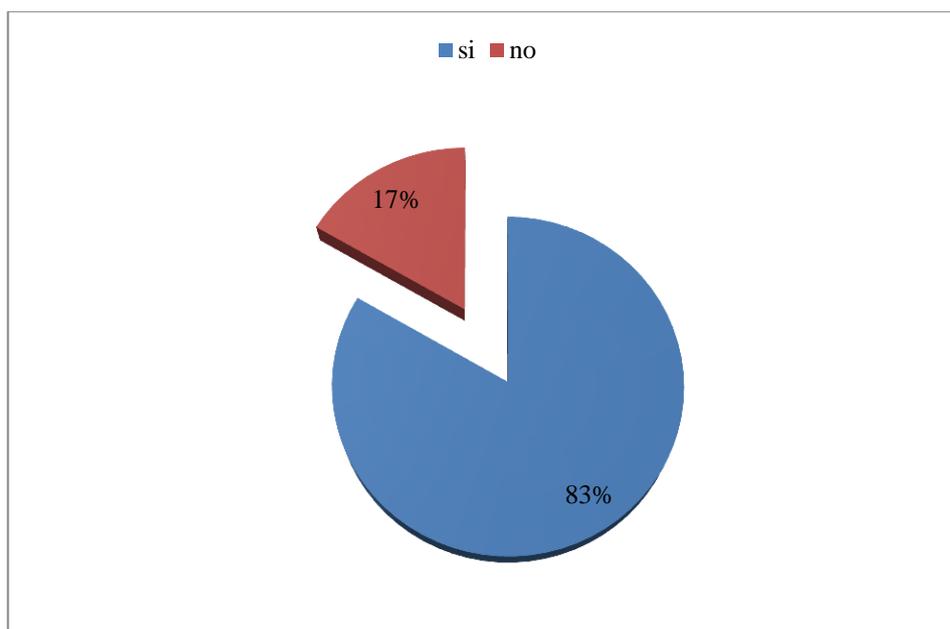


Figura 14  
Interpretación gráfica pregunta 9  
Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

Las personas encuestadas están dispuestas a practicar deportes extremos tomando en cuenta que es la opción de la mayoría.

10.- ¿Por qué Medio le gustaría recibir información de la parroquia de checa?

Tabla 18  
Pregunta 10

Alternativas	PREGUNTA	PORCENTAJE
Internet	192	50,67%
Trípticos	71	18,67%
Videos promocionales	101	26,65%
Otros	15	3,96%
Total	379	100%

Elaborado por: Katherine Portilla

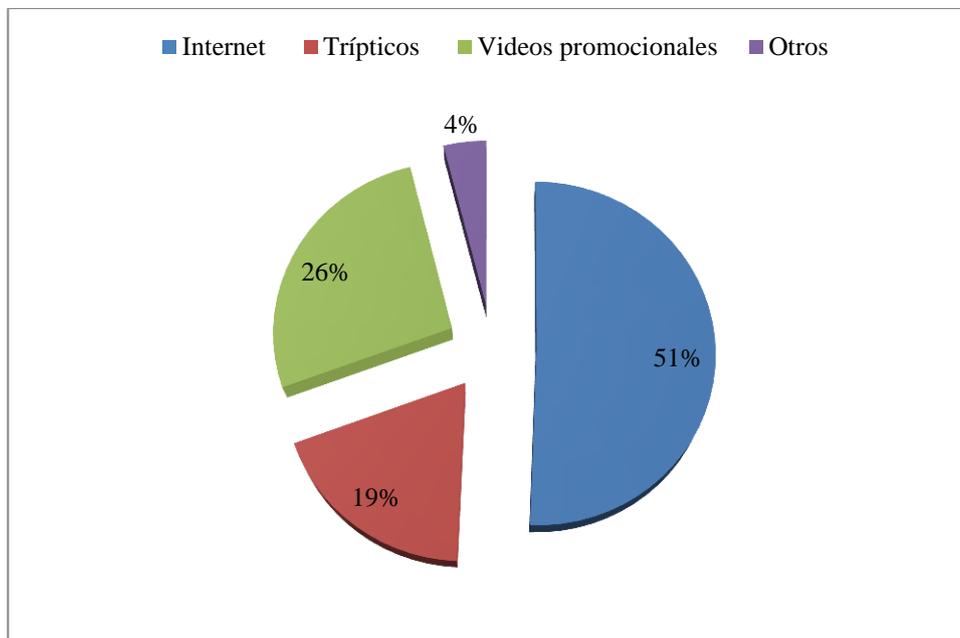


Figura 15  
Interpretación gráfica pregunta 10  
Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

Las personas encuestadas les gustaría recibir información de la parroquia de checa a través de las redes sociales ya que es el medio que más se utiliza en la actualidad.

### 5.01.05 Análisis FODA

Tabla 19  
Análisis de FODA

Factor Interno  Factor Extremo	Fortalezas	Debilidades
	Contar con la tecnología necesaria para impulsar los atractivos turísticos	Escasa información de los atractivos turísticos de la parroquia de Checa
Oportunidades	Estrategias (FO)	Estrategias (DO)
Contar con los atractivos dignos de ser visitados	Promocionar los atractivos turísticos existentes a través de la tecnología	Realizar capacitaciones frecuentes para mejorar los servicios turísticos.
Amenazas	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)
Impacto ambiental por la demanda de visitantes.	Brindar información del cuidado del medio ambiente	Señalización adecuada en los atractivos turísticos.

Elaborado por: Katherine Portilla

**Análisis:** Con la presente tabla nos ayuda conocer la situación real en que se encuentra la parroquia de Checa y, a partir de ahí, planificar una estrategia de futuro porque se concentra en los factores que potencialmente tienen el mayor impacto en nuestra tesis para ayudarnos a tomar las mejores las decisiones y acciones posibles. Esto nos ayuda a tener un mejor enfoque, así como a ser más competitivos relevantes en los mercados a los cuales nos dirigimos; procurar un mejor desarrollo y crecimiento

## **5.02 Descripción (de la herramienta y metodología que propone como solución)**

### **5.02.01 Ubicación**

La parroquia de Checa La Parroquia Checa, está ubicada al Nor - oriente del Distrito Metropolitano de Quito.

### **5.02.02 Límites**

Norte: Parroquia El Quinche

Sur: Parroquia Yaruquí

Este: Provincia de Napo y Parroquia Pifo

Oeste: Parroquias Yaruquí y Guayllabamba

### **5.02.03 Demografía**

La población de Checa es de 8.980 habitantes, se asienta en mayor proporción en el área urbana, es decir en la zona consolidada

### **5.02.04 Altitud**

En la cabecera parroquial 2.578 m.s.n.m. en la cabecera cantonal

### **5.02.06 Clima**

El clima de Checa es templado con una temperatura que oscila entre los 17 y 17,4 °C. (*Parroquia de Checa, 2016*)

### **5.02.07 Transporte**

El servicio de transporte que utiliza la población que debe movilizarse a sus respectivos lugares de trabajo, está conformado por el transporte Interparroquial e Interprovincial que pasan por la vía Panamericana. De acuerdo a la información proporcionada por las autoridades de la parroquia se conoce que la demanda de transporte es relativamente satisfecha ya que, la población rural solamente cuenta con un recorrido muy esporádico, por lo que los tiempos de traslado interno sobre todo a la Panamericana se tornan largo. (*Parroquia de Checa, 2016*)

### **5.02.08 Turismo ecológico**

El Turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sostenibilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajeros. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, y cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio. Debido a su auge el ecoturismo ya se convirtió en el segmento de más rápido crecimiento y el sector más dinámico del mercado turístico a escala mundial. Este movimiento apareció a finales de la década de 1980, y ya ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, al punto que la ONU dedicó el año 2002 al turismo ecológico (Azevedo, 2016)

## 5.02.09 Levantamiento de Atractivos

Tabla 20  
Cerró Puntas

CERRO PUNTAS			
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Montaña
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	Alta Montaña
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	4452 msnm	<b>Temperatura</b>	5 a 7°C
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Ubicado en el parque nacional Cayambe Coca, en la cordillera oriental, es un volcán inactivo que está posee 48 puntas una de ellas con una altura de 100 y 150 metros, los indígenas lo bautizaron con el nombre de Ashcuqui que quiere decir colmillos de perro desde sus cumbres se pueden observar a sus colosos vecinos: Cayambe, Saraurco por el norte Antisana por el sur, el Pichincha, Corazón, Illinizas, Cotopaxi, Sincholagua . El clima reinante frio y se agudiza cuando hay ventisca, en cuyo caso, la temperatura baja a 0 grados sin embargo con un buen tiempo se puede disfrutar de un ambiente grato que depara múltiples sorpresas al recorrer los tortuosos senderos, descansar sobre los verdeguantes parados cubiertos de especies vegetales ,muchos de ellas buscadas con afán por los nativos debido a sus cualidades medicinales .para los montañistas el Puntas ofrece escenarios maravillosos para practicar de andinismo acrobático con equipo los riscos encrespados y erguidos a plomo ,retan al aficionado a colgarse de ellos en arriesgadas pruebas de ascenso y descenso adecuado . trepar a los páramos del puntas es un atractivo irresistible con un buen tiempo y usando vehículo caballo o subiendo a pie se llega fácilmente por el "corazón de rodas "dentro de su fauna podemos observar conejos de monte, lobos, venados, aves su flora está rodeada de pajonal ,pupamaqui ,almodillas a los campos inclinados de loma gorda este lugar llegan turistas originarios y extranjeros</p>			
<p>Como consecuencia de la actividad volcánica del Puntas ingentes cantidades de material rocoso han sido dispersadas hacia el occidente de la zona en cuyos suelos y profundas quebradas se advierte su presencia en las tobas volcánicas ( cangagua ) las tierras negras de altura y depósitos de areniscas ,gravas ,cantos rodados ,piedra pómez ,etc.,</p>			
<p><b>Actividades:</b> deportes de montaña como trekking, escalada, ciclismo de montaña, rapel y otras actividades como camping acampar</p> <p>No hay ningún costo para ingresar a este lugar.</p>			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado
<b>Jerarquía</b>	I		

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 21  
Playas de Urabia

PLAYAS DE URABIA			
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Riachuelo
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	1850 msnm	<b>Temperatura</b>	25 a 28°C
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Se encuentra ubicado en la parte occidental de la parroquia límites con el quinche cuenta con 10 hectáreas su infraestructura vial es terrestre camino para llegar al lugar es lastrado antiguamente se producía caña de azúcar y frutales con un trapiche donde se molía y se producía el agua ardiente un rincón de soleadas playas de Urabia, rodeada de ojos de agua permanentemente atractivo para paseos semanales para poder disfrutar de la naturaleza en la actualidad son tierras de producción agrícolas como es el maíz , el frejol, tomate de riñón aguacate por los senderos podemos llegar a observa el rio Urabia que más abajo se une con el cartagena y forman el rio Guayabamba dichas playas están cultivadas en buena parte ,alternándose con grandes extensiones espeso matorral que es refugio y abrigo de varias especies de animales y aves nativa se emigrantes de la planicie y de los páramos donde soportan la amenaza permanente del hombre este lugar llegan personas de la localidad y extranjeras para disfrutar del paisaje en un clima cálido.</p>			
<b>Actividades:</b> caminatas por los senderos , visualizar de los paisajes que ofrece Urabia			
No hay ningún costo para ingresar a este lugar			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado
<b>Jerarquía</b>	I		

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 22  
Playas de Cartagena

PLAYAS DE CARTAGENA			
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	Riachuelo
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	1850 msnm	<b>Temperatura</b>	25 a 28°C
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es un complejo ubicado al sur de la parroquia, cercano al río Cartagena, su infraestructura vial es terrestre camino para llegar al lugar es lastrado, la naturaleza ha sido igualmente prodiga allí se alternan cultivos ,pastizales, y una frondosa vegetación nativa similar a la de Urabia sin embargo la flora de este lugar se beneficia de una apreciable cantidad de agua que brota de las peñas ,cuyas fuentes se conocen desde la antigüedad con el nombre de poguios sus aguas cristalinas y puras se mantienen tibias a la madrugada y según afirman viejos moradores posee cualidades medicinales ,condición que aprovechaba la gente antigua que bajaba del pueblo para tomar un baño utilizando recipientes de calabaza y azafates de madera, el agua de los poguios ,corre mansamente por las acequias en las que se advierte la existencia de preñadillas pequeño pez nativo que ha desaparecido del rio pero ha encontrado refugio en las aguas.</p>			
<p>Don Diego Arias uno de los últimos propietarios de Cartagena y conocedor del sector afirma que en estos soleados lugares han encontrado varias especies de animales y aves como la torcaza, la perdiz, búhos pájaros de pico corvo como el huiracchuro los gorriones, mirlos, colibríes, lobos culebras, en la actualidad posee una piscina, senderos, juegos como polea, escalada, piscina de truchas al cual llegan locales, nacionales y extranjeros. Su capacidad es de 50 personas.</p>			
<p><b>Actividades:</b> caminatas por los senderos , pesca deportiva, paseo a caballo</p> <p>Para ingresar cuesta 1,50</p>			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado
<b>Jerarquía</b>	I		

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 23  
Planta orgánicas de Checa

PLANTAS ORGÁNICAS DE CHECA			
<b>Categoría</b>	Sitio Natural	<b>Tipo</b>	
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	2.578 m.s.n.m.	<b>Temperatura</b>	17 y 17,4 °C.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Se encuentra ubicado en la parte del centro de la parroquia su infraestructura vial es asfaltado hace muchos años el propietario realiza el cultivo de plantas orgánicas para lo cual utiliza el compost que es el alimento para las plantas sobre los productos orgánicos que existen en el lugar ya que podemos visualizar entre 150 a 200 plantas orgánicas la producción de tunas que es producida a través del compost ( abono orgánico) tradicionalmente el Nopal que es conocido como la TUNA se ha usado como alimento sino como un poderoso remedio natural para curar enfermedades estomacales ,resfriados ,colesterol alto es un excelente alimento para los diabéticos en un ecosistema disfrutaremos de varias plantas de diferentes climas como son :</p> <p>Arboles de sauce, granadillas, uvas, arboles de coco, helechos, plátano rosado, malva, árbol de pecana (nuez), mora, compeche, canelo, chirimoya .siguiendo por los senderos llegara al Cultivo Monte donde se podrá observar la Producción de tunas, alfalfa, tomate de árbol, hijo manzanillo, zanahoria blanca todas estas plantas son exportadas ya que el propietario viaja por el Ecuador.</p> <p>Un lugar donde nos ofrecen un recorrido con la naturaleza es por ello que checa es considerada Princesa del Ande</p>			
<b>Actividades:</b> caminatas por los senderos, degustación de los productos.			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado
<b>Jerarquía</b>	I		

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 24  
Iglesia y parque central

IGLESIA Y PARQUE CENTRAL DE CHECA			
<b>Categoría</b>	Manifestaciones culturales	<b>Tipo</b>	Históricas
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	Arquitectura religiosa
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	2.578 m.s.n.m.	<b>Temperatura</b>	17 y 17,4 °C.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Ubicado en la parte del centro de la parroquia su infraestructura vial es asfaltado una de las grandes inspiraciones de la comunidad se manifestaba en tener una iglesia propia de Dios sin tener q desplazarse lejos donaron el terreno de 1000 metros cuadrados un lugar más céntrico del pueblo .luego comenzó la recolección de materiales en especial de piedra bruta desde la quebrada casi a mitad fue fundada el 24 de Mayo de 1913 un grupo mixto de damas y caballeros comenzaron a trabajar en la arquitectura del templo así se levantó una torre y construyo el atrio en el año de 1948 la hermosura y enhiesta torre puso fin al improvisado campanario que fue demolido más de medio siglo las dos campanas fueron colocadas en la torre ,la sacristía se contrató el tallado del altar mayor en madera de nogal, se ubica en el centro de la parroquia este atractivo es visitado por propios madera, donde se encuentra los patronos de la parroquia, la virgen de la Merced y el señor de la Buena Esperanza en la actualidad se ofrecen misas los fines de semana.</p>			
<p>En la parte exterior tenemos el parque tiene el diseño colonial de los pueblos andinos de América su plaza central con la iglesia en el centro tiene una pileta y a su alrededor están sus jardines con flores nativas es el centro de atracción y el sitio preferido para presentaciones artísticas cuando se efectúa la sereta al señor de la buena y utilizado hoy en día para cualquier evento que se realice en la parroquia.</p>			
<b>Actividades:</b> realizar un recorrido por la iglesia.			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado
<b>Jerarquía</b>	I		

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 25  
Baile del Arco

BAILE DEL ARCO			
<b>Categoría</b>	Manifestaciones culturales	<b>Tipo</b>	Acontecimientos programados
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	Danza
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	2.578 m.s.n.m.	<b>Temperatura</b>	17 y 17,4 °C.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es una danza mestiza que ha venido practicándose desde los tiempos coloniales posiblemente se trata de un baile andaluz que llegó al país con los españoles donde se adaptó las costumbres y música de esta parte de los Andes de su llegada y adaptación a la pequeña comunidad Chilpe el equipo de danzantes se componía de 24 miembros .todos hombres ,quienes para simular pareja de baile se dividen en dos grupos de 12 individuos uno de los grupos tenía que hacer el papel de mujer el baile lo realizaban las doce parejas al ritmo de melodías autóctonas ,sanjuanitos, y pasacalles ejecutados por un pequeño grupo de el lugar con guitarras ,bandolín y un sonoro tambor que marcaba el ritmo el espectáculo comprendía una serie de cambios llamados mudanzas que formaban figuras como : la rosa, la estrella ,la maderera, y terminaba con el tejido de cintas número muy conocido en manifestaciones folclóricas de muchas partes de la sierra el baile formal ejecutado resulto un éxito en las fiestas patronales del 3 de Diciembre en la actualidad se lo realiza por los jóvenes de la parroquia.</p>			
<b>Actividades:</b> participación de este baile en las fiestas de la parroquia			
<b>Estado</b>	Preservado	<b>Entorno</b>	Preservado
<b>Jerarquía</b>	II		

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 26  
Carnaval de Checa al estilo Bolivareense

<b>CARNAVAL DE CHECA AL ESTILO BOLIVARENSE</b>			
<b>Categoría</b>	Manifestaciones culturales	<b>Tipo</b>	Acontecimientos programados
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	Carnaval
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	2.578 m.s.n.m.	<b>Temperatura</b>	17 y 17,4 °C.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Se celebra en el mes de febrero en el barrio central de la parroquia, a ritmo de la Banda de Pueblo de San Miguel de Bolívar; el juego de carnaval con maicena, carioca, huevos, anilina, sin agua; presentación de grupos participantes; se brinda un refrigerio de comida típica de Checa y de Guaranda, como el caldo de gallina de campo y los chigüiles.</p>			
<b>Actividades:</b> elección del Taita Carnaval y Reina del Carnaval, desfile con muñecones de personajes como el taita carnaval y el pájaro azul, festival artístico			
<b>Estado</b>	Preservado	<b>Entorno</b>	Preservado
<b>Jerarquía</b>	II		

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 27  
Fiestas Patronales del Señor de la Buena Esperanza

FIESTAS PATRONALES DEL SEÑOR DE LA BUENA ESPERANZA			
<b>Categoría</b>	Manifestaciones culturales	<b>Tipo</b>	Acontecimientos programados
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	Carnaval
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	2.578 m.s.n.m.	<b>Temperatura</b>	17 y 17,4 °C.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Cuenta la historia q había un hacendado que se encontraba muy enfermo el decide ir a la iglesia de San Agustín donde se encontraba la imagen del señor de la buena esperanza desde ese día el sale totalmente curado y decide realizar una imagen para donar a la parroquia por lo cual se celebra el 03 de mayo, se organiza el Pase de las Flores, de acuerdo a la tradición la gente participante llevan arreglos de flores y veladoras, al ritmo de la tradicional castillo y se prende los juegos pirotécnicos; para finalizar el propio día se hace la Misa de Fiestas, la procesión con los Guioneros y la Banda de Pueblo, para terminar con una fiesta donde los priostes brindan el tradicional hornado a todo el público asistente.</p>			
<b>Actividades:</b> Actividades: Elección de priostes; en las vísperas se lleva a cabo la serenata al Señor de La Buena Esperanza; luego se lleva a cabo la caminata desde El Quinche y San Carlos			
<b>Estado</b>	Preservado	<b>Entorno</b>	Preservado
<b>Jerarquía</b>	II		

Elaborado por: Katherine Portilla

Tabla 28  
Fiestas Patronales de la Virgen de las Mercedes

<b>FIESTAS PATRONALES DE LA VIRGEN DE LAS MERCEDES</b>			
<b>Categoría</b>	Manifestaciones culturales	<b>Tipo</b>	Acontecimientos programados
<b>Provincia</b>	Pichincha	<b>Subtipo</b>	Carnaval
<b>Parroquia</b>	Checa	<b>Cantón</b>	Quito
<b>Altitud</b>	2.578 m.s.n.m.	<b>Temperatura</b>	17 y 17,4 °C.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Las festividades religiosas han venido celebrándose en el pueblo desde antiguos años.</p> <p>Desde que el Monseñor González obsequio al pequeño templo de Chilpe efigie de la Virgen de las Mercedes la devoción hacia ella se había incrementado la consagración de la Virgen como patrona de la parroquia instituyendo su fiesta el 24 de septiembre lo realizo el párroco los preparativos para esta fiestas comenzaban con un año de anticipación se realiza las siguientes actividades: la virgen de las Mercedes es patrona de la parroquia al igual que el señor de la Buena Esperanza, para estas fiestas se reúnen el consejo pastoral y los sacerdotes;</p>			
<p><b>Actividades:</b> pase de flores desde la plazoleta Novoa hasta la iglesia parroquial donde se realiza la misa de vísperas; tradicional castillo, vaca loca y la pirotecnia.</p>			
<b>Estado</b>	Preservado	<b>Entorno</b>	Preservado
<b>Jerarquía</b>	II		



Elaborado por: Katherine Portilla

## **5.02.10 Infraestructura Turística**

**5.02.10.01 Quinta Hotel Natura.-** Se encuentra a las afueras de Quito, a 45 minutos en coche del centro y a 10 minutos en coche del aeropuerto internacional Mariscal Sucre. Ofrece conexión Wifi gratuita y piscina al aire libre.

Las habitaciones están en un edificio rodeado de un jardín y disponen de TV vía satélite con canales de pago, patio y baño privado con artículos de aseo gratuitos.

El Quinta Natura Hotel organiza excursiones al teleférico, a Cotopaxi y al Quito colonial, entre otras. Cuenta con recepción 24 horas, instalaciones para reuniones, salón de uso común, terraza grande, mostrador de información turística y aparcamiento gratuito. (booking, 2016)

**5.02.10.02 Restaurante Campestre Marmite.-** Es un restaurante con arquitectura de estilo suizo y su estilo es campestre, ofrece especialidades suizo-francesas, se encuentra en el barrio La Tola de la parroquia, y su capacidad es de 40 personas ofrece servicios de alimentación, alojamiento de suite ,áreas verdes, juegos infantiles .

**5.02.10.03 La Auténtica Señora Fritada.-** Es un restaurante ubicado en la panamericana norte conocida como E35, ofrece comidas típicas y almuerzos, su especialidad son las fritadas y los fines de semana ofrece música en vivo, tiene capacidad para 100 personas.

**5.02.10.04 La Refugio.-** Es un restaurante ubicado en la panamericana E35, ofrece comidas típicas y almuerzos para familias, está junto a las antiguas rieles del tren y puede recibir a 50 personas

### 5.02.11 Video promocional de la parroquia de Checa

El video va en formato DVD high definition la duración será de 8 minutos con subtítulos explicando cada lugar con un fondo musical y fotos en formato JPJ el costo es de 100\$.

Contará con una explicación ubicación, información de cada atractivo, fotos cultura gastronomía, productos orgánicos que existen en la parroquia.

A este video lo difundiremos en la página web de la parroquia de Checa redes sociales en la Fan Page de la red de juvenil Ayllu de checa para lograr su promoción con la finalidad de mejorar su desarrollo económico para el sector



Figura 16  
Video Promocional de Checa  
Elaborado por: Katherine Portilla

## 5.02.12 Modelo de Tríptico Promocional

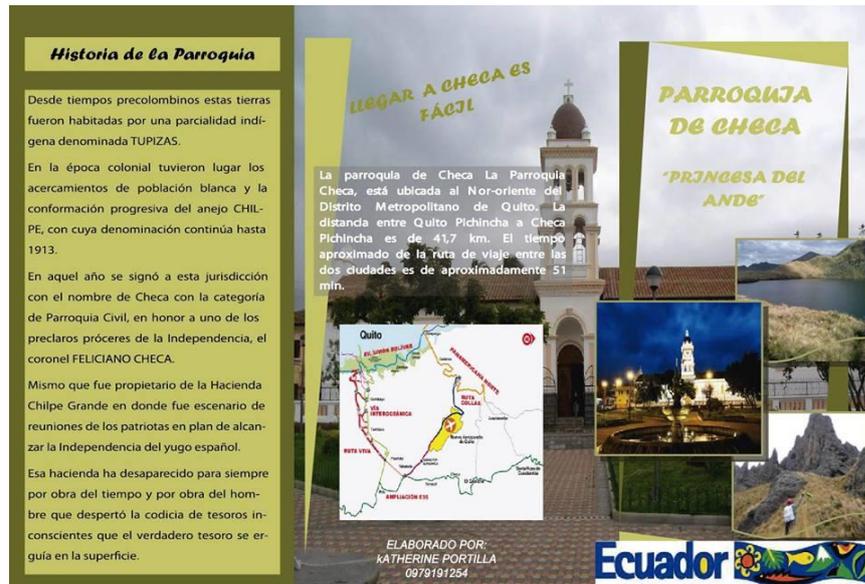


Figura 17  
Anverso Tríptico  
Elaborado por: Katherine Portilla



Figura 18:  
Reverso Tríptico  
Elaborado por: Katherine Portilla

### **Portada**

El diseño está basado con información principal de la parroquia de Checa

**Material:** papel couché 115 grs

**Imagen:** full color

**Tamaño:** 21 cm \* 10 cm

**Fotos:** paisajes, gastronomía, fiestas, lugares a visitar

### **Contenido**

- 1.- Información general sobre la parroquia de Checa.
- 2.- Ubicación.
- 4.- Fiestas parroquiales
- 5.-Gastronomía.

El tríptico será utilizado para la feria turística el mismo que será entregado a las personas de la parroquia de Checa con la finalidad de promocionar los atractivos, su gastronomía la cantidad que se va imprimir es de 1000.

### 5.02.13 Modelo afiches promocionales

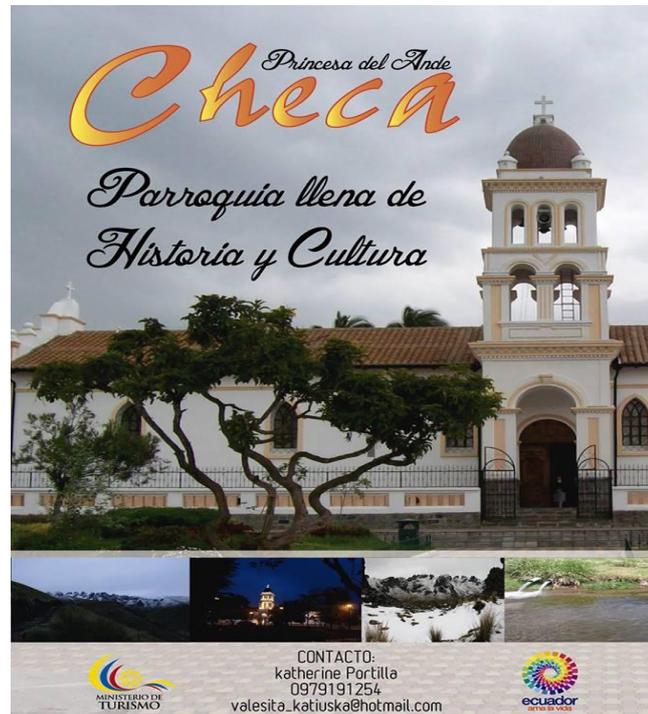


Figura 19  
Modelo Afiche  
Elaborado por: Katherine Portilla

El diseño está basado con fotos principales de atractivos de la parroquia de Checa

**Material:** Papel couché 150 grs.

**Imagen:** full color

**Tamaño:** 48\*32,5 cm

**Fotos:** paisajes, gastronomía, fiestas, lugares a visitar

Los afiches serán ubicados y utilizados en la feria turística del sector la cantidad que se va a imprimir será de 500.

### 5.02.14 Modelo del Roll Up



Figura 20  
Modelo Roll Up promocional  
Elaborado por: Katherine Portilla

El diseño está basado con de la parroquia de Checa

**Material:** papel couché 150 grs

**Imagen:** full color

**Tamaño:** 2m\*80

**Fotos:** paisajes, gastronomía, fiestas, lugares a visitar

El Roll Up será utilizado en el stand de la feria en el sector

### 5.02.15 Programación de una Feria Turística de la Parroquia de Checa

La red de jóvenes de Checa están trabajando en lo que son ferias de emprendimiento es por ello que se realizara la programación de una feria con temas turísticos.

El stand estará conformado con material publicitario, es por ello que se elaboró un tríptico afiches, banner este material ayudara a complementar la feria, y a su vez que las personas obtengan información de los atractivos que existen en el lugar.

El video promocional también será utilizado para que puedan visualizar lo que existe en la parroquia de Checa.

La presentación de su gastronomía y bebidas típicas del lugar

Los productos orgánicos que existen en el lugar ya que podemos visualizar entre 150 a 200 plantas orgánicas la producción de tunas que es producida a través del compost (abono orgánico) en un ecosistema disfrutaremos de varias plantas de diferentes climas como son:

Arboles de sauce, granadillas, uvas, arboles de coco, helechos, plátano rosado, malva, árbol de pecana (nuez), mora, compeche, canelo, chirimoya.

Cultivo Monte

Producción de tunas, alfalfa, tomate de árbol, hijo manzanillo, zanahoria blanca

Un lugar donde nos ofrecen un recorrido con la naturaleza es por ello que checa es considerada Princesa del Ande.

## CAPITULO VI

### 6.00 Aspectos Administrativos

#### 6.01 Recursos

Tabla 29  
Recursos

Recursos Humanos	Recursos tecnológicos	Recursos materiales	Recursos Económicos
Tutor	Laptop	Impresiones	Transporte
Lector	Internet	Carpetas	Alimentación
Investigador	Tablet	Esferos	Imprevistos
Los habitantes de la parroquia de Checa	Celular	Resma de papel A4	
GAD del sector	Firmadora	lápices	
	Cámara		

Elaborado por: Katherine Portilla

#### **Análisis:**

En esta tabla tenemos los recursos humanos son los encargados de guiarnos, ayudarnos en cada capítulo los recursos tecnológicos nos permite recopilar información para realizar la tesis, los recursos materiales cada uno son de mucha ayuda para cada paso que se está realizando.

## 6.02 Presupuesto

Tabla 30  
Elaboración de Tesis

Detalle	Recurso	Costo	Cantidad
Impresiones	materiales	30,00	
Resma de papel A4	materiales	8.00	2
carpetas	materiales	1.50	3
Esferos	materiales	2.00	2
Internet	Tecnológico	40.00	
Transporte	económicos	30,00	1
Alimentación	económicos	10,00	
Material Publicitario	Económico	235.00	
Video promocional	Económico	100.00	
Empastado	Económico	10,00	
Total		466,50	

Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

Con la presente tabla se calcula la ejecución del presente proyecto tiene un costo de 466,50\$.

### 6.03 Cronograma

Tabla 31  
Cronograma

Actividad	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del tema	X																											
Aprobación del tema			X																									
Capítulo I				X																								
Capítulo II						X																						
Capítulo III								X																				
Capítulo IV										X																		
Capítulo V											X																	
Capítulo VI												X																
Capítulo VII													X															
Sustentación del proyecto																			X							X		

Elaborado por: Katherine Portilla

### Análisis

En esta tabla se puede conocer el momento en que cada actividad se debe llevar a cabo el avance de la tesis que ya se ha completado y a la secuencia de que cada fase debe ser ejecutada.

## CAPITULO VII

### 7.00 Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

Checa debe ser promocionado turísticamente pero previo a esto se debe adecuar la infraestructura, capacitar a la gente y algo muy importante conseguir el apoyo de las autoridades públicas.

La responsabilidad de todos frente al progreso de la parroquia de Checa y la conservación de los ecosistemas es vital y debe existir una relación entre derechos y obligaciones.

En la planificación y la gestión del turismo, la participación de las comunidades receptoras y grupos minoritarios es ante todo una necesidad en la operación de la actividad turística.

Con este proyecto no solo se va dar a conocer Checa sino también sus alrededores que por encontrarse cerca resultan ser una atracción más para el turista

## 7.02 Recomendaciones

Que el GAD de Checa nos ayude a ejecutar el Plan de Marketing Turístico, conforme a lo previsto en la presente investigación para obtener resultados óptimos.

Socializar el Plan entre los actores de la actividad con la finalidad de involucrar en la ejecución del mismo.

Optimizar la prestación de servicios básicos y el adecentamiento de la localidad para mejorar la imagen turística y las condiciones salubres a pobladores locales, turistas y visitantes.

Al grupo juvenil de Checa capacitar a los jóvenes en temas turísticos y ambientales en el proceso de operación del Plan, para que sean los gestores del desarrollo de las poblaciones locales.

## Bibliografía

Arcos. (2014). Un viaje al Ecuador. Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml>

Azevedo. (14 de Abril de 2016). Wikipedia. Obtenido de

[https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_ecológico](https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_ecológico)

Baray. (2006). Vari Educa. Obtenido de <http://varieduca.jimdo.com/artículos-de-interés/la-investigacion-descriptiva/>

Castro, M. (2012). Universidad Politecnica Salesiana. Obtenido de Desarrollo Hotelero:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1414/2/CAPITULO%201.pdf>

Cazau. (2014). Poblacion y muestra . Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos19/la-estadistica/la-estadistica.shtml>

Chano. (26 de Octubre de 2011). Metodologia de la investigacion . Obtenido de

<http://metodologadelainvestigaciinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>

Escalona.I. (s.f.). monografias.com. Obtenido de monografias.com:

<http://www.monografias.com/trabajos11/invmerc/invmerc.shtml>

Espinosa. (06 de Mayo de 2014). Blog marketing y ventas. Obtenido de

<http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

Gomez. (2012). Diseño De Un Plan De Marketing Con Énfasis En El Uso De Herramientas Digitales Basado En El Desarrollo De Estrategias Competitivas Para Una Pyme De Servicios Médicos. Caso: Instituto De Asma Y Alergia Infan. Obtenido De Plan Estratégico De Marketing:  
<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3023/1/T1098-MBA-Lascano-Dise%C3%B1o.pdf>

Graterol. (2016). Campus virtual. Obtenido de  
<http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/metoprot/10.pdf>

Martinez. (28 de Septiembre de 2007). Importancia y definicion de la Investigacion documental. Obtenido de <http://geiuma-oax.net/invdoc/importanciaydef.htm>

Martinez. (2016). Métodos, técnicas e instrumentos de investigación. Obtenido de Métodos, técnicas e instrumentos de investigación:  
[http://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos\\_t%C3%A9cnicas\\_e\\_instrumentos\\_de\\_investigaci%C3%B3n](http://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos_t%C3%A9cnicas_e_instrumentos_de_investigaci%C3%B3n)

Monferrer. (2013). Fundamentos del marketing. En Monferrer.D, Fundamentos del marketing (pág. 27). Universitat Jaume.

Montenegro. (2007). Checa un pueblo andino realidades y recuerdos. Quito.

Morillas.A. (s.f.).

Sabino. (20 de Febrero de 2006). El Proceso de Investigación. Obtenido de  
<http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Te3e.html>

Turismo, M. d. (2014). Ministerio de Turismo. Obtenido de

<http://www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuatoriano-en-su-mejor-momento/>

### **Bibliografía de páginas web**

wikipedia. (20 de Febrero de 2016). wikipedia. Obtenido de wikipedia:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci%C3%B3n>

booking. (2016). Obtenido de booking: <http://www.booking.com/hotel/ec/quinta-natura.es.html>

Parroquia de Checa. (2016). Obtenido de <http://checa.gob.ec/index.php/ct-menu-item-3>

# Anexos

## Carta de auspicio

## Encuesta

### ESCUELA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

La presente encuesta tiene información será utilizada de forma confidencial, recopilada para sustentar mi trabajo de investigación el mismo que servirá de aporte para la elaboración de un plan de marketing para la parroquia de Checa.

**Marque una X la respuesta que usted considere:**

**Sexo**      **Masculino**      \_\_\_\_\_      **Femenino**      \_\_\_\_\_

**Edad**      \_\_\_\_\_

1.- ¿Conoce usted la parroquia de Checa?

Si                      ( )    No                      ( )

2.- ¿Le atrae a usted conocer atractivos naturales como destinos turísticos?

Si                      ( )    No                      ( )

3.- ¿En qué temporada usted prefiere viajar?

Fines de Semana ( )                      Feriados ( )                      Vacaciones ( )                      Otros ( )

4.- ¿Cuántos días estará dispuesto a permanecer en un destino turístico?

De 1 a 2 ( )                      de 2 a 4 ( )                      de 5 a 6 ( )

5.- ¿Viaja usted de manera regular con?

Familiares ( )                      Solo ( )                      amigos ( )                      Otros ( )

6.- ¿Entre cuantas personas aproximadamente viaja de manera regular?

De 2 a 3 ( )                      DE 3 a 5 ( )                      de 5 a 10 ( )

7. ¿Cuál sería su presupuesto cuando usted visita estos lugares?

\$0 a \$20 ( )                      \$20 a 40 ( )                      \$61 a \$80 ( )                      Más de \$ 100 ( )

8.- ¿Qué actividades realiza usted cuando sale de viaje?

Caminatas ( )      Pesca ( )      cabalgatas ( )      baños naturales ( )      ninguno ( )

9.- ¿Le gustaría a usted practicar deportes extremos?

SI ( )                      NO ( )

10.- ¿Por qué Medio le gustaría recibir información de la parroquia de checa?

Internet ( )                      trípticos ( )                      videos promocionales ( )      otros ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Fotografías Iglesia Parque Central de Checa



## Cerró Puntas





### Playas de Urabia



### Playas de Cartagena



## Restaurante campestre Marmite



## Plantas orgánicas de Checa





## Proformas



# PROFORMA

14 de Abril del 2016

Srta.  
Valeria Portilla

Reciba nuestro cordial saludo y los sinceros deseos de que vuestros objetivos sean alcanzados en el presente año, por lo cual estamos a sus órdenes para colaborar en vuestras gestiones con nuestros servicios de material publicitario como, Fotografía, Video Full HD, Gigantografía, Rótulos, Volantes, Trípticos, Dípticos, Hojas Membretadas, Tarjetas de presentación, Credenciales tipo Tarjetas de Credito Tipo Licencia y mucho mas...

CANT	DESCRIPCIÓN	TAMAÑO	V.UNIT	V.TOTAL
100	<b>Tripticos impresos full color tiro y retiro papel cuche 150 grs doblados</b>	21x29,7cm	\$ 1,20	\$ 120
30	<b>Afiches impresos full color tir papel cuche 150 grs</b>	48x33cm	\$ 1	\$ 30
1	<b>Roll Up</b>	200x80cm	\$ 85	\$ 85
<b>Validez 30 días</b>			<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 235</b>
<b>Forma de Pago 30 días</b>			<b>IVA 0%</b>	
<b>Tiempo de Entrega 7 días</b>			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 235</b>

**Diego Morejón**



IMPRESA · DISEÑO GRÁFICO · PUBLICIDAD · PROMOCIONALES

En caso de inquietudes adicionales será un placer reunirnos en el lugar y fecha que estime conveniente.

Por su gentil atención presento mis agradecimientos.

**COMUNICACIÓN Y MARKETING PUBLICITARIO**

Dir. Garcia Moreno 11-87 y Olmedo  
terceradimension.ec@gmail.com  
0994017004 / 0992852158 / 3808225  
R.U.C.: 1721984621001