

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

“CORDILLERA”



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y
TRADICIONES EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA PARROQUIA
DE CALDERÓN”

Proyecto de grado para la obtención del título de Tecnólogo en Administración
Turística y Hotelera

Autor(a): Suntasig Corrales Andrea Elizabeth

Tutor(a): Msc. Friktzia Mendoza

Quito, Abril 2015



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”



DECLARATORIA

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

Suntasig Corrales Andrea Elizabeth

C.I.: 171843321 - 0

**PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y
TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE
PICHINCHA”**

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Suntasig Corrales Andrea Elizabeth alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera Personal, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación a favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"

Suntasig Corrales Andrea Elizabeth

C.I.: 171843321 - 0

"PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA"

CONTRATO DE CESION 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 **SUNTASIG CORRALES ANDREA ELIZABETH**.

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 **"PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA"**, el cual incluye un tríptico

"PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA"

innovador mostrando la Ubicación, Historia, Economía, Turismo, Festividades y Artesanías, flyers dando a conocer que calderón una página En Wix dando a conocer por sus artesanías sino por sus atractivos turísticos resaltando un plan de marketing que nos ayudara a la difusión de costumbres y tradiciones que tenemos en la parroquia 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 creación del recetario, 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 recetario, 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 de los trípticos, flyers y pagina web por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de los trípticos, flyers y una página En Wix; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, de los trípticos, flyers y una página En Wix; e) La protección y registro en el IEPI de los trípticos, flyers y una página En Wix, a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica de los trípticos, flyers y

página web ; g) 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 lo 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) 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 reconvencción, en caso de haberla, seguirá los mismo 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 31 días del mes de Marzo del dos mil quince.

f) _____

f) _____

Andrea E. Suntasig C.

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

C.I. No. 1718433210

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS, que me ha dado la vida, el amor, la fuerza y la oportunidad de obtener un título profesional.

A mis padres que siempre estuvieron presentes, brindándome su amor y cariño, con el apoyo que necesite día a día para salir adelante y esfuerzo que realizan eso es una muestra de interés que siempre lo llevaré presente en mi mente en mi corazón porque gracias a los valores que me inculcaron desde pequeña ahora se ven reflejados en mi formación intelectual y profesional.

A mi familia que gracias a sus consejos y muestras de cariño son un aparte muy esencial en mi vida. En especial a mi abuelita Francisca que me cuida y me protege desde el cielo.

Agradezco a todo el personal docente que me brindó su ayuda cuando los necesitaba; en especial a mi Tutora Msc. Frikizia Mendoza que siempre estuvo presente con su apoyo moral, profesional, técnico y humano desde el inicio de la carrera motivándome para llegar hasta este logro tan esperado.

A la Administración Zonal Calderón CEDES, por la atención y Colaboración prestadas al desarrollo de este trabajo.

A la amable población de Calderón, que me abrió las puertas y me brindó su colaboración en el cumplimiento de mi tesis.

DEDICATORIA

A mis padres por su amor y apoyo incondicional.

A mi hermano por su cariño y

Confianza.

A mi familia que es fundamental

En mi vida.

A mis maestros por brindarme sus

Conocimientos.

ANDREA...!

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	x
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRAC.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1.0 ANTECEDENTES.....	1
1.0.1 CONTEXTO.....	3
1.0.2 JUSTIFICACIÓN:.....	6
1.0.3 PROBLEMA CENTRAL:.....	7
CAPÍTULO II.....	8
2.0 ANALISIS DE INVOLUCRADOS.....	8
2.0.1 MAPEO DE INVOLUCRADOS.....	8
2.0.2 MATRIZ DEANÁLIS DE INVOLUCRADOS.....	9
2.0.2 ANÁLISIS DEL MAPEO DE INVOLUCRADOS.....	10
CAPÍTULO III.....	11
3.0 PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....	11
3.0.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	11
3.0.2 ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	12
ANÁLISIS TEÓRICO.....	11
CAPÍTULO IV.....	13
4.0 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....	13
4.0.1 CUADRO DE ALTERNATIVAS E IMPACTOS.....	13

4.0.2 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	14
ANÁLISIS TEÓRICO	15
4.0.3 MATRIZ DE MARCO LÓGICO	16
ANÁLISIS TEÓRICO	17
CAPÍTULO V.....	18
5.0 LA PROPUESTA	18
5.0.1 Antecedentes de la herramienta	18
5.0.1.1 Investigación del Mercado	22
5.0.1.2 Análisis F.O.D.A	23
5.0.1.3. Población y Muestra	25
5.0.1.4 Instrumento del Investigador	27
5.0.2 Descripción de la Herramienta	38
Tríptico	38
FIESTAS TRADICIONALES Y ARTESANÍAS	40
A) ARTESANÍAS EN MAZAPÁN:	40
B) DIA DE LOS DIFUNTOS:	41
C) FIESTA DE PARROQUIALIZACIÓN:.....	42
D) EL PASE DEL NIÑO:	42
5.0.3 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta	43
CAPÍTULO VI.....	44
6.0ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	44
6.0.1 TALENTO HUMANO:	44
6.0.2 Recursos Tecnológicos:	45
6.0.3 Recursos Materiales:	46
6.0.4 Recursos Económicos:	47
6.0.5 Recurso tiempo:	47
6.0.6 Presupuesto	47
6.0.7 Cronograma:	47
Tabla 15 CRONOGRAMA	48
CAPÍTULO VII.....	49

7.0 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
7.0.1 CONCLUSIONES:	49
7.0.2 RECOMENDACIONES:.....	50
Bibliografías y Net grafías.....	51
ANEXOS.....	54
ENCUESTA	55

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS	11
Ilustración 2 ÁRBOL DE OBJETIVOS	12
Ilustración 3 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	14
Ilustración 4 F.O.D.A	24
Ilustración 5 PREGUNTA 1	28
Ilustración 6 PREGUNTAS 2	29
Ilustración 7 PREGUNTA 3	30
Ilustración 8 PREGUNTAS 4	31
Ilustración 9 PREGUNTA 5	32
Ilustración 10 PREGUNTA 6	33
Ilustración 11 PREGUNTA 7	34
Ilustración 12 PREGUNTA 8	35
Ilustración 13 PREGUNTA 9	36
Ilustración 14 PREGUNTA 10	37
Ilustración 15 TRIPTICO	38
Ilustración 16 GIGANTOGRAFIA	39
Ilustración 17 página wix	39
Ilustración 18 TALENTO HUMANO	44
Ilustración 19 RECURSO TECNOLÓGICO	45

Ilustración 20 RECURSO MATERIAL	46
Ilustración 21 RECURSO ECONÓMICO	47
Ilustración 23 ¿Cómo llegar a Calderón?	57
Ilustración 24 Mapa de Calderón	58
Ilustración 25 Bienvenida a Calderón	59
Ilustración 26 Mazapán muñecos de otavalo	59
Ilustración 27 Muñecos de mazapán	60
Ilustración 28 Representaciones de Mazapán	60
Ilustración 29 Mazapán grupos étnicos	61
Ilustración 30 Cucurucho y diablo huma	61
Ilustración 31 Dar forma al mazapán	62
Ilustración 32 Armar las figuras de mazapán	62
Ilustración 33 Vista del mirador de Calderón	63
Ilustración 34 dueña de un local comercial de calderón	63
Ilustración 35 Danzantes de fiestas de Calderón.....	64
Ilustración 36 Representación de Calderón.....	64
Ilustración 37 Iglesia moderna, parque central de Calderón	65
Ilustración 38 Vista panorámica del mirador de Calderón	65
Ilustración 39 Mirador de Calderón	66
Ilustración 40 Estación de radio AS Calderón	66
Ilustración 41 Publicidad de mazapán.....	67
Ilustración 42 Iglesia moderna	67
Ilustración 43 Mirador Calderón	68
Ilustración 44 Publicidad Radio AS	68
Ilustración 45 Publicidad mazapán	69
Ilustración 46 Iglesia antigua de Calderón	69
Ilustración 47 Parque central de Calderón	70
Ilustración 48 Iglesia antigua	70
Ilustración 49 campañas de salud Calderón	71
Ilustración 50 Parque de Calderón	71

Ilustración 51 Iglesia en remodelación	72
Ilustración 52 CEDES Calderón	72
Ilustración 53 CEDES apoyando	73
Ilustración 54 CEDES	73
Ilustración 55 Mirador Calderón	74
Ilustración 56 vista de Calderón	74
Ilustración 57 CEDES	75
Ilustración 58 Directiva de junta parroquial.....	75
Ilustración 59 Mirador de Calderón	76
Ilustración 60 Presidenta del CEDES	76
Ilustración 61 Fiesta de Calderón	77
Ilustración 62 “2 de Nov. Día de los difuntos”	77
Ilustración 63 costumbre y tradición cementerio de Calderón.....	78
Ilustración 64 representantes del CEDES Y Junta parroquial	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	9
Tabla 2 ALTERNATIVAS E IMPACTOS	13
Tabla 3 MATRIZ MARCO LÓGICO	16
Tabla 4 PREGUNTA 1	28
Tabla 5 PREGUNTA 2	29
Tabla 6 PREGUNTA 3	30
Tabla 7 PREGUNTAS 4	31
Tabla 8 PREGUNTA 5	32
Tabla 9 PREGUNTA 6	33
Tabla 10 PREGUNTA 7	34
Tabla 11 PREGUNTA 8	35
Tabla 12 PREGUNTA 9	36
Tabla 13 PREGUNTA 10	37
Tabla 14 PRESUPUESTO	47

Tabla 15 CRONOGRAMA	48
---------------------------	----

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tendrá como finalidad la investigación se propone y realizar un estudio mediante la aplicación de costumbres y tradiciones para la parroquia de Calderón conceptos que ayuden a promocionar de los valores y el encuentro cultural a través del turismo .El proyecto se centra en la investigación y recuperación de los atractivos culturales turísticos de la Parroquia de Calderón, Provincia de Pichincha que contribuirá al plan de marketing para la difusión de costumbres y tradiciones para el desarrollo del Turismo en el sector para la contribución social, cultural y económica con la comunidad, a través de la creación de estrategias para fortalecimiento y promoción de los valores y el encuentro cultural para el desarrollo del turismo. Si bien está población es conocida a nivel

nacional e internacional gracias a sus artesanías en mazapán, se busca rescatar las manifestaciones artesanales y culturales ya que estamos en una vía principal como la panamericana norte, la carretera hacia el aeropuerto es la puerta a nuestra hermosa ciudad por lo tanto debemos mantenerla y cuidarla, para que se pueda seguir de generación en generación transmitiendo sus costumbres y tradiciones.

ABSTRAC

This present project will aim to research proposes a study by the application of customs and traditions to the parish of Calderon concepts that help promote the values and cultural encounter through tourism .The project focuses on research and recovery of cultural tourist attractions of the Parish of Calderon, Pichincha Province will contribute to the marketing plan for the dissemination of customs and traditions for the development of the tourism sector for social, cultural and economic contribution to the community, through the creation of strategies for strengthening and promoting the values and cultural meeting place for tourism development. While this town is known nationally and internationally through their crafts in marzipan, seeks rescue craft and cultural manifestations as we are on a main road as the PanAmerican Highway, the road to the airport this is the gateway to our beautiful city therefore we

must maintain and care for it, so you can continue from generation to generation passing on their customs and traditions.

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en uno de los recursos básico donde se forman fuentes de empleos en actividades que requieren ganas de disfrutar y conocer magníficos lugares de nuestro hermoso país Ecuador, gracias a su diversidad, goza de un sinnúmero de recursos turísticos que resultan atractivos para turistas propios y extranjeros.

Pero los beneficios que produce la actividad turística, no siempre se ven reflejados en las poblaciones rurales consideradas turísticas, pues sus habitantes deben afrontar esta situación con mucha imaginación para salir adelante mediante la elaboración de artesanías, comidas típicas o representaciones de ritos y costumbres tradicionales que llamen la atención al visitante. Para alentar estas iniciativas se ha recurrido a la búsqueda de nuevas oportunidades para el desarrollo rural sostenible, una de ellas se manifiesta en el denominado “en la difusión de costumbre y tradiciones”, que

constituye una publicidad turística hablando dando a conocer nueva alternativa de distracción y recreacional complementando de generación de fuentes de empleos para la población y una economía gracias al comercio que existe en la parroquia de calderón donde acoge a turista nacionales y extranjeros esperando una pronta vista.

CAPÍTULO I

1.0 ANTECEDENTES

TEMA: “Plan De Turismo Comunitario En La Parroquia De Calderón, Provincia De Pichincha”

AUTORA: ELIZABETH ALEXANDRA PAREDES CÓRDOVA

AÑO: 2009

INSTITUCIÓN: UTE

CONCLUSIÓN: Del presente proyecto realizado se utilizara las generalidades de la parroquia de Calderón.

TEMA: “Plan De Turismo Comunitario En La Parroquia De Calderón, Provincia De Pichincha

AUTOR: Renato Gabriel Sánchez Proaño

AÑO: 2009

INSTITUCIÓN: UTE

CONCLUSIÓN: por medio de este proyecto se utilizara el marco teórico para relacionar propuestas y poder sacar conclusiones para poder revalorizar las costumbres y tradiciones de la parroquia en general.

“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA”

TEMA: “Reactivación de los Valores Culturales para el desarrollo del Turismo en la Parroquia de Calderón, Provincia de Pichincha.”

AUTOR: P Márquez

AÑO: 2013

INSTITUCIÓN:

CONCLUSIÓN: Del presente documento obtendrá el marco teórico para la realización de la investigación, los antecedentes históricos, geográficos y referencia para la justificación.

“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA”

1.0.1 CONTEXTO

Ecuador, es un país que cuenta con una variedad de climas al igual que una gran biodiversidad, muchas especies de fauna y flora que son endémicas así también contamos con una variedad de grupos étnicos donde podemos saber que somos una república pluricultural, multiétnico y multicultural, Lo llamamos multiétnico porque en sus interiores conserva muchas etnias y diferentes culturas en las que se puede llegar a conocer la gente tan amable y acogedora que habitan en él, así como también la gente luchadora que pelea por consigue realizar sus sueños, que no se dejan vencer, y forman una sola comunidad mostrándonos la importancia del trabajo en equipo; eso es ser realmente un ecuatoriano. Sus especies tanto animales como vegetales lo hacen más rico y exótico, pues en él se puede encontrar una gran variedad de lo que realmente es una flora y una fauna, no nos podemos olvidar de sus alrededores en los cuales habitan las más espectaculares plantas en nuestro hermosos ecosistemas acompañados de en 4 regiones naturales: Costa, Sierra, Amazonia y Región Insular. Actualmente dividida en 24 provincias La Región Costa tiene 6 Provincias, la Región Sierra tiene 11 Provincias, la Región Oriental (Amazónica) tiene 6 Provincias y la Región Insular tiene 1 Provincia. Por la ubicación Ecuador disfruta de uno de los más surtidos climas, en sus provincias encontramos Playas, Nevados, Islas Encantadas, Montañas, Ríos, Volcanes,

Lagunas, Cascadas, los cuales permiten al turista disfrutar de la diversidad de lugares Mágicos donde el tiempo parece que se detiene y no pasara nunca. Una de las provincias de la Sierra Ecuatoriana es la provincia de Pichincha con su capital que es Quito, Está ubicada sobre la hoya de Guayallabamba en las laderas orientales del estratovolcán activo Pichincha, en la parte occidental de los Andes y su altitud promedio es de 2800 msnm. Además es cabecera cantonal o distrital del Distrito Metropolitano de Quito. Algunas de las principales competencias que tiene a cargo el Gobierno Metropolitano de Quito son, las del orden urbanístico de la ciudad, promoción cultural, prestación de servicios públicos, las disposiciones tributarias competentes de la urbe, la reglamentación del transporte público y privado, del uso de los bienes públicos, la aprobación del presupuesto general de la ciudad, la fijación de los límites urbanos, distritales y parroquiales. La ciudad está dividida en 32 parroquias, una de ellas es la Parroquia de Calderón se encuentra ubicada en la Provincia de Pichincha, cerca de la Línea Equinoccial, a 15 Km del norte de la ciudad de Quito, en la meseta de Guangüiltagua, con Carapungo como su cabecera parroquial. (Quito, 2014)

Calderón limita al norte con la parroquia de Guayallabamba (Quebrada de Guayallabamba), al sur con la de Llano Chico (Quebrada de Chaquish, Cahuayco, palabra que en quichua significa "Quebrada seca"), al este con Puenbo (Quebrada Higerillas siguiendo las aguas arriba hasta la desembocadura de la Quebrada Guevara), y al oeste con las de Pomasqui y San Antonio (Quebrada de Chaquishcahuayco hasta el origen de la Quebrada de Santo Domingo y Calderón). (ALMEIDA, 1995)

Conformada por los siguientes sectores: San Miguel del Común, Oyocoto, Tushumby, (hoy "Santa Anita"), Collas, Chinguiltina (hoy Mariana de Jesús), Tajamar (hoy "San José de Morán"), La Capilla, Churoloma, Landázuri y Llano Grande, entre estos como 54 barrios del sector.

Al estar ubicada en una zona árida de la meseta de Guanguiltagua, por la deforestación y la urbanización se ha tornado una zona con clima templado y seco, esta temperatura varía Entre los 12 y 24°C, con suelos arenosos y de cangahua, las lluvias son muy raras debido a la falta de elevaciones a sus alrededores que posee un área de 8.682,49 hectáreas y cuenta con una altura de 2.600 metros sobre el nivel del mar .Hay versiones acerca de que en el período formativo, esta meseta estuvo poblada por hombres pertenecientes a la Cultura Cotocollao (1100 A.C. – 540 A.C.)

El nombre primitivo de la zona fue Carapungo (quichua), que significa "entrada de los caras", refiriéndose al grupo indígena. En 1987, el nombre fue sustituido por el de Calderón, en honor al héroe de la batalla de Pichincha, Abdón Calderón. (Aqicito, 2015)

1.0.2 JUSTIFICACIÓN:

En este presente proyecto tendrá como finalidad la investigación se propone realizar un estudio mediante la aplicación de costumbres y tradiciones para la parroquia de Calderón conceptos que ayuden a promoción de los valores y el encuentro cultural a través del turismo, el desarrollo de las actividades económicas sustentables desde un punto de vista ambiental y la posibilidad de auto-gestión y desarrollo dentro de las comunas, mejora de la calidad de vida, mejora turística y defensa de las minorías étnicas que son impactadas. El proyecto se centra en la investigación y recuperación de los atractivos culturales turísticos de la Parroquia de Calderón, Provincia de Pichincha que contribuirá al plan de marketing para la difusión de costumbres y tradiciones para el desarrollo del Turismo en el sector para la contribución social, cultural y económica con la comunidad, a través de la creación de estrategias para fortalecimiento y promoción de los valores y el encuentro cultural para el desarrollo del turismo. Ecuador, es un país pluricultural y mega diverso, que tiene grandes atractivos turísticos naturales y culturales que han no han sido totalmente bien explotados, hoy en día el turismo es una actividad económica sustentable para diferentes zonas del Ecuador. El turismo es un sector económico en crecimiento. Está ligado al uso del patrimonio natural y cultural. La falta de ordenamiento y regulación han dado lugar a un turismo masivo y descontrolado que amenaza al patrimonio, generando problemas sociales que han alterado los modos de vida principalmente de

las comunidades. Estas debilidades Inciden en la calidad del turismo con una oferta poca diversificada y atención

deficiente al turista.

1.0.3 PROBLEMA CENTRAL:

La Parroquia de Calderón es un sector netamente artesanal que mantiene vivas las costumbres y tradiciones, sin embargo, hasta ahora no ha sido tomada en cuenta en el desarrollo turístico de la Provincia de Pichincha y no se ha dado énfasis a lo que se podría obtener de ella. Se puede apreciar la inadecuada organización y planificación turística sobre la región, al no realizarse gestiones por parte de instituciones públicas ni privadas que conduzcan a este pueblo indígena a participar en el desarrollo de la Provincia de Pichincha.

Si bien esta población es conocida a nivel nacional e internacional gracias a sus artesanías en mazapán, se busca rescatar las manifestaciones artesanales y culturales ya que estamos en una vía principal como la panamericana norte, la carretera hacia el aeropuerto esta es la puerta a nuestra hermosa ciudad la cual tendremos que dar a conocer esta zona y expandir su mercado turístico con la colaboración de los pobladores del lugar y la creación de planes comunitarios que apunten a mejorar el nivel social y económico de la población, mediante la generación de empleo y el desarrollo del turismo , el cual va liderado por la comunidad y la dirección zonal municipal.

“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA”

CAPÍTULO II

2.0 ANALISIS DE INVOLUCRADOS

2.0.1 MAPEO DE INVOLUCRADOS

Ilustración 1 MAPEO DE INVOLUCRADO



Elaborado por: Andrea Suntasig

2.0.2 MATRIZ DEANÁLIS DE INVOLUCRADOS

Tabla 1 MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

BENEFICIO	DIRECTO	INDIRECTO	%
Investigador	X		20%
Comunidad	X		75%
Junta Parroquial	X		25%
Cooperativa de Transporte	X		30%
Turistas		X	15%
Agencias de viajes		X	25%
Escuelas y Colegios		X	20%
Ministerio de turismo		X	25%

Elaborado por: Andrea Suntasig

2.0.2 ANÁLISIS DEL MAPEO DE INVOLUCRADOS

Por medio de este proyecto se considera al investigador un 20% que por medio de la investigación de campo podrá enriquecer sus conocimientos para su desempeño académico y laboral de la difusión de costumbres y tradiciones, en la comunidad se obtiene un 75% porque al momento de desarrollar la difusión cultural y tradicional se beneficiaran las personas aledañas que habitan en este lugar como por ejemplo un crecimiento económico y social, acompañado con la junta parroquial el 25% donde se

organizara de manera mejorada en la comunidad, también tenemos las cooperativas de tránsito con un 30% que genera una alta demanda económica de turistas que van a visitar esta comunidad.

En la parte indirecta de los involucrados de la investigación se destaca a los turistas con un 15% porque tendrán la oportunidad de conocer nuevas tradiciones y ser partícipes de sus costumbres por medio de las actividades que realizan dentro de la parroquia, también consta las agencias de viajes con un 25% que permitirá tener convenios con el lugar turístico y así los turistas puedan tener interés a visitar el lugar, también se benefician los colegios y escuelas con 20% esto es un aspecto importante para los estudiantes que puedan conocer su historia y sus raíces propias y además se benefician para su campo académico y laboral, por parte del Ministerio del Turismo tenemos un 10% porque será el pilar importante para el desarrollo del plan investigativo y esto permitirá otra fuente de acceso para los turistas.

CAPÍTULO III

3.0 PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.0.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS

Ilustración 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS



Elaborado por: Andrea Suntasig

3.0.2 ÁRBOL DE OBJETIVOS

Ilustración 2 ÁRBOL DE OBJETIVOS



Elaborado por: Andrea Suntasig

ANÁLISIS TEÓRICO

Por medio de este proyecto se considera que el árbol de problemas es algo muy importante ya que tiene un objetivo que se debe de cumplir pérdida de culturas y tradiciones, Con sus causas y efectos como es la pérdida de culturas y tradiciones, falta de identidad cultural, no tienen recursos económicos, desinterés de la población. Donde pasarán a realizarse positivamente. Es que las autoridades tengan una preocupación mucho más extensa, interés de la población, tienen recursos económicos, identidad cultural. Son importantes para el manejo de los recursos que tendremos para realizar cada uno de ellos en el plan que se está desarrollando. Mientras más demanda turística venga a visitar el lugar mejor será el desarrollo económico que beneficiará a la comunidad, se muestra una visible organización en cada actividad que logran realizar para que no se pierda las valiosas costumbres que posee parroquia, que lo que llama la atención al turista conocer sus creencias, tradiciones y costumbres culturales.

CAPÍTULO IV

4.0 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.0.1 CUADRO DE ALTERNATIVAS E IMPACTOS

Tabla 2 ALTERNATIVAS E IMPACTOS

Objetivos	Impacto Sobre El Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Rango
Difundir los atractivos turísticos	3	4	2	3	4	16	ALTO
incrementar la demanda turística	4	3	4	3	4	18	ALTO
Preocupación de las Autoridades	3	3	3	4	4	17	ALTO

Elaborado por: Andrea Suntasig

4.0.2 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS

Ilustración 3 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS



Elaborado por: Andrea Suntasig

ANÁLISIS TEÓRICO

La recuperación de las costumbres y tradiciones en la parroquia de Calderón por medio de este plan se realizara una visita de campo donde estará como principal la observación de sus alrededores identificando que atractivos tenemos y que medios encontramos, se encuestara y entrevistara a las personas que tiene negocios, a la junta parroquial quien tiene un papel muy importante en este proyecto ya que son personas que conocen sobre los temas de interés.

Existen otras formas que se puede investigar como la bibliográfica no puede solo ser de páginas web sino también por la investigación de libros acerca del tema propuesto, con monografías, proyectos y tesis que se han realizado con mucha cautela y esmero.

Para la estrategia de marketing que se utilizara se promoción nivel nacional y de sus alrededores con la ayuda de la publicidad visual y móvil dando a conocer que esta parroquia se podrá difundir las costumbres y tradiciones que se están perdiendo en el lugar.

4.0.3 MATRIZ DE MARCO LÓGICO

Tabla 3 MATRIZ MARCO LÓGICO

FINALIDAD	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Difundir las costumbres y tradiciones en la parroquia de calderón	Interés de los turistas	inversión empresa privada	Apoyo Ministerio de turismo Apoyo empresas privadas.
Incentivar demanda visitantes. PROPUESTAS	Desarrollo económico del lugar	Incremento fuentes de empleo (apoyo de las autoridades)	Apoyo autoridades
COMPONENTES Motivación Información	A la población Prestadores de servicio	Oportunidades laborales Incremento ingresos económicos	Apoyo profesionales Apoyo gobierno Apoyo ministerio de turismo
ACTIVIDADES Visitas de campo Encuestas Entrevistas Observación	Determinar oportunidades Fortalezas Debilidades Amenazas del sector	Mejoramiento y desarrollo	Apoyo población

ELABORADO POR: Andrea Suntasig

ANÁLISIS TEÓRICO

Gracias al presente proyecto tiene como finalidad la difundir Las costumbres y tradiciones de la parroquia de Calderón acompañada de una propuesta que se trata de incentivar la demanda de visitantes al a parroquia con varios componentes que nos ayudaran a motivar, capacitar a la población que está en sus alrededores con actividades como son vistas de campo donde se podrá compartir momentos para realizar encuestas, entrevistas donde se den a conocer todas las dudas y con hechos reales que es lo que les gustaría establecer en la localidad, ya que nos solo ellos van hacer los beneficiados esto quiere decir que tendrán una gran cantidad de turistas tanto nacionales como internacionales que nos llevaran a una mejor economía con aspectos sociales vinculando al lugar donde se va a realizar estos objetivos con grandes fortalezas, debilidades, amenazas aquí se va a ver la incrementación de fuentes de empleos como se está mencionando esperamos el apoyo de las autoridades , una mejor calidad de vida de cada uno de los ciudadanos con un mejoramiento y desarrollo de empresas que traerán beneficios con el apoyo del minitour y de la comunidad.

CAPÍTULO V

5.0 LA PROPUESTA

Plan de marketing para la difusión de culturas y tradiciones en la parroquia de Calderón, provincia de Pichincha.

5.0.1 Antecedentes de la herramienta

Un plan de marketing es la planificación de cómo llevar a cabo una comunicación de forma efectiva desde la empresa hasta el público y que éste se convierta en cliente al conocer el beneficio que puede obtener al decidirse por el producto o servicio.

Se realiza Porque para generar clientes se debe decir al público que se ofrece un servicio y dependiendo de cada tipo de negocio y producto se debe actuar de cierta manera; aquí interviene el plan de marketing.

Un plan de marketing ayuda a conseguir los objetivos, no los garantiza. Lo que está claro es que a toda empresa o profesional le conviene realizarlo, pues nos y aproxima a los objetivos de la mejor manera.

(Por que realizar un plan de marketing, s.f)

MARKETING ESTRATÉGICO

Es la forma de actuar que procede directamente de la dirección. Habida cuenta de las necesidades de la población y tras un estudio riguroso del mercado la dirección analiza las oportunidades que tiene dentro del mercado, así como realizar un estudio de los posibles competidores. Deberá llevar un estudio de los ingresos, los costes, la maximización de los beneficios y el modo de distribución de los productos.

MARKETING MIX

Es en esta fase es donde se determinan las características de las cuatro "P":

Producto: Es todo aquello tangible o intangible (bien o servicio) que se va a introducir en un mercado previo desarrollo, análisis y distribución por parte de la empresa. Es importante también el desarrollo específico de marca, y las características del empaquetado, etiquetado y envase.

Precio: El precio se ha de fijar en función de los beneficios que se desean obtener. Aquí empieza el proceso de intercambio con los agentes del mercado por lo que a la hora de fijar un precio hay que tener en cuenta a los competidores, el gasto medio de los agentes.

Plaza: Es lo que actualmente se llama distribución y se trata de los lugares donde va a ser comercializado el producto. Un ejemplo de marketing mix, centrado en la plaza, es el de las grandes franquicias las cuales hacen estudios rigurosos antes de abrir una nueva tienda y siempre con las mismas características de triunfo de la primera.

Promoción: Todas las funciones realizadas para que el mercado se entere de la existencia del producto/marca, incluidas la venta y ayudas a la venta, sea ésta la gestión de los vendedores, oferta del producto o servicio por teléfono, Internet u otros medios similares, los anuncios publicitarios, y la publicidad mediante otros vehículos.

EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MARKETING

Finalmente, una vez realizado el programa de actuación sobre el nuevo producto es hora de llevarlo a cabo. En esta etapa todo el organigrama de la empresa ha de actuar de acuerdo a lo establecido para lograr el éxito del producto y conseguir la maximización de los beneficios deseada.

(El marketing y sus fases, 2015)

Las tradiciones son transmisiones o comunicaciones que pasan de generación en generación, ya sean ritos, composiciones literarias, doctrinas o conocimientos.

También se dice de las noticias transmitidas de esa forma. Por extensión se dice que es tradición toda doctrina, costumbre etc. conservada a través de los años y de las generaciones.

De esa forma. Existen diversos tipos de tradiciones desde las casi prehistóricas que algunas tribus siguen transmitiendo a sus hijos, y las nuevas tradiciones. Costumbres que las personas pasan a las siguientes generaciones. El problema con las tradiciones es

que en ocasiones éstas impiden o entorpecen el progreso o destruyen vidas o cosas valiosas por preservar algo carente de sentido. Por otra parte, Existen tradiciones que ayudan a la vida de la humanidad y por eso es mejor conservarlas.

Por otra parte las costumbres son hábitos ya sea de la población o de un individuo. Las costumbres son cualquier actividad repetitiva, usual u ordinaria. Se siguen costumbres generalmente para facilitar la vida, ya sea por llegar a un mismo punto con menos esfuerzo o por lo agradable que podría resultar esa forma de hacer las cosas.

Se dice que son costumbres, en derecho, cuando en una sociedad o generalmente pueblo, en defecto de ley forman norma jurídica. Y su estudio desde este punto de vista constituye el llamado derecho consuetudinario.

En psicología se dice que la costumbre es un conjunto de actos repetidos hasta llegar a ser habituales, y guían al comportamiento en un cierto sentido. Que muchas veces lleva a un mal fin. También se dice del conjunto de inclinaciones o cualidades y usos que distinguen y forman el carácter de una persona o nación.

Usos y costumbres, es cuando en un pueblo la población se rige según las costumbres propias del pueblo, ya sean basadas en tradiciones o en un consejo popular, esto sin tomar las más de las veces en cuenta a las leyes o preceptos judiciales nacionales.

Las tradiciones nacen a partir de costumbres y usos, que los seres humanos siguen ya sea por mejorar su vida o por cultura heredada.

Cuando las costumbres se hacen patológicas y destruyen, dañan o impiden el libre desenvolvimiento de las personas, se llaman manías. En muchos casos el individuo no puede o se niega a controlarlas. (Tradiciones y costumbres, 2013)

5.0.1.1 Investigación del Mercado

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

Los beneficios que nos ayudará con la investigación de mercados Proporcionara información real y expresada en términos más precisos, que ayudan a resolver, con un mayor grado de éxito, problemas que se presentan en los negocios.

Ayuda a conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir, en el caso de vender o introducir un nuevo producto.

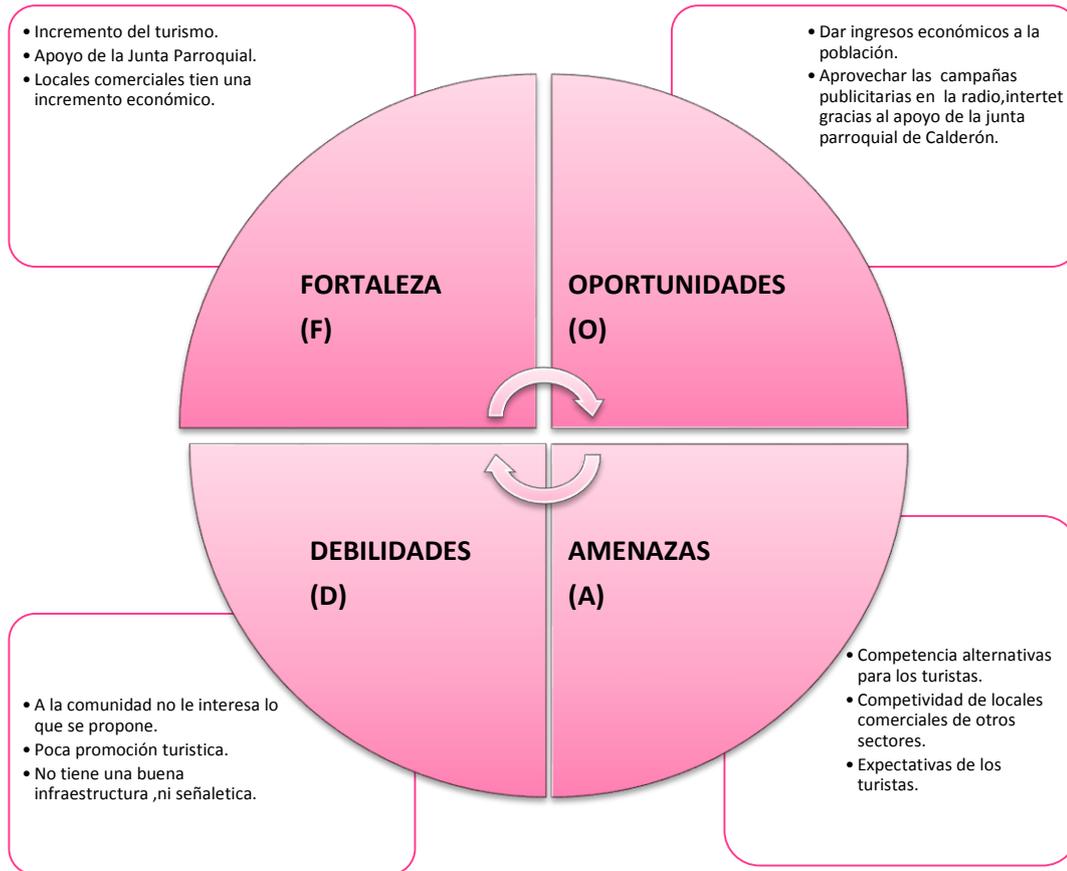
Definir las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer la empresa, tales como: gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingreso, etcétera.

(Investigación de mercados, 2000)

5.0.1.2 Análisis F.O.D.A

El análisis FODA tiene como objetivo el identificar y analizar las Fuerzas y Debilidades de la Institución u Organización, así como también las Oportunidades y Amenazas, que presenta la información que se ha recolectado. Se utilizará para desarrollar un plan que tome en consideración muchos y diferentes factores internos y externos para así maximizar el potencial de las fuerzas y oportunidades minimizando así el impacto de las debilidades y amenazas. (Análisis FODA, s.f)

Ilustración 4 F.O.D.A



Elaborado por: Andrea Suntasig

5.0.1.3. Población y Muestra

POBLACIÓN.- es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

MUESTRA.- la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.

Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

(Metodología de la Investigación, 2010)

Para la elaboración del presente proyecto se considerara la población de Quito con la actualización del censo del 2010 que son 2'239,199 habitantes, aplicando un margen de error de "7".

FÓRMULA

n: Muestra

N: Población

(E)²: Margen de error al cuadrado

$$n = \frac{N}{N-1(E)^2+1}$$

$$N-1(E)^2+1$$

$$n = \frac{2239.199}{2239.199 (0.0049)+1}$$

$$2239.199 (0.0049)+1$$

$$n = \frac{2239.199}{10973.0702}$$

$$10973.0702$$

$$n = 204$$

5.0.1.4 Instrumento del Investigador

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

(Definición de encuesta, 2010)

La entrevista es una comunicación oral que se establece generalmente entre entrevistado y entrevistador, con el fin de obtener información o una opinión sobre ciertos temas con un objetivo determinado para tomar decisiones que la mayoría de las veces son benéficas para ambas partes. Es importante porque ayudara a seleccionar a los candidatos con características que se necesitan para dar a conocer las preguntas que se la realice y sea de gran satisfacción la cita, sacándonos de la duda del tema propuesto.

(Jaime Grados, 2007)

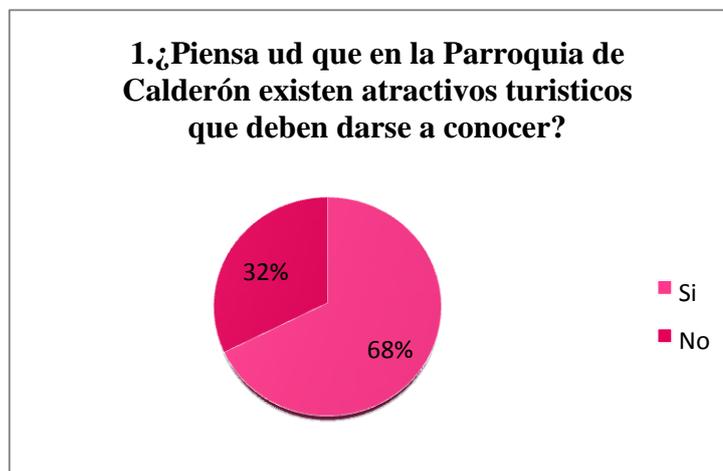
1. ¿Piensa Ud. que en la Parroquia de Calderón existen atractivos turísticos que deben darse a conocer?

Tabla 4

Si	138	68%
No	66	32%
Total	204	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig

Ilustración 5 PREGUNTA 1



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que el 138 personas encuestados en la ciudad de Quito si piensan que existen atractivos turísticos que deban darse a conocer mientras que el 66 personas piensan que no existen atractivos turísticos en la parroquia de calderón pero es la falta de información la cual no se conocen ni se visitan los lugares representativos del sector.

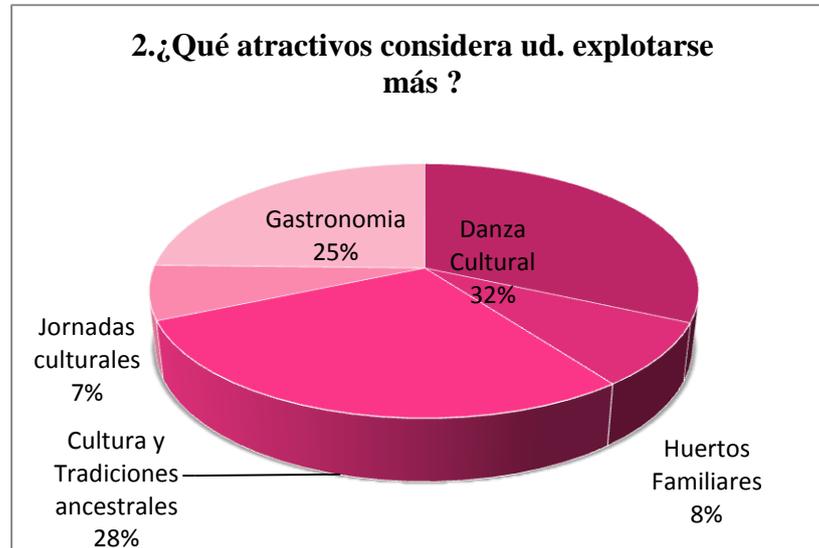
2. ¿Qué atractivos considera Ud. explotarse más?

Tabla 5 PREGUNTA 2

Danza Cultural	129	32%
Huertos Familiares	33	8%
Cultura y Tradiciones ancestrales	116	28%
Jornadas culturales	28	7%
Gastronomía	100	25%

Total	406	100%
--------------	-----	------

Elaborado por: Andrea Suntasig
Ilustración 6 PREGUNTAS 2



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que el 129 encuestados de la ciudad de Quito piensan que las Danzas Culturales que se deben explotar mucho más, seguido de Las Culturas y Tradiciones Ancestrales con el 116 personas eso les interesa conocer acerca de lo propuesto, mientras que la Gastronomía con 100 encuestados tiene para desarrollarse con las delicias de la parroquia, Huertos familiares con 33 personas es una buena opción para tener contacto con la comunidad y finalmente las jornadas culturales con 28 de encuestados tiene un buen acogimiento de la parroquia de Calderón.

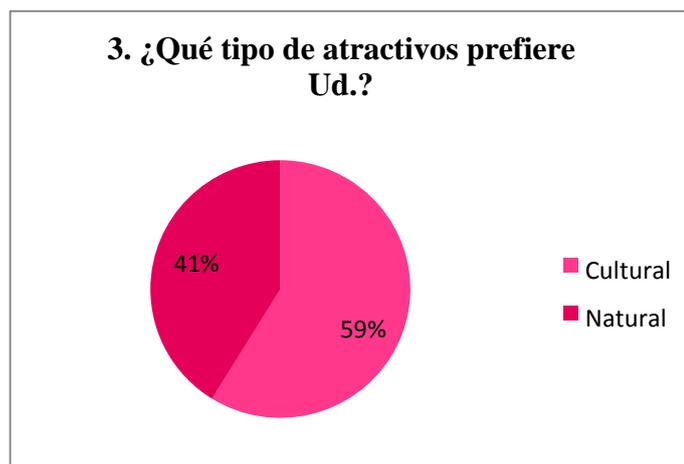
3. ¿Qué tipo de atractivos prefiere Ud.?

Tabla 6 PREGUNTA 3

Cultural	120	59%
Natural	84	41%
Total	204	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig

Ilustración 7 PREGUNTA 3



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que 120 de los encuestados de la ciudad de Quito prefieren los atractivos culturales son de su preferencia, mientras que 84 persona prefieren los lugares turísticos naturales como una alternativa sana y de distracción.

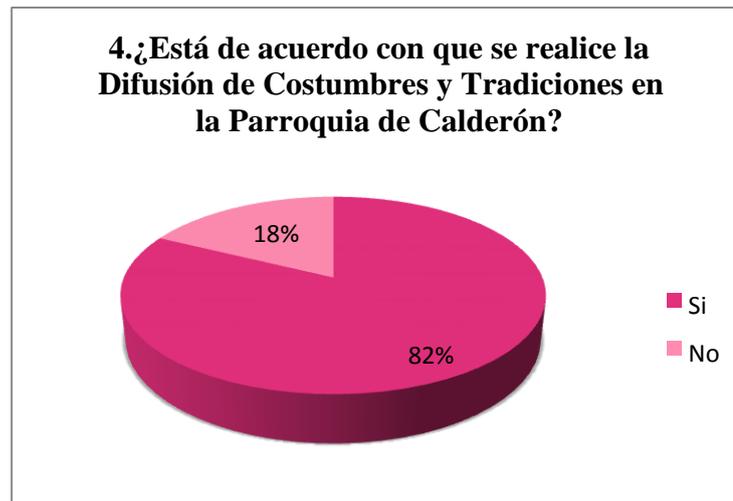
4. ¿Está de acuerdo con que se realice la Difusión de Costumbres y Tradiciones en la Parroquia de Calderón?

Tabla 7 PREGUNTAS 4

Si	168	82%
-----------	-----	-----

No	36	18%
Total	204	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig
Ilustración 8 PREGUNTAS 4



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que 168 encuestados en la ciudad de Quito dicen que están de acuerdo con que se realice la difusión de costumbres y tradiciones en la parroquia, mientras que 36 personas no están de acuerdo con que se realice el proyecto planteado.

5. ¿Cree Ud. Que el turismo brindará un beneficio económico adicional a la población ?

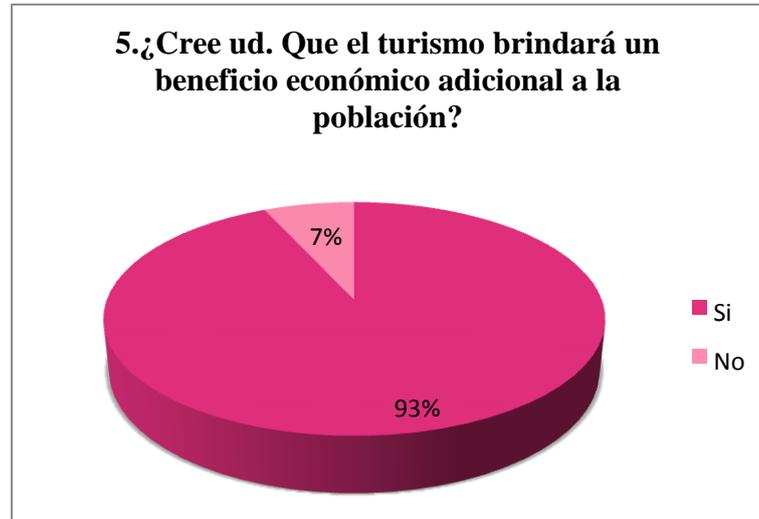
Tabla 8 PREGUNTA 5

Si	190	93%
----	-----	-----

No	14	7%
Total	204	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig

Ilustración 9 PREGUNTA 5



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que 190 de los encuestados de la ciudad de Quito están de acuerdo con brindar su apoyo para beneficios de la parroquia, mientras que 14 personas no está de acuerdo con brindar el apoyo para beneficio económico de la población de Calderón.

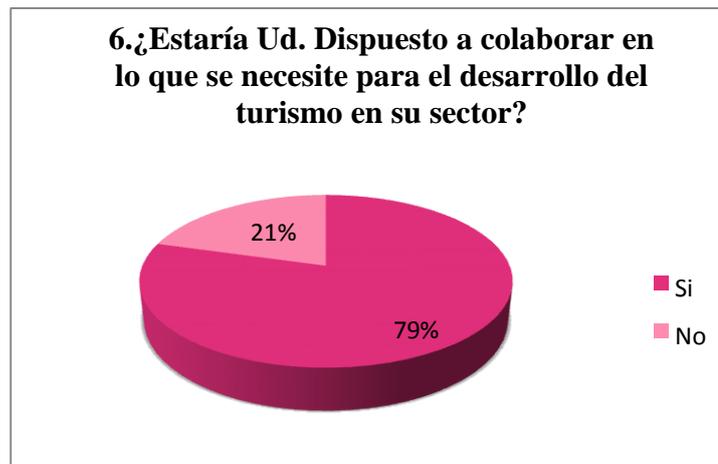
6. ¿Estaría Ud. Dispuesto a colaborar en lo que se necesite para el desarrollo del turismo en su sector?

Tabla 9 PREGUNTA 6

Si	162	79%
No	42	21%
Total	204	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig

Ilustración 10 PREGUNTA 6



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que 162 encuestados de la ciudad de Quito están dispuestos a colaborar con el desarrollo del turismo en el sector, mientras que 42 personas no están de acuerdo con colaborar con el desarrollo del turismo en la parroquia Calderón.

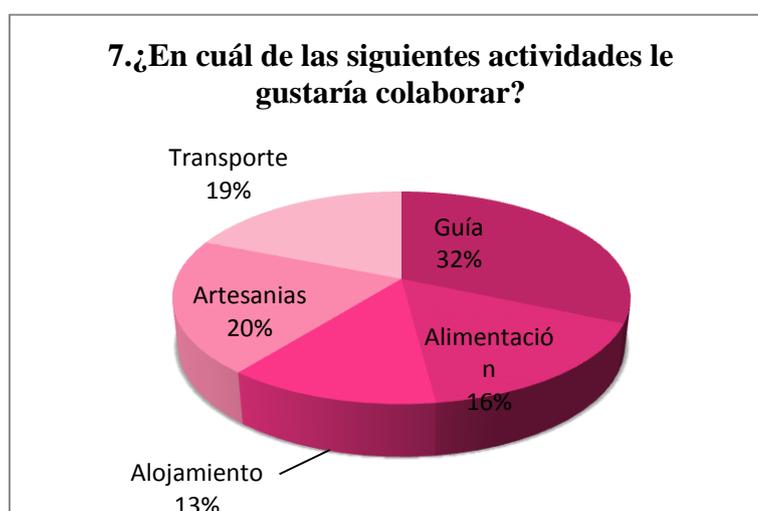
7. ¿En cuál de las siguientes actividades le gustaría colaborar?

Tabla 10 PREGUNTA 7

Guía	102	32%
Alimentación	53	16%
Alojamiento	41	13%
Artesanías	66	20%
Transporte	61	19%
Total	323	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig

Ilustración 11 PREGUNTA 7



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que 102 encuestados de la ciudad de Quito dicen que les gustaría colaborar en la guianza de turistas nacionales y extranjeros en la parroquia, mientras que 66 personas está a gusto con hacer unos pequeños talleres para que observen sus artesanías y su realización, con el 61 encuetados los pobladores están muy a gusto a recibir a visitantes de distintos lugares del país e internacionalmente ellos brindarán transporte para una mejor agrado, mientas que 53 personas están dispuestos a colabora con la alimentación esto quiere

decir que se brindarían los platos tradicionales con los productos que ellos mismo cultivan y se elaboran con sus propias manos y finalmente 41 encuestados con el alojamiento la población de la parroquia está dispuesto a abrir las puertas de los lugares de hospedaje con las comodidades respectivas.

8. ¿Estaría dispuesto a compartir parte de sus actividades con un turista?

Tabla 11 PREGUNTA 8

Si	180	88%
No	24	12%
Total	204	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig

Ilustración 12 PREGUNTA 8



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que el 180 de los encuestados de la ciudad de Quito estarían de acuerdo en compartir sus actividades. Con turistas sean nacionales y

extranjeros, mientras que 24 personas no está de acuerdo en que se compartan las actividades que cada uno de los pobladores realiza.

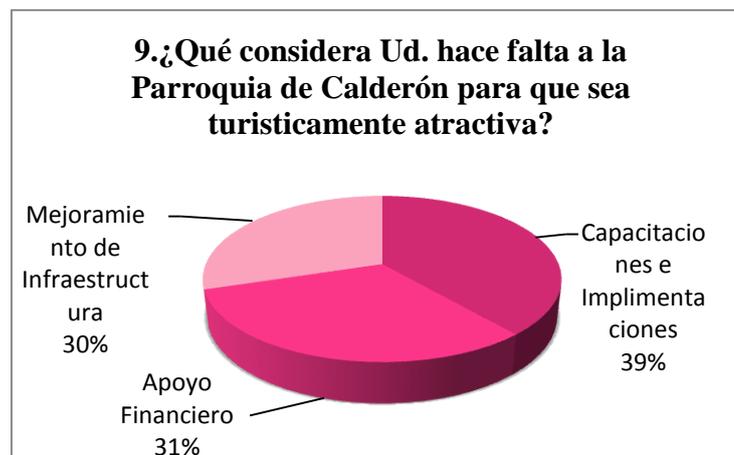
9. ¿Qué considera Ud. hace falta a la Parroquia de Calderón para que sea turísticamente atractiva?

Tabla 12 PREGUNTA 9

Capacitaciones e Implementaciones	114	39%
Apoyo Financiero	93	31%
Mejoramiento de Infraestructura	88	30%
Total	295	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig

Ilustración 13 PREGUNTA 9



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que 114 de los encuestados de la ciudad de Quito dice que necesita capacitaciones e

implementaciones para que la parroquia sea turísticamente activa, mientras que 93 Personas dice que falta el apoyo financiero para que sea turísticamente conocida y 88 encuestados considera que necesita mejoramiento de infraestructura.

10. ¿Le gustaría recibir información gratuita sobre los atractivos turísticos de la Parroquia de Calderón?

Tabla 13 PREGUNTA 10

Si	188	92%
No	16	8%
Total	204	100%

Elaborado por: Andrea Suntasig

Ilustración 14 PREGUNTA 10



Elaborado por: Andrea Suntasig

Análisis:

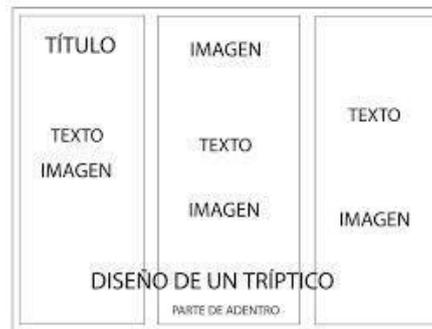
Mediante las encuestas realizadas se ha podido determinar que 188 de los encuestados de la ciudad de Quito están de acuerdo con recibir información gratuita acerca de los atractivos de calderón ya que ahí están datos necesarios para que se

Puedan identificar con facilidad los lugares que se visitaran, mientras que 16 personas no están de acuerdo con recibir información de los atractivos de la parroquia de Calderón.

5.0.2 Descripción de la Herramienta

Tríptico

Ilustración 15 TRIPTICO



Material: Papel couche

150gr

Full color

Medidas: 21*29.7 cm

Información: Historia, Economía, Turismo, Festividades y Artesanías.

FLAYERS

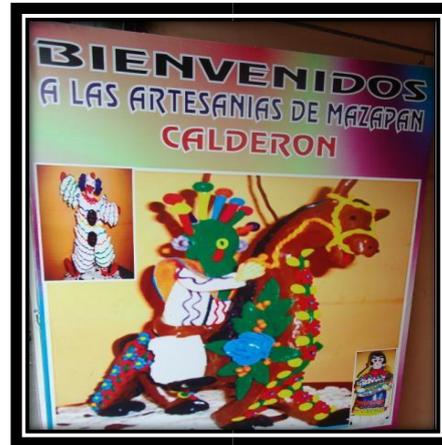
Material: Papel couche 50gr

Full color, Medias: 14.8*21 cm

Información: Historia, Economía, Turismo, Festividades y Artesanías.

Gigantografía

Ilustración 16 GIGANTOGRAFIA



Material: Lona de 13 onzas

Full color, Medidas: 2.50 x 1,20 m

Información: Historia, Economía, Festividades y Artesanías.

Página de wix

Ilustración 17 página wix



FIESTAS TRADICIONALES Y ARTESANÍAS

A) ARTESANÍAS EN MAZAPÁN:

Calderón es una población que cuenta con una gran riqueza artesanal. En ella habitan hábiles artesanos que trabajan la masa de pan para crear una gran variedad de figurillas. Esta masa en los primeros años se realizaba de harina de maíz con agua para la elaboración de guaguas de pan para el mes de noviembre; pero hace 50 años se inició con la tradición de elaborar figuras más pequeñas que se conservan y se pueden pintar para venderlas, cuya mezcla es hasta la actualidad a base de harina, agua y goma. Las figuras son de distintos diseños y tienen una temática muy variada. Zoomorfas, antropomorfas, Fito morfas, adornos navideños, etc., pero todas son muy conocidas por su colorido y textura. Esta artesanía del mazapán ha hecho famoso a Calderón en el ámbito nacional e internacional.

Calderón, además constituye un centro artesanal porque además del mazapán, existe una variedad de actividades artesanales y artísticas en las que se destaca la habilidad de sus artesanos, dentro de las cuales las más conocidas son el tallado de madera, el repujado en cuero y la elaboración de tejidos; y otras no tan conocidas como: trabajo en resina, platería, arreglos florales, porcelanicrón, cerámica, pintura y escultura.

B) DIA DE LOS DIFUNTOS:

El día de finados en Calderón, constituye un hermoso Ejemplo de la comparecencia con los difuntos. Esta tradición, tiene raigambre prehispánica muy antigua, pero ha asimilado muchas formas rituales de la religión católica. En esta celebración, la motivación central es la visita al cementerio, al que se le da la mayor importancia, pues se deja cualquier otra actividad a fin de cumplir con esta obligación. Por otra parte, en todo el mundo andino e indígena se celebra este acontecimiento como parte de la vida. En las parcialidades indígenas de Calderón, tal como ha venido ocurriendo todos los años, de generación en generación, la población se moviliza el 2 de noviembre hasta el cementerio de la localidad para visitar la casa del difunto, ahí empiezan los lamentos y la recordación de todos los sucesos ocurridos durante el año, Luego va al cementerio llevando una diversidad de alimentos y platos preparados especialmente para el difunto. En un segundo momento, se lleva a cabo la llamada “conversación” en el cementerio, en la cual se cuenta al difunto sobre todos los asuntos importantes para la familia, seguido se da inicio con la ofrenda de alimentos líquidos preparados para el difunto, estos pueden ser: chicha, colada morada, sopa de fideo, sopa de arroz de cebada, que se riegan en la tumba, cuando la tierra absorbe los líquidos y solo queda la mancha de la humedad, los presentes se sienten satisfechos. Luego de este ritual empieza la práctica católica como el Responso o los rezos, que es una costumbre que se ha ido introduciendo de acuerdo con el ritual cristiano.

(CÓRDOVA, 2007)

C) Fiesta de Parroquialización:

Calderón celebra sus fiestas el 9 de Agosto. En la parroquia se realizan distintos eventos y festividades con quince días de anticipación a los que asisten las autoridades municipales. Entre las principales actividades están la elección de la Reina, el pregón de fiestas, presentación de artistas; así como eventos culturales y ferias artesanales, bandas, paseo del chagra, desfiles y los populares toros de pueblo que se realizan en la mayor parte de parroquias rurales.

D) El Pase del Niño:

En la actualidad ha venido cobrando más auge la celebración Del pase del Niño, fiesta que es más bien de carácter urbano, pero que se ha hecho muy popular en las comunidades. Todos los años hay priostes, padrinos, o compadres del Niño para celebrar el pase y por lo menos así se ha mantenido el sentido de colaboración entre parientes y comuneros en las fiestas ancestrales.

(CÓRDOVA, 2007)

5.0.3 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

Para el desarrollo del presente proyecto que para la parroquia de Calderón es de complemento y beneficioso para que se establezca convenios con:

Convenio con los Locales Comerciales ya que ellos son beneficiarios porque ellos ayudaran a aumentar la economía de la parroquia vendiendo sus artesanías en mazapán, bordados, cuero se adquieren en el sector dando a conocer sus tradiciones a turistas nacionales e internacionales teniendo éxito en su venta y para el turista un buen recuerdo del lugar que está visitando.

Convenio con Instituciones Educativas el convenio con estudiantes potenciara las salidas de campo para observación, identificación y obtención de información de costumbres y tradiciones en la parroquia de Calderón dando a conocer de generación en generación sus fiestas, Creencias Ancestrales, Ritos Religiosos entre otros.

Convenio con la Junta Parroquial es una parte muy importante del proyecto ya que ellos son los que nos darán su apoyo incondicional tanto para la comunidad como para los turistas que estarán interesados en conocer los atractivos que tiene esta maravillosa parroquia donde se involucran las personas del sector y turistas nacionales e internacionales.

CAPÍTULO VI

6.0 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.0.1 TALENTO HUMANO: Son las personas que están dispuestas a ayudar con o sin fines de lucro para desarrollar de manera correcta las actividades que deben realizar dichas personas.

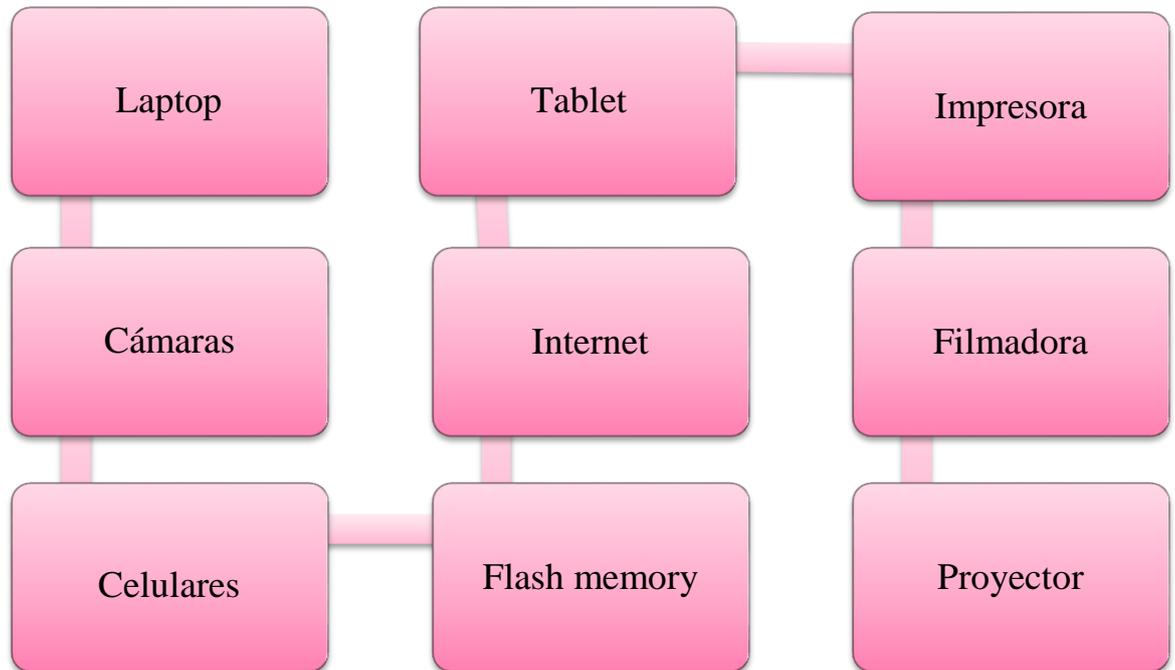
Ilustración 18 TALENTO HUMANO



Elaborado por: Andrea Suntasig

6.0.2 Recursos Tecnológicos: Es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito.

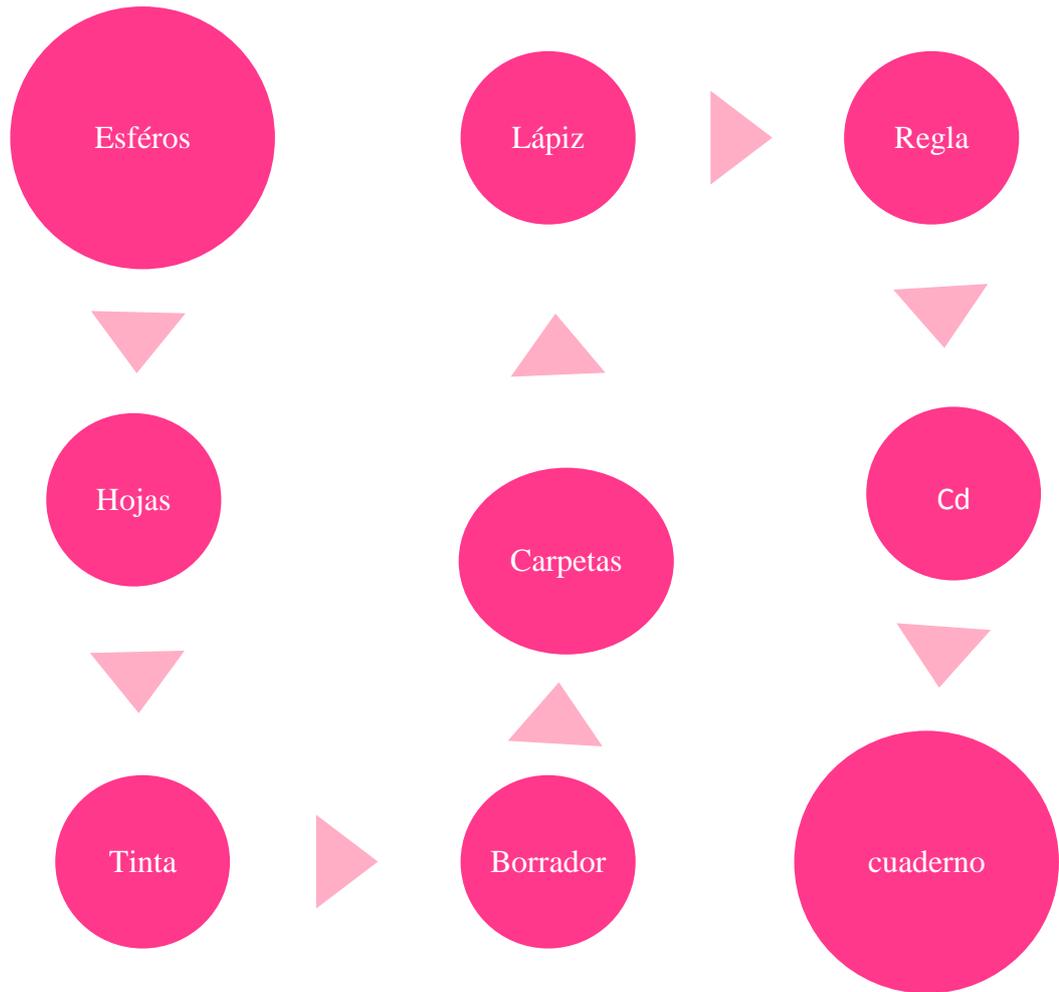
Ilustración 19 RECURSO TECNOLÓGICO



Elaborado por: Andrea Suntasig

6.0.3 Recursos Materiales: Son los medios físicos y concretos que ayudan a conseguir algún objetivo.

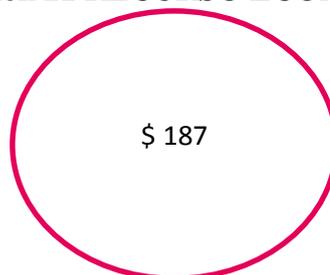
Ilustración 20 RECURSO MATERIAL



Elaborado por: Andrea Suntasig

6.0.4 Recursos Económicos: Es un capital que se cuenta para llegar al objetivo.

Ilustración 21 RECURSO ECONÓMICO



Elaborado por: Andrea Suntasig

6.0.5 Recurso tiempo: Lاپso manejado por nuestra cuenta mediante este proyecto se lo llevo a cabo en 6 meses.

6.0.6 Presupuesto: Es un recurso que nos ayuda a lograr en un objetivo propuesto.

Tabla 14 PRESUPUESTO

Impresiones	\$ 40
Anillados	\$ 6
Internet	\$ 30
Recargas	\$ 10
Empastado	\$ 15
Material Publicitario	\$ 50
Movilización	\$ 20
Alimentación	\$ 10
Cd	\$ 6
Total	\$ 187

Elaborado por: Andrea Suntasig

6.0.7 Cronograma:

Tabla 15 CRONOGRAMA

Meses	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Semanas	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 (Antecedentes)			X				
Capítulo II (Análisis de Involucrados)			X				
Capítulo III (Problemas y Objetivos)				X			
Capítulo IV (Análisis de Alternativas)					X		
Capítulo V (Propuesta)						X	
Capítulo VI (Aspectos Administrativos)							X
Capítulo VII (Conclusiones y Recomendaciones)							X
Sustentación							X

ELABORADO POR: Andrea Suntasig

CAPÍTULO VII

7.0 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.0.1 CONCLUSIONES:

Con el desarrollo del proyecto del plan de marketing para la difusión de costumbres y tradiciones en la parroquia de Caderón puedo concluir con lo siguiente.

- ✓ Las costumbres y tradiciones son una parte fundamental de nuestro país ya que están representadas por grupos indígenas que aún están en la parroquia donde se conservan sus costumbres y a la misma vez se van transformado en tradiciones.
- ✓ Las artesanía la principal actividad productiva de la zona, se ha determinado que el nivel de organización de la población en cuanto al trabajo artesanal es bueno, si se toma en cuenta que la participación de las organizaciones locales es un factor importante para saberlo utilizar como fuente de empleo y de conocimiento para los turistas en general.
- ✓ El sistema turístico de la Parroquia de Calderón ha demostrado la potencialidad del sector para el desarrollo de la actividad turística, ya que cuenta con los recursos turísticos, infraestructura y superestructura necesarios para el cumplimiento de este objetivo.

7.0.2 RECOMENDACIONES:

- ✓ La población de Calderón, debe recibir mayor atención por parte de las autoridades seccionales, pues a pesar de su cercanía a Quito y del valor histórico que posee, no se le ha dado la importancia suficiente para fomentar su desarrollo.
- ✓ La junta parroquial, deben dar especial atención al mejoramiento de infraestructura y mantenimiento de los atractivos turísticos, pues, esto influye tanto en la satisfacción del turista como en la calidad de vida de la población.

Por otra parte, el Ministerio de Turismo debe difundir los atractivos de la Parroquia de Calderón para que sean conocidos primero a nivel nacional.
- ✓ La artesanía de Calderón tiene una buena acogida tanto a nivel nacional como internacional, pero ésta podría mejorar si los artesanos abrieran sus talleres para que el visitante pueda admirar sus habilidades.

Bibliografías y Net grafías

Investigación de mercados. (Abril de 2000). Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de

<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>

Definición de Costumbres. (2007). Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de

<http://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>

Definición de encuesta. (Septiembre de 2010). Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de

Conozca cuál es la definición de uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados: La Encuesta:

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Metodología de la Investigación. (14 de Julio de 2010). Recuperado el 11 de Marzo de

2015, de Población y muestra:

<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-ymuestra.html>

Tradiciones y costumbres. (2013). Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de

<http://www.ejemplode.com/49->

[cultura_y_sociedad/1882tradiciones_y_costumbres.html](http://www.ejemplode.com/49-cultura_y_sociedad/1882tradiciones_y_costumbres.html)

Quito. (8 de Noviembre de 2014). Recuperado el 8 de Abril de 2015, de

http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/ppdot_calderon.pdf

Aquicito. (2015). Recuperado el 25 de Marzo de 2015, de Parroquias de Distrito

Metropolitano de Quito:

http://www.quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com_content&view=section&id=5&Itemid=11

Aquicito. (2015). Recuperado el 26 de Marzo de 2015, de Parroquias del distrito

metropolitano de quito:

http://quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com_content&view=section&id=5&Itemid=11

El marketing y sus fases. (2015). Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de

<http://www.blogdemarketing.com/?p=19>

ALMEIDA, J. (1995). *Identidades Indias en el Ecuador Contemporáneo.* -Abya-Yala.

CÓRDOVA, E. (2007). *Plan de turismo comunitario en la parroquia de calderón.* Recuperado el 26 de Marzo de 2015, de

<http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/8624?mode=full>

Jaime Grados, E. S. (2007). *la entrevista en las organizaciones.* Mexico: Manual Moderno.

Análisis FODA. (s.f). Recuperado el 18 de Marzo de 2015, de

<http://www.cca.org.mx/funcionarios/cursos/ap089/apoyos/m3/analisis.pdf>

Por que realizar un plan de marketing. (s.f). Recuperado el 17 de Enero de 2015, de

Qué es, Cómo y por qué realizar un plan de marketing:

<http://www.publiccomunicacion.com/blog/por-que-realizar-un-plan-demarketing>

Técnicas de investigación social. (s.f.). Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de

Concepto de población y muestra:

http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page_07.htm

ANEXOS

ENCUESTA

1. ¿Piensa usted que en la Parroquia de Calderón existen atractivos turísticos que deben darse conocer?

SI

NO

2. ¿Qué atractivos considera Ud. explotarse más?

- ❖ Danza Cultural
- ❖ Huertos Familiares
- ❖ Cultura y Tradiciones ancestrales
- ❖ Jornadas Culturales
- ❖ Gastronomía

3. ¿Qué tipo de atractivos prefiere Ud.?

Cultural Natural

4. ¿Está de acuerdo con que se realice la difusión de Costumbres y Tradiciones en la Parroquia de Calderón?

SI

NO

5. ¿Cree usted que el turismo brindará un beneficio económico adicional a la población?

SI

NO

6. ¿Estaría Ud. dispuesto a colaborar en lo que se necesite para el desarrollo del turismo en el sector?

SI

NO

7. ¿En cuál de las siguientes actividades le gustaría colaborar?

- ❖ Guía
- ❖ Alimentación
- ❖ Alojamiento
- ❖ Artesanías
- ❖ Transportes

8. ¿Estaría dispuesto a compartir parte de sus actividades con un turista?

SI

NO

9. ¿Qué considera Ud. le hace falta a la Parroquia de Calderón para que sea turísticamente atractiva?

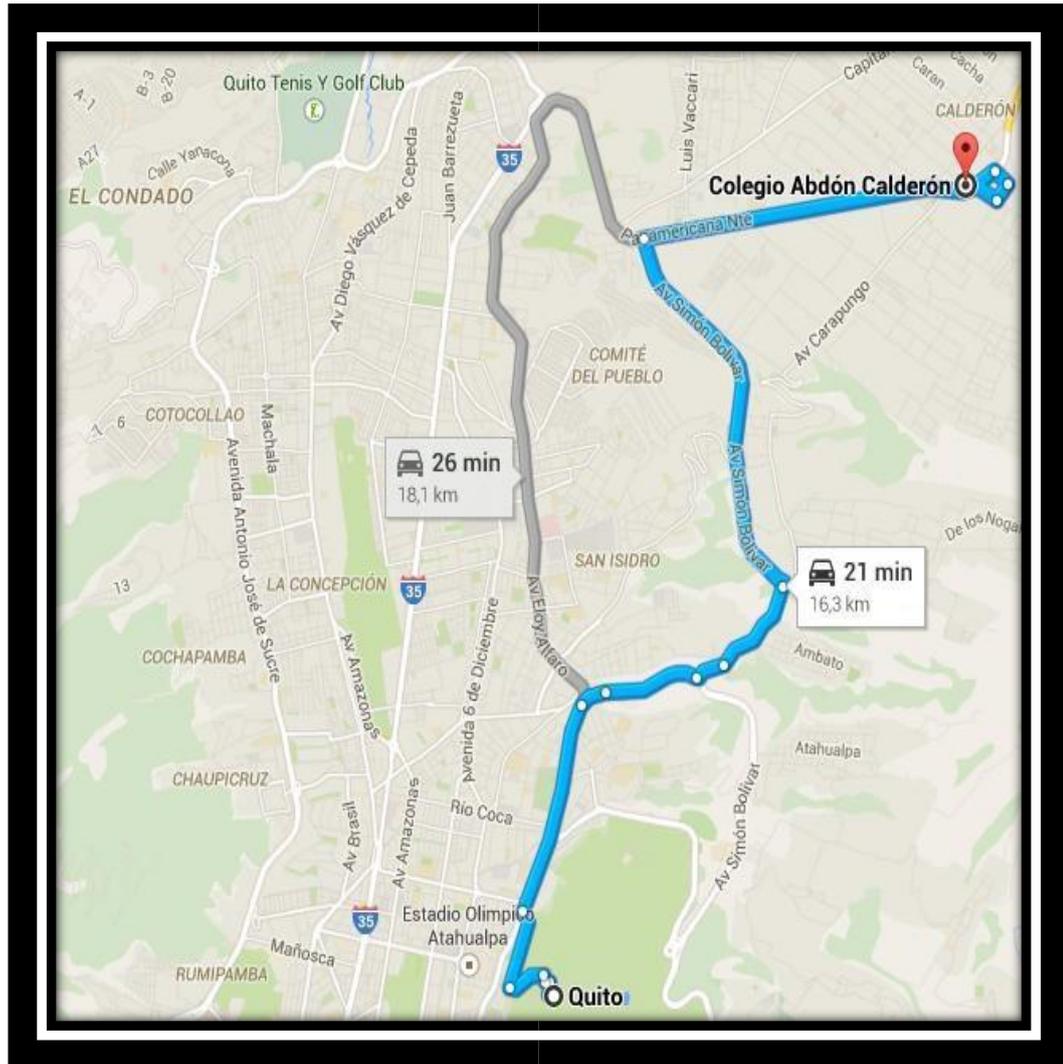
- ❖ Capacitación e implementación: Turística y Administrativa
- ❖ Apoyo Financiero
- ❖ Mejoramiento de infraestructura

10. ¿Le gustaría recibir información gratuita sobre atractivos turísticos de la Parroquia de Calderón?

SI

NO

Ilustración 22 ¿Cómo llegar a Calderón?



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 23 Mapa de Calderón

Ilustración 24 Bienvenida a Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 25 Mazapán muñecos de otavalo



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 26 Muñecos de mazapán



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 27 Representaciones de Mazapán



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 28 Mazapán grupos étnicos



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 29 Cucurucho y diablo huma



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 30 Dar forma al mazapán



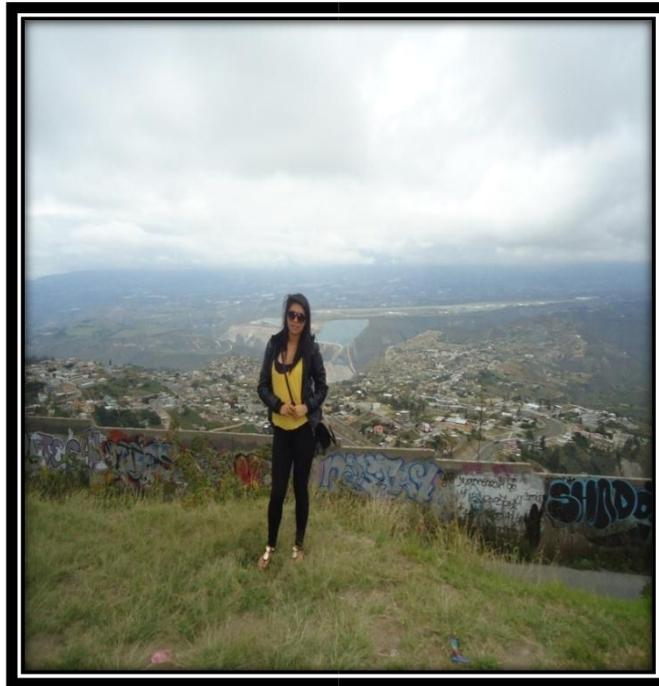
Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 31 Armar las figuras de mazapán



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 32 Vista del mirador de Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 33 dueña de un local comercial de calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 34 Danzantes de fiestas de Calderón



FUENTE: Andrea Suntasig

Ilustración 35 Representación de Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 36 Iglesia moderna, parque central de Calderón



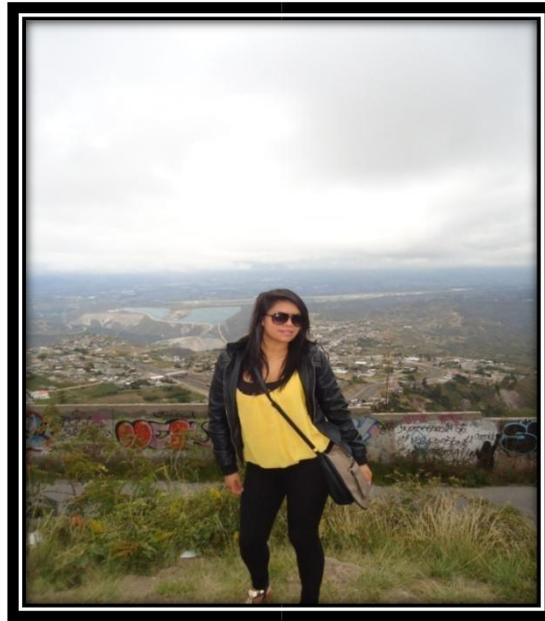
Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 37 Vista panorámica del mirador de Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 38 Mirador de Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 39 Estación de radio AS Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 40 Publicidad de mazapán



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 41 Iglesia moderna



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 42 Mirador Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 43 Publicidad Radio AS



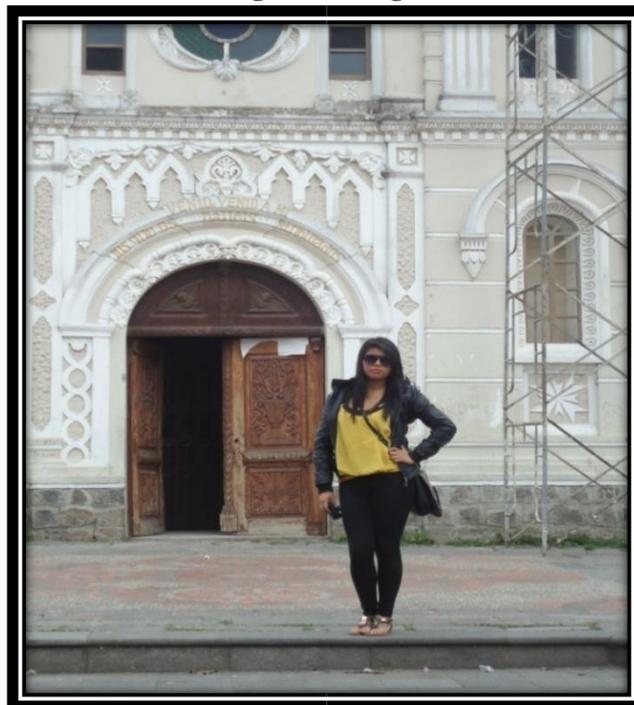
Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 44 Publicidad mazapán



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 45 Iglesia antigua de Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 46 Parque central de Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 47 Iglesia antigua

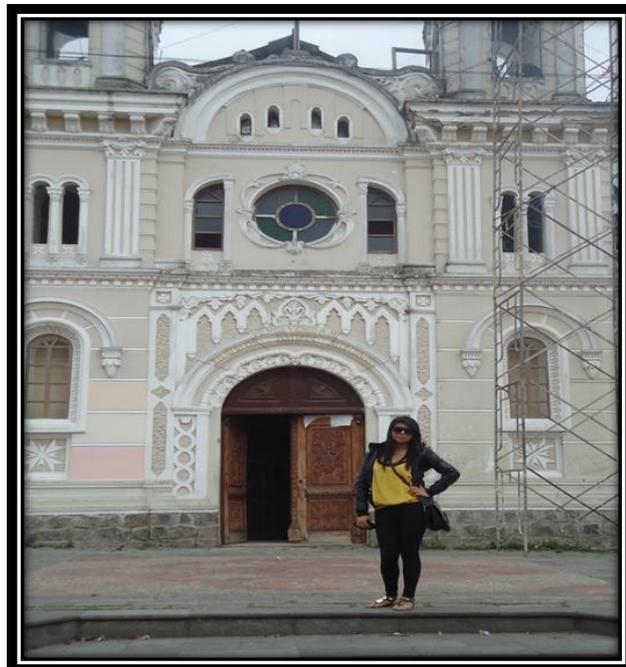


Ilustración 48 campañas de salud Calderón

Fuente: Andrea Suntasig



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 49 Parque de Calderón



Ilustración 50 Iglesia en remodelación

Fuente: Andrea Suntasig

“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA”



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 51 CEDES Calderón



Ilustración 52 CEDES apoyando

Fuente: Andrea Suntasig

“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA”



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 53 CEDES



Ilustración 54 Mirador Calderón

Fuente: Andrea Suntasig



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 55 vista de Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 56 CEDES



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 57 Directiva de junta parroquial



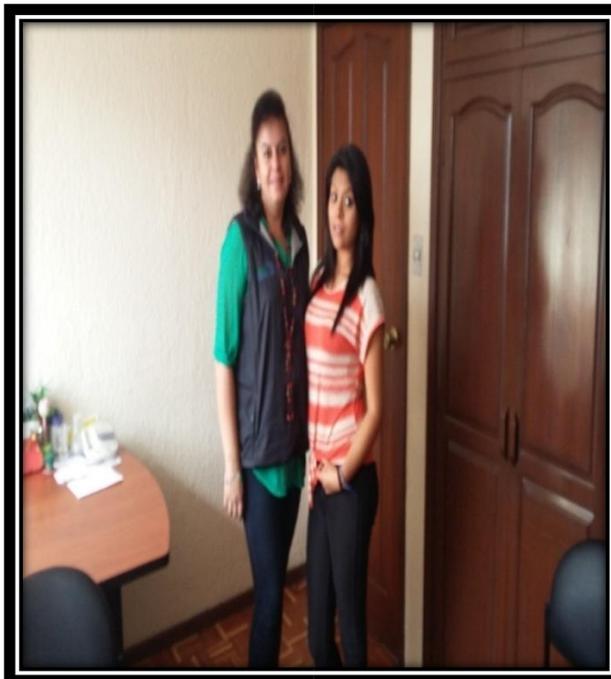
Ilustración 58 Mirador de Calderón

Fuente: Andrea Suntasig



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 59 Presidenta del CEDES



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 60 Fiesta de Calderón



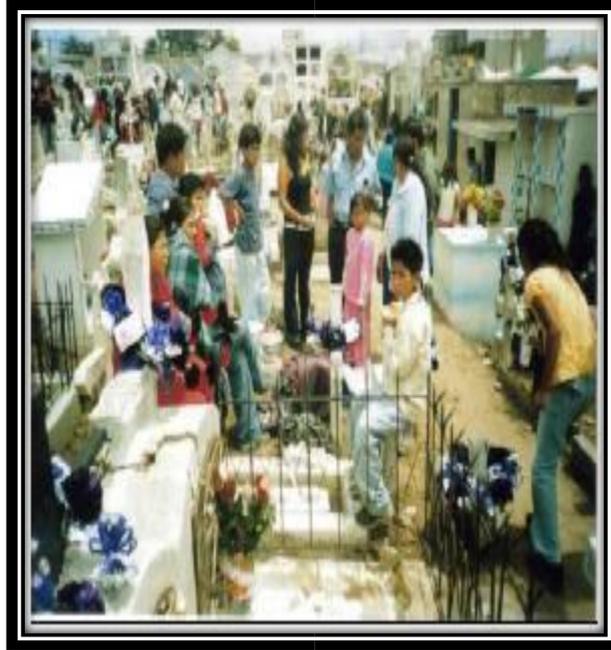
Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 61 "2 de Nov. Día de los difuntos"



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 62 costumbre y tradición cementerio de Calderón



Fuente: Andrea Suntasig

Ilustración 63 representantes del CEDES Y Junta parroquial



Fuente



: Andrea Suntasig

“PLAN DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, PROVINCIA DE PICHINCHA”