



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LOS
ATRATIVOS CULTURALES Y NATURALES DE LA
PARROQUIA DE ALANGASÍ, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE
PICHINCHA, PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA
LOCALIDAD**

AUTORAS:

FLORES MARCILLO YESENIA NATALIA

GARCÍA NAVAS JACQUELINE PAOLA

DIRECTOR: M.B.A. ING. AVILÉS LEÓN BYRON

SANGOLQUÍ

2016

CERTIFICADO TUTOR



INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICADO

Yo, Ing. M.B.A Byron Avilés León portador de la CI: 1707152284, en calidad de Director del trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES Y NATURALES DE LA PARROQUIA DE ALANGASI, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA LOCALIDAD”**, realizado por las señoritas: Flores Marcillo Yesenia Natalia y García Navas Jacqueline Paola, certifico que el trabajo de investigación ha sido guiado, revisado periódicamente y finalizado. El presente trabajo de titulación cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

El mencionado trabajo consta de un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf.). Autorizan a los señores autores del presente trabajo de titulación se entregue a la Mcs. Mariana Pavón en su calidad de Directora de la Carrera.

Sangolquí, 20 de abril del 2016.

M.B.A. Ing. Byron Avilés León.

DIRECTOR



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros **YESENIA NATALIA FLORES MARCILLO**, con cédula de identidad N° 1725264087, y **JACQUELINE PAOLA GARCÍA NAVAS** con cédula de identidad N° 1721393286, declaramos que este trabajo de titulación "**ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES Y NATURALES DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA LOCALIDAD**" ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de nuestra autoría en virtud de ellos nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 25 de abril del 2016

YESENIA NATALIA
FLORES MARCILLO
C.I. 1725264087

JACQUELINE PAOLA
GARCÍA NAVAS
C.I. 1721393286



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELRA

AUTORIZACIÓN

Nosotros *YESENIA NATALIA FLORES MARCILLO*, y *JACQUELINE PAOLA GARCÍA NAVA*, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca virtual de la institución del presente trabajo de titulación *“ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES Y NATURALES DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA LOCALIDAD”* cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 25 de abril del 2016

YESENIA NATALIA
FLORES MARCILLO
C.I. 1725264087

JACQUELINE PAOLA
GARCÍA NAVAS
C.I. 1721393286

DEDICATORIAS

Dedico este proyecto de tesis a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo, a mis hermanos por apoyarme en todo momento y a Santiago quién es una persona muy importante en mi vida, por alentarme a seguir mis sueños gracias mi amor. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Yesenia Natalia Flores Marcillo

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a Dios, a mi madre, pilar fundamental en mi vida, a mi hermana por creer siempre en mí, a mi novio y mi mejor amigo Darío que me apoyo en todo momento, a mi familia que me apoyaron día a día con ideas, palabras de aliento y su confianza. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. A ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser.

Jacqueline Paola García Navas

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mis padres, a mis hermanos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. A mi amor Santiago, por alentarme a seguir mis sueños. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mí.

Yesenia Natalia Flores Marcillo

AGRADECIMIENTO

Primero agradezco a Dios por haberme guiado en todo momento; en segundo a mi madre por todo su amor incondicional y por su apoyo para que yo esté aquí, a mi hermana por ser mi compañera en todo momento. A mi novio Darío motivarme a ser mis sueños. A mi familia por su apoyo incondicional. Un agradecimiento especial a nuestro director M.B.A. Ing. Avilés León Byron, por su ayuda, sus consejos e impulsarnos día a día a continuar superándonos

Y todas aquellas personas que con su valiosa colaboración hicieron posible el desarrollo del presente estudio

Jacqueline Paola García Navas

ÍNDICE

Caratula.....	i
Certificado.....	ii
Autoría de Responsabilidad.....	iii
Autorización (publicación biblioteca virtual).....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vii
Índice.....	ix
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	xii
Resumen.....	xix
Abstract.....	xx

Tabla de contenido

CAPÍTULO I.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Antecedentes.....	2
1.3. Problemática.....	3
1.4. Justificación.....	4
1.5. Objetivos.....	6
1.5.1. Objetivo General.....	6
1.5.2. Objetivos Específicos.....	6
1.6. METODOLOGÍA.....	6
1.7. HIPÓTESIS.....	7
1.8. MARCO TEÓRICO.....	8
1.8.1. Perspectivas teóricas existentes.....	8
1.9. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación.....	10
1.10. Antecedentes investigativos.....	24
1.10.1. Investigaciones cualitativas.....	24
1.10.2. Investigaciones cuantitativas.....	26
1.11. Marco Conceptual.....	26
CAPÍTULO II.....	32

2. ANÁLISIS EXTERNO	32
2.1. Macro ambiente	32
2.1.1. Entorno Económico	32
2.1.2. Entorno Sociocultural	40
2.1.3. Entorno Geográfico	48
2.1.4. Entorno Tecnológico.....	56
2.1.5. Entorno Político	58
2.1.6. Entorno Legal	73
2.2. Microambiente	77
2.2.1. Atractivos turísticos (Naturales y Culturales) de Alangasí	77
2.2.2. Clientes, turistas y/o visitante	90
2.2.3. Competencia directa e indirecta	92
2.2.4. Sustitutos.....	92
2.2.5. Proveedores	92
2.2.6. Organismos reguladores	93
2.3. Análisis Interno.....	93
2.3.1. Constitución legal de GAD de Alangasí.....	93
2.3.2. Recursos y capacidades.....	93
2.3.2.1. Tangibles.....	94
2.3.3. Intangibles	99
2.4. Análisis FODA	100
2.4.1. Fortalezas	101
2.4.2. Debilidades	102
2.4.3. Oportunidades	103
2.4.4. Amenazas.....	104
2.5. Matriz FODA	109
CAPÍTULO III	112
3.1. ESTUDIO DE LA OFERTA	112
3.1.1. Descripción del producto y /o servicio	112
3.1.2. Determinación del universo o población de estudio.....	112
3.1.3. Determinación de la muestra	113
3.1.4. Técnicas de muestreo	113

3.1.5.	Instrumento de recolección de información	114
3.1.6.	Situación de la oferta actual.....	115
3.1.7.	Análisis de la competencia a nivel local.....	132
3.1.8.	Proyección de la oferta	132
3.2.	Estudio de la demanda.....	134
3.2.1.	Determinación del universo o población de estudio.....	134
3.2.2.	Determinación de la muestra	134
3.2.3.	Técnicas de muestreo	135
3.2.4.	Instrumentos de recolección de información.....	135
3.2.5.	Situación de la demanda actual	137
3.2.6.	Definición del perfil del cliente	155
3.2.7.	Proyección de la demanda.	155
3.3.	Análisis de precios.	156
3.3.1.	Determinación de política de precios.....	156
3.3.2.	Percepción del precio por el consumidor.....	157
3.4.	Canales de distribución	157
3.4.1.	Canales de distribución	157
3.4.2.	Evaluación de canales de distribución.....	157
CAPÍTULO IV.....		158
4.1.	Organización	158
4.1.1.	Participantes	158
4.1.1.1.	Gobierno Descentralizados de Alangasí	158
4.1.1.2.	Comunidad Alangasí	158
4.2.	Análisis de productos turísticos	158
4.2.1.	Identificación y re-jerarquización de productos turísticos	158
4.2.2.	Planta turística de la Parroquia de Alangasí	159
4.3.	Rutas turísticas en la Parroquia de Alangasí	159
4.4.	Diseño del programa de Capacitación	171
4.4.1.	Financiamiento	173
4.4.2.	Cronograma.....	174
4.5.	Promoción de los atractivos	175
4.5.1.	Manejo BTL	175

4.5.1.1. Facebook.....	175
4.5.1.2. Instagram	176
4.5.1.3. Twitter	177
4.5.1.4. YouTube.....	178
4.5.2. Manejo POP	178
4.5.2.1. Volante	178
4.5.2.2. Tríptico	179
4.5.2.2.1.1. Costos.....	181
Bibliografía	185
Referencias.....	190
Trabajos citados.....	195

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Renta Per Cápita.....	32
Tabla 2 Tasa de Desempleo	34
Tabla 3 Tasa de inflación	35
Tabla 4 Producto Interno Bruto	36
Tabla 5 Peso del consumo turístico receptor en el PIB.....	37
Tabla 6 Balanza Comercial	38
Tabla 7 Balanza turística en proporción del PIB	39
Tabla 8 Tamaño de la población	41
Tabla 9 Distribución por edades.....	43
Tabla 10 Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	44
Tabla 11 Nivel de Ingreso Promedio en el Distrito Metropolitano de Quito	45
Tabla 12 Grupos étnicos	46
Tabla 13 Nacionalidad o pueblo indígena al que pertenece casos %	47
Tabla 14 Índice de necesidades básicas insatisfechas	56
Tabla 15 Atractivos turísticos Alangasí	72
Tabla 16 Atractivos Turísticos Alangasí	77
Tabla 17 GAD Parroquial	99
Tabla 18 Análisis Interno.....	101
Tabla 19 Análisis Interno.....	102

Tabla 20 Análisis Externo	103
Tabla 21 Análisis Externo	104
Tabla 22 Priorización Fortaleza.....	105
Tabla 23 Priorización Debilidades.....	106
Tabla 24 Priorización Oportunidades	107
Tabla 25 Priorización Amenazas.....	108
Tabla 26 Matriz de Correlación FO	109
Tabla 27 Matriz de Correlación DA	110
Tabla 28 Matriz FODA Generación de Estrategias	111
Tabla 29 Tabla comparativa.....	113
Tabla 30 Técnicas de Muestreo	114
Tabla 31 Oferta Actual	115
Tabla 32 Cuenta con título profesional.....	116
Tabla 33 Barrio al que pertenece	117
Tabla 34 Años de Antigüedad del Negocio	118
Tabla 35 Capacidad del Establecimiento	120
Tabla 36 Categoría del establecimiento.....	121
Tabla 37 Tiempo mayor afluencia de gente	122
Tabla 38 Tipo de Servicio	123
Tabla 39 Tipo de Alimento Ofertado	124
Tabla 40 Otros Servicios.....	125
Tabla 41 Precios Alimentación.....	126
Tabla 42 Además de Alojamiento Otros Servicios	127
Tabla 43 Precios de Alojamiento.....	128
Tabla 44 Servicios que Brinda	129
Tabla 45 Además de áreas recreativas otros servicios	130
Tabla 46 Costo de Ingreso Recreación.....	131
Tabla 47 Proyección de la Oferta.....	133
Tabla 48 Técnica de muestreo.....	135
Tabla 49 Género de encuestados.....	137
Tabla 50 Edad de los encuestados	138
Tabla 51 Dónde Vive.....	139

Tabla 52 Conoce la parroquia de Alangasí	140
Tabla 53 Le gustaría visitar la parroquia de Alangasí	140
Tabla 54 Con qué frecuencia visita la parroquia de Alangasí	141
Tabla 55 Que le motiva a visita la parroquia rural de Alangasí	142
Tabla 56 Con quien visitó la parroquia rural de Alangasí	143
Tabla 57 Cuanto tiempo es su permanencia en la parroquia de Alangasí	144
Tabla 58 ¿Qué medio de transporte utiliza para movilizarse a la parroquia?	145
Tabla 59 Que atractivos conoce.....	146
Tabla 60 Como se enteró que existen estos atractivos.....	147
Tabla 61 Califique del 1 al 5 su nivel de satisfacción atractivos naturales	148
Tabla 62 Califique del 1 al 5 su nivel de satisfacción atractivos culturales	149
Tabla 63 Califique del 1 al 5 su nivel de satisfacción gastronómicos.....	150
Tabla 64 Cuanto estaría dispuesto a pagar por alimentación	151
Tabla 65 Cuanto estaría dispuesto a pagar por transporte turístico.....	152
Tabla 66 Cuanto estaría dispuesto a pagar por entradas a atractivos	153
Tabla 67 Usted cree necesario la creación de rutas turísticas en Alangasí ...	154
Tabla 68 Re jerarquización atractivos turísticos.....	159
Tabla 69 Planta turística	159
Tabla 70 Ruta Turística 1	161
Tabla 71 Ruta Turística 2.....	163
Tabla 72 Ruta Turística 3.....	165
Tabla 73 Ruta Turística 4.....	167
Tabla 74 Ruta Turística 5.....	169
Tabla 75 Financiamiento.....	174
Tabla 76 Cronograma	174
Tabla 77 Costos	181

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa teórico	23
Figura 2 PIB Per Cápita	33
Figura 3 Tasa de Desempleo	34
Figura 4 Tasa de Inflación.....	35
Figura 5 del PIB	36

Figura 6 Peso del consumo turístico receptor en PIB	38
Figura 7 Tamaño de la Población	41
Figura 8 Mapa de barrios de la Parroquia Alangasí	42
Figura 9 Edades de la población de Alangasí	43
Figura 10 Nivel de Formación	44
Figura 11 Nivel de Ingresos	45
Figura 12 Grupos étnicos	46
Figura 13 Etnias Alangasí	47
Figura 14 Mapa Geográfico de Alangasí	49
Figura 15 Mapa Fluvial Alangasí	50
Figura 16 Rutas Ilaló Trekking	51
Figura 17 Rutas Ilaló Mountain bike	52
Figura 18 Mapa Climático Alangasí	52
Figura 19 Temperatura Quito	53
Figura 20 Plan de desarrollo Alangasí	54
Figura 21 Ordenamiento territorial Alangasí	54
Figura 22 Vías de Alangasí	55
Figura 23 Índice de necesidades básicas insatisfechas	56
Figura 24 Mapa Zonal	67
Figura 25 Volcán Ilaló	77
Figura 26 Balneario El Tingo	77
Figura 27 Balneario Fuentes Cristalinas	78
Figura 28 Hacienda Ushimana	78
Figura 29 Ministerio del Deporte Ushimana	78
Figura 30 Complejo Turístico Angamarca	78
Figura 31 Hostería Mirasierra	79
Figura 32 Castillo del Gringo Loco	79
Figura 33 Río Pita	79
Figura 34 Banda Santo Tomás de Alangasí	79
Figura 35 Fiesta de la Virgen de la Candelaria	80
Figura 36 Paso del Chagra	80
Figura 37 Toros de Pueblo	80

Figura 38	Fiesta de las 3 cruces	80
Figura 39	Fiesta de San Juan y San Pedro	81
Figura 40	Diablos de Semana Santa	81
Figura 41	Fiesta de Corpus Cristi.....	81
Figura 42	Iglesia Santo Tomás de Alangasí	81
Figura 43	Iglesia San Carlos	82
Figura 44	Iglesia de Betania.....	82
Figura 45	Iglesia y Mirador de Ushimana.....	82
Figura 46	Iglesia del Tingo	82
Figura 47	Cruz del Ilaló	83
Figura 48	Parque Iconográfico Alangasí	83
Figura 49	Semana Santa Cucuruchos	83
Figura 50	Festival de la Pirotecnia	83
Figura 51	Descubrimiento de los restos del Mastodonte	84
Figura 52	Artesanías en Carrizo	84
Figura 53	Artes Plásticas	84
Figura 54	Concurso de Pesebres y Arreglos de Fachadas de Casas.....	84
Figura 55	Elección de la Reina de la Parroquia	85
Figura 56	Museo de la Iglesia Matriz de Alangasí.....	85
Figura 57	Santuario de Schoenstatt.....	85
Figura 58	Feria de Álbumes y objetos antiguos	86
Figura 59	Hornado	86
Figura 60	Cuadro Vivo-Semana Santa	86
Figura 62	Ministerio del Deporte Angamarca.....	87
Figura 63	Club Pacífico.....	87
Figura 64	Patio de Comidas.....	87
Figura 61	Complejo Deportivo El Tingo	87
Figura 65	Balneario La Chorrera.....	88
Figura 66	Capilla de Angamarca.....	88
Figura 67	Complejo Deportivo Alangasí.....	88
Figura 68	Centro Cultural Alangasí	88
Figura 69	Agua Luna Baños de Cajón	89

Figura 70 Capilla de Jerusalén.....	89
Figura 71 Capilla San Juan de Dios.....	89
Figura 72 Capilla San Juan Loma	89
Figura 73 Río Ushimana	90
Figura 74 Capilla San José del Tingo	90
Figura 75 Mirador San José del Tingo	90
Figura 76 Diablos de Semana Santa	91
Figura 77 Balneario el Tingo	91
Figura 78 GAD Alangasí	95
Figura 79 Instalaciones externas del GAD de Alangasí	95
Figura 80 Instalaciones Internas del GAD de Alangasí	95
Figura 81 El Infocentro de Alangasí	96
Figura 82 Centro Cultural Alangasí	96
Figura 83 Organigrama Estructural	98
Figura 84 Cuenta con título profesional	117
Figura 85 Barrio al que pertenece.....	118
Figura 86 Años de antigüedad	119
Figura 87 Capacidad del establecimiento	120
Figura 88 Categoría del establecimiento.....	121
Figura 89 Tiempo mayor afluencia de gente	122
Figura 90 Tipo de servicio.....	123
Figura 91 Tipo de alimento ofertado	124
Figura 92 Otros servicios	125
Figura 93 Precios alimentación	126
Figura 94 Otros servicios alojamiento	127
Figura 95 Precios alojamiento.....	128
Figura 96 Servicios de Recreación	129
Figura 97 Otros servicios de Recreación	130
Figura 98 Costo de recreación	131
Figura 99 Género	137
Figura 100 Edad.....	138
Figura 101 Dónde Vive	139

Figura 102	Conoce la parroquia de Alangasí	140
Figura 103	Le gustaría visitar la parroquia de Alangasí	141
Figura 104	Con qué frecuencia visita la parroquia de Alangasí	142
Figura 105	Con qué frecuencia visita la parroquia de Alangasí	143
Figura 106	Con quien visitó la parroquia de Alangasí	144
Figura 107	Cuanto tiempo es su permanencia en la parroquia de Alangasí ..	145
Figura 108	Medio de transporte utiliza para movilizarse a la parroquia	146
Figura 109	Atractivos que conoce	147
Figura 110	Como se enteró de los atractivos	148
Figura 111	Nivel de satisfacción atractivos naturales	149
Figura 112	Nivel de satisfacción atractivos culturales	150
Figura 113	Nivel de satisfacción atractivos gastronómicos	151
Figura 114	Pagos por alimentación	152
Figura 115	Pago por transporte	153
Figura 116	Pago por atractivos	154
Figura 117	Creación de rutas turísticas	155
Figura 118	Proyección de la Demanda	156
Figura 119	Mapa de Ubicación Parroquia de Alangasí	160
Figura 120	Ruta turística 1	162
Figura 121	Ruta turística 2	164
Figura 122	Ruta turística 2	164
Figura 123	Ruta turística 2	164
Figura 124	Ruta turística 3	166
Figura 125	Ruta turística 4	168
Figura 126	Ruta Turística 5	170
Figura 127	Facebook Alangasí	176
Figura 128	Instagram Alangasí	177
Figura 129	Twitter Alangasí	177
Figura 130	Youtube Alangasí	178
Figura 131	Medidas Volante	179
Figura 132	Tríptico tiro	180
Figura 133	Tríptico Retiro	181

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad analizar la Potencialidad de los atractivos naturales y culturales de la Parroquia de Alangasí para el desarrollo de la localidad. Iniciará con la recopilación de información acerca de la Parroquia sustentando teóricamente por medio de revistas, libros, tesis realizadas en la zona. Consecutivamente el diagnóstico situacional identificará las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas mediante un estudio interno y externo planteando estrategias para la mejora de la comunidad. Seguidamente de un estudio de mercado de oferta y demanda. En la oferta se analizará cada uno de los prestadores de servicios, observando el tipo de producto y servicio que brindan para tomar en cuenta los factores que afectan en su negocio y mejorarlo, de la misma manera el estudio de la demanda mediante instrumentos de recolección de información determinará el perfil del cliente que visita la parroquia de Alangasí. Finalmente, se establecerá las estrategias para la mejora de la localidad, la primera es la recolección de información de los atractivos naturales y culturales en la parroquia para realizar la recategorización de los mismo, seguido de la creación de rutas turísticas y la promoción de los atractivos mediante promoción BTL como Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, de igual manera material POP que constará de volantes y trípticos promocionando las rutas en Alangasí. Por último, un programa de capacitación de diferentes temas turísticos y de emprendimiento para los pequeños empresarios y habitantes de la parroquia.

PALABRAS CLAVES

- **POTENCIALIDAD**
- **TURISMO**
- **ATRACTIVOS**
- **ALANGASÍ**
- **DESARROLLO**

ABSTRACT

The current investigation Project has as finality to analyze the potentiality of the natural and cultural attractions from the parish Alangasí in order to the development of the place. It will begin with the compilation of information about the parish, sustaining in theory by means of magazines, books, thesis made in the zone. Consecutively, the situational diagnostic will identify: strengths, oportunities and threats by means of internal and external study by setting strategies for the well-being of the community. After that, a study of offer and demand will be made. In the offer, each one of the services will be analyzed, wtching the kind of product and service that they offer to take in count the factors that affect their store and improve it, in the same way the study of the demand through picking information tools will determinate the clients profile that visits the parish. Finally, strategies to improve the location will be stablished. The first is the compilation of information about natural and cultural atractions of the parish to make the re-categorization of them, followed by the creation of tourist routs and promotion of the attraction through promotion BTL like, Facebook, twitter, instagram and youtube, the same way POP material that will consist of frills promoting the routs in Alangasí. Ultimtely a training program of different tourist topics and venture for small bussines people and population of the parish.

KEY WORDS

- **POTENTIAL**
- **TOURISM**
- **ATTRACTIONS**
- **ALANGASI**
- **DEVELOPMENT**

CAPÍTULO I

1.1. Introducción

El presente proyecto de investigación trata acerca de la potencialidad turística de los atractivos naturales y culturales que posee la parroquia de Alangasí, cantón Quito, provincia de Pichincha, teniendo como objetivo el desarrollo turístico de la parroquia.

El análisis iniciará puntualizando un marco teórico que permita definir el alcance de la investigación, así como los componentes analizados a lo largo de proyecto de titulación, abarcando información recolectada de libros, revistas, y salidas campo, analizando el potencial turístico de cada uno de los atractivos que tienen Alangasí para ofrecer al turista y así aumentar el flujo de personas visitantes en la parroquia, desarrollados en diferentes ítems como antecedentes, definición del problema, justificación, objetivos, metodología e idea a defender.

Posteriormente se realizará un diagnóstico situacional que defina cuyo orientación es la identificación de los factores internos y externos de Alangasí, para determinar la influencia turística en la localidad, relacionado a sus recursos tangibles e intangibles para potenciar el turismo en la zona, proyectando información base para la matriz FODA, acerca del manejo interno de esta institución, realizado en beneficio de la comunidad.

El estudio de mercado se describe los productos y servicios que brinda Alangasí, mediante técnicas de muestreo e instrumentos de recolección de información para determinar la situación de la oferta actual y realizar proyecciones a futuro. De la misma manera, se define el perfil del cliente o turista que visita los atractivos, y el presupuesto que gasta por día en viajes de turismo a este lugar.

Finalmente, se determinará las estrategias utilizadas como re-categorización de atractivos, implementación de rutas, y promoción de los mismos, mediante el manejo de diferentes medios de publicidad, para fundamentar el plan de titulación propuesto en beneficio de los diferentes

involucrados en el proyecto de investigación. Promocionando el turismo en la parroquia de Alangasí, con el fin de aumentar el número de visitantes a esta parroquia.

1.2. Antecedentes

El nombre Alangasí según los historiadores proviene de la palabra Inca Alangos y de la segunda palabra de una fruta alargada llamada Alanga-shi, Alanga=Aguacate y shi= cosa alargada cilíndrica, se refiere a la fruta llamada guaba, debido a que en este sector existen abundantes árboles de esta fruta.

A través de los años se han realizado varias investigaciones arqueológicas, que han permitido el hallazgo de vestigios del periodo Paleolítico que data del año 11.000 A.C., estos han sido ponedos, vasijas y piedras obsidianas tratadas. Recientemente se encontraron restos de animales prehistóricos, como un mamut gigante y un tigre dientes de sable.

La parroquia de Alangasí se encuentra ubicada a las faldas del Volcán inactivo Ilaló situado en el Valle de los Chillos, a 20 minutos del Centro de Quito. Con una altitud de 2613 msnm y una extensión territorial de 44.16 km². La temperatura promedio de 16.3 °C, siendo un clima apto para la producción agrícola, Limita al Norte con la Parroquia de Guangopolo y Tumbaco; al Sur con la Parroquia de Pintag y Cantón Rumiñahui; al Este con las Parroquias de la Merced y Pintag ; y finalmente, al Oeste con la Parroquia de Conocoto y Cantón Rumiñahui. Alangasí cuenta con un total de 36 barrios constituidos y 3 comunas, con una población total de 24.251 habitantes.

Gracias a su ubicación, y clima codiciado, Alangasí cuenta con diferentes atractivos naturales, que han sido parte importante del desarrollo turístico de esta parroquia, además de las múltiples fiestas y tradiciones que son atractivos para turistas nacionales e internacionales. Brindando la oportunidad de desenvolverse en el ámbito turístico de manera superficial. A través de los años se ha realizado investigaciones y proyectos dirigidos a diferentes áreas, con el fin de maximizar el desarrollo económico y oportunidades de empleo para los habitantes de la parroquia.

Actualmente el Distrito Metropolitano de Quito ha desarrollado distintos programas para fortalecer el turismo interno, tomando en cuenta a Alangasí como una de las parroquias con mayor potencial turístico natural y cultural. Fomentado la participación social tanto de niños, jóvenes y adultos, para mantener la identidad y mostrar a los diferentes turistas, parte de sus tradiciones, costumbres, fiestas, que llama la atención por su contenido cultural, efusividad y la cordialidad de sus habitantes.

1.3. Problemática

La parroquia Alangasí que se encuentra ubicada en el Cantón Quito, Provincia de Pichincha carece de un estudio técnico, que detalle los atractivos naturales y culturales que posee, al igual que la falta de un análisis del potencial de estos destinos, para el desarrollo interno de la localidad respecto al turismo.

La ausencia de documentos científicos y libros de investigación de índole turística, que registren información como: costumbres, tradiciones, saberes ancestrales, fiestas propias, juntamente con inventarios de atractivos naturales, que comprendan una descripción detallada de datos y antecedente de la zona, muestran la escasa participación del GAD en lo que refiere a turismo, además de la limitada participación de los habitante en esta área.

El turismo como tal es una actividad muy compleja, debido a la estrecha relación que tiene con distintas áreas de estudio, obstaculizando una ubicación exacta en la macroeconomía, por ende dificulta el detalle económico neto del turismo respecto a pérdidas, inversiones y ganancias. Lamentablemente en Ecuador, se ha priorizado la extracción y comercialización de petróleo, debido a las altas entradas de divisas que genera al país, lastimosamente estos ingresos no abastecen las necesidades económicas que tiene el país.

Por este motivo, se impulsa a nivel nacional y provincial el desarrollo del turismo, que podría ser una alternativa complementaria al ingreso de dólares. Por estos antecedentes, el GAD de Alangasí cuenta con un presupuesto reducido de ingresos, para realizar todos los proyectos propuestos a través de

los años, que por falta de recursos se han visto truncados y relevados a simples propuestas, brindando una oportunidad al turismo para ser fuente desarrolladora de trabajo.

La planta e infraestructura turística que al momento posee la parroquia de Alangasí carece de estándares de calidad para brindar un servicio apropiado al turista, limitando su desempeño y ofertando un producto poco competitivo. Por esta razón, el turista opta por conocer otros atractivos, desaprovechando los atractivos naturales y culturales que esta parroquia ofrece, restringiendo así la mejora en la calidad de vida de los habitantes, sin contar que Alangasí necesita un estudio de mercado donde se pueda definir un perfil específico de turista al cual deba enfocarse, para poder ofertar un producto en específico que sea del agrado del turista.

Desgraciadamente la parroquia carece de una investigación especializada en el tema de turismo, debido a la falta de planificación y organización, respecto a la publicidad, inventario y nuevas rutas turísticas, por la poca afluencia de turistas y falta de estrategias gubernamentales del Gobierno descentralizado de Alangasí.

1.4. Justificación

La parroquia de Alangasí, ubicada a 20 minutos de la ciudad de Quito, es centro de diferentes atractivos culturales y naturales, que la convierten en un potencial interesante para varios tipos de turismo, fomentado el desarrollo a nivel económico de la comunidad.

Desde sus inicios la parroquia de Alangasí ha contado con diferentes festividades religiosas y culturales que manifiestan la riqueza ancestral, que ha pasado de generación en generación hasta el día de hoy, además de las múltiples leyendas que han enriquecido la cultura de esta parroquia. Su privilegiada ubicación geográfica a las faldas del Ilaló y las extensas llanuras en las que está asentada la parroquia, brindan la oportunidad de poseer diferentes atractivos naturales únicos en su geografía.

El Ecuador es conocido por ser el país más mega diverso, por su riqueza natural pluri-cultural por sus costumbres, tradiciones y gastronomía siendo una oportunidad para aumentar el turismo natural y cultural en todas las regiones del país. Analizando el ambiente externo una de las principales amenazas a la que están expuestas las etnias es la a culturización, logrando la pérdida de identidad y costumbres de los diferentes lugares.

Debido a estos factores, en los últimos años el gobierno nacional ha tomado en cuenta al turismo como un sector prioritario de desarrollo, fomentando el respeto e identidad cultural, además de promocionarlo a nivel nacional e internacional. Por ese motivo, el GAD de Alangasí tiene la necesidad de implementar estrategias para desarrollar el turismo enfocándose en las fortalezas para aprovecharlas al máximo, minimizando paulatinamente las debilidades, mejorando la administración interna de esta parroquia.

La parroquia de Alangasí cuenta con una amplia gama de productos turísticos, para ofrecer a todo tipo de turistas, así como en el área de gastronomía oferta diferentes platos típicos, que es del agrado de los viajeros. Sin contar las múltiples festividades por la cual esta parroquia es famosa a nivel inter-parroquial y provincial.

Pero uno de atractivos más importantes en su geografía es el volcán inactivo Ilaló, que es aprovechado para actividades naturales, además de las aguas termales que se desprenden del volcán, que son aprovechadas por los diferentes complejos, para el ocio y turismo medicinal. Debido a la gran cantidad de atractivos existe, la demanda aumentado a través de los años, haciendo de este un lugar tradicional para vacacionar en familia.

Mediante la propuesta de las diferentes estrategias planteadas para esta parroquia, una de las más importantes es la re-categorización de atractivos, ya que mediante esta se podrá crear un manual físico, donde detalle las características de cada atractivo que posee Alangasí. De esta manera se podrá implementar nuevas rutas naturales y culturales, que muestren la diversidad de atractivos que posee. Todo esto se dará a conocer para promocionar, con

diferentes estrategias de mercado llegando a los turistas, creando un aumento de demanda.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Analizar la potencialidad de los recursos naturales y culturales la parroquia de Alangasí, con la finalidad de fomentar el desarrollo turístico de la localidad, para el año 2016.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el tema objeto de estudio, analizando las bases digitales, libros y tesis, con el fin de establecer el alcance de la investigación y las limitaciones correspondientes.
- Realizar un diagnóstico situacional de los factores externos e internos para determinar las causas, que puedan influir en la investigación.
- Desarrollar un estudio de oferta y demanda en el sector, con el propósito de determinar las estrategias a seguir.
- Diseñar estrategias de mercado, con la finalidad de potencializar los atractivos naturales y culturales, fomentando el desarrollo turístico de la parroquia.

1.6. METODOLOGÍA

En el presente proyecto la metodología usada es la metodología sistémica. Que consta de analizar los diversos procedimientos concretos que se emplean en las investigaciones, o en este caso, el proyecto de grado, acerca de las características de la investigación, así como las posibles soluciones.

La investigación estará resumida en los siguientes pasos:

- Realizar la re-categorización de atractivos con ayuda del GAD
- Creación de nuevas rutas en el sector

- Estudio de la información que deberá ser conseguida a través de la elaboración de cuestionarios.
- Análisis completo de las respuestas conseguidas.
- Creación de un manual

Este tipo de investigación estará resumida en los siguientes pasos:

- Recopilación de datos de la parroquia de Alangasí basadas en información directa del GAD, revistas, libros y artículos del internet, para tener una base confiable y certera de los atractivos naturales y culturales que existen en Alangasí.
- Estudio de mercados de la oferta y demanda que tiene Alangasí, para clasificar los potenciales nichos de mercado existentes en la parroquia, a través de encuestas para realizar una correcta re-categorización de los atractivos.
- Análisis de la información recopilada en el transcurso de la realización del proyecto, mediante la tabulación de los datos a través de programas especializados para este tipo de trabajos, que arrojaran resultados más cercanos a la realidad, para enfocarnos en un nicho específico de mercado.
- Diseño de la ruta turística mediante los estudios previos de mercado, mediante la re categorización de los atractivos naturales y culturales de la parroquia, para aumentar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros a Alangasí mediante medios Belowthe line esta es una estrategia de publicidad que llega a gran cantidad de usuarios a un bajo costo comparado con otras campañas publicitarias, más conocido como BTL.
- Entrega del proyecto al presidente de la junta parroquial de Alangasí, como bases para posibles proyectos que mejoren la afluencia de turistas en la parroquia, al igual que colabore con los atractivos para su preservación en el tiempo.

1.7. HIPÓTESIS

La Parroquia de Alangasí cuenta con atractivos naturales y culturales que permitirán el desarrollo de la localidad.

- Variables independientes: Los recursos turísticos naturales y culturales que posee la parroquia de Alangasí
- Variables dependientes: El desarrollo turístico de la localidad.

1.8. MARCO TEÓRICO

1.8.1. Perspectivas teóricas existentes

Una de las teorías que más se adapta al tema en cuestión de desarrollo social es la teoría estructuralista, que trata acerca del manejo administrativo, vinculado con las relaciones humanas, y la participación de las personas como seres humanos, dentro de una organización y no como activos de la misma. La teoría estructural se originó a principio de los años sesenta, siendo derivada de otras teorías como las de Max Weber y Carlos Marx.

Por otro lado, se desarrolló una teoría que abarca ambos aspectos de la administración como es la estructuralista.” *Mientras las relaciones humanas se concentraban en organizaciones industriales y de negocios, los estructuralistas estudiaban también hospitales y prisiones, iglesias y ejércitos, agencias de trabajo social y escuelas, ampliando el campo del análisis de las organizaciones hasta abarcar los tipos existentes de organización*” (Torres, 2014).

La escuela estructuralista se basa en diferentes puntos de enfoque que se les asocia con el proyecto de investigación como base científica, relacionando la administración con el desarrollo humano, siendo el primer enfoque la organización que tiene ver con un grupo de personas escogidas democráticamente para ser representantes de una población en este caso de una parroquia dividiendo el poder, el trabajado y las responsabilidades por jerarquías; por ende, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Alangasí cumple con estos parámetros, teniendo un representante como principal encargado de tomar las decisiones y llevar a cabo planes que beneficien a la parroquia y a sus moradores.

Además, cuenta con colaboradores que trabajan en diferentes áreas, participando en el desarrollo y difusión de los proyectos. Parte importante de este proceso es la eficiencia y efectividad que tenga el GAD, al desarrollar los planes ya establecidos.

Cada organización mantiene una estructura ordenada y jerárquica para cumplir con las metas establecidas, mediante funciones definidas para cada uno de los integrantes de la misma, con el fin de optimizar recursos, manteniendo una comunicación constante entre cada uno de los funcionarios del GAD.

Cada Gobierno Descentralizado debe regirse a leyes o estatutos que avalen cada una de sus disposiciones, constatando las acciones que ha realizado a lo largo de su periodo, además de contar con una estructura organizacional abierta al diálogo, en donde cada uno de los integrantes tiene una participación activa en las decisiones.

Como en toda organización gubernamental existen diferentes ideologías políticas, así también opiniones opuestas mostradas desde el punto de vista de cada colaborador, que deben estar alineadas a los objetivos institucionales y a las leyes del país, priorizando el bien de la comunidad, por encima de los propios.

“El enfoque de los estructuralistas incluyó el estudio del ambiente organizacional que, según ellos, estaba constituido por el resto de organizaciones que forman la sociedad. En su concepto la organización depende de otras organizaciones para continuar avanzando y alcanzar más fácilmente sus fines.” (Torres, 2014).

Como menciona Torres en el enfoque estructuralista, la comunicación es parte fundamental en los organismos estatales para una coordinación entre las entidades del GAD, Municipio de Quito, Consejo Provincial y el Gobierno Nacional de esta manera se logrará perfeccionar los proyectos que están prestos a desarrollarse.

1.9. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación

El tema de investigación se enfoca en el desarrollo de la parroquia de Alangasí, debido a que hoy en día se está tomando en cuenta al turismo como parte de las investigaciones y estudios en el entorno social para promover un desarrollo del lugar, que cuente con atractivos turísticos generando un impacto positivo para la parroquia como describe Montero *“El impacto del turismo sobre los sistemas económicos es un tema que desde hace varios años interesa a los investigadores, analistas económicos y policymakers, tanto públicos como privados. La multisectorialidad que caracteriza la actividad turística juega, de hecho, un papel fundamental tanto en las economías nacionales como, con mayor razón, en las regionales para activar, potenciar y estimular la práctica totalidad de los sectores”*. (Montero, 2010).

Hay que tomar en cuenta que en el estudio del turismo está involucrado directamente en la parte social, junto con sus ventajas y desventajas llevando a que las culturas cambien su ideología de vida ya sea para su desarrollo o para la pérdida de su identidad. Esto menciona Monterrubio: *“El turismo, por su complejidad multidimensional, tiene la capacidad de modificar desfavorablemente las estructuras de las comunidades que participan en su dinámica. Pese a que esto ha sido ya advertido por académicos del turismo a nivel internacional, el análisis científico del turismo, principalmente en sus aspectos socioculturales, aún se encuentra en sus etapas incipientes.”* (Monterrubio, 2011).

El turismo es un fenómeno mundial que mueve masas a gran escala, en Ecuador el turismo se ha desarrollado en los últimos años con la ayuda de diferentes entidades como Provinciales, Cantonales, Parroquiales que ayudan en el desarrollo del mismo para un crecimiento económico, según el autor Goeldner menciona que: *“El turismo es un fenómeno tan complejo, distintas oficinas de gobierno se encargan de encontrar soluciones a sus problemas de desarrollo.”* (Goeldner, 2011). Todos los países se enfocan en el desarrollo de sus habitantes creando proyectos, enfocados en una evolución social y económica.

Existen diferentes estrategias de gestión de destinos turísticos que se deben tener en cuenta para realizar un correcto diagnóstico del lugar en estudio. Como son: la legislación turística, la planificación turística, la evaluación de factibilidad, impactos y riesgos, las auditorías turísticas, educación turística y las regulaciones económicas. Para realizar un correcto diagnóstico estratégico del destino turístico se deben realizar cuatro pasos fundamentales para el caso en estudio.

Diagnostico estratégico del destino turístico

- 1. análisis interno: el destino turístico*
- 2. Análisis externo: el mercado*
- 3. Diagnóstico y análisis situacional DAFO del Destino*
- 4. Problema estratégico (González, 2013)*

El primero es el análisis interno: destino turístico. El caso a desarrollar de esta investigación, se refiere a los atractivos naturales y culturales de la parroquia de Alangasí, mediante el análisis interno se diagnostica si estos están correctamente catalogados como atractivos turísticos o si existe alguna falencia que puedan mejorar para subir a nivel de atractivo.

El segundo paso es el análisis externo: el mercado. El destino en análisis, tiene diferentes características que hacen de esta parroquia un potencial para el turismo, pero existe competencia entre las parroquias más cercanas, que poseen atractivos similares, por esta razón se necesita un análisis del entorno competitivo, para poder ser un destino diferente.

El diagnóstico y análisis situacional DAFO del destino, permite identificar las fortalezas y debilidades de un destino y el análisis externo las oportunidades y amenazas del mismo, las cuales se impartan para realizar el análisis situacional mediante la matriz DAFO.

Problema estratégico: la falta de un plan de control acerca de la afluencia de turistas a los diferentes atractivos y la gran cantidad de competencia en los

lugares aledaños, ocasionan un afluente de turistas disperso, que dificulta la oportunidad de crecer como destino.

“La correcta integración de los distintos productos turísticos junto a los distintos recursos, servicios, equipamientos e infraestructura condicionará en gran medida el éxito del desarrollo y consolidación del destino turístico que llevará asociada la dinamización económica y social de su entorno” (Milanés, 2012), de esta manera ha aumentado la importancia del ocio y actividades en otros sitios fuera del lugar de convivencia, por este hecho se busca potencializar los diferentes atractivos, para atraer a los turistas.

Como menciona Romero: *“La capacidad inventiva y de adaptación que el hombre ha desarrollado a lo largo de su evolución le ha permitido crear una gran cantidad y variedad de herramientas que lo hacen capaz de obtener, aprovechar y transformar muchos de los recursos disponibles en la naturaleza.”* (Romero, 2010).

Esta curiosidad neta del hombre para buscar algo nuevo, lo ha llevado a explorar diferentes tipos de entretenimiento. Parte importante del tema de investigación se basa en el turismo cultural, especialmente en las fiestas religiosas que es uno de los mayores atractivos de la parroquia de Alangasí, formando parte del turismo religioso, que mueve el turismo a gran escala como señala Maldonado: *“La necesidad de atender a las personas que se encuentran inmersas en el mundo del turismo, muestra el potencial del turismo religioso haciendo un comparativo entre destinos.”* (Maldonado, 2012).

Por otra parte, Curiel muestra Cifras estadísticas del crecimiento del turismo cultural en los últimos años, determinado que es una parte fundamental para el crecimiento económico de los países que cuenta con atractivos culturales en uno de los países con más grande industria Turística como lo es España convirtiéndose en un tipo de turismo importante para la entrada de ingresos de un país. *“En el sector turístico se estima que un 15% de los visitantes o turistas se mueven por motivos culturales.”* (Curiel, 2013).

Tanto el turismo natural como el cultural son fuentes económicas aprovechables, como las visitas guiadas, entradas a parques nacionales, etc., que no se consumen como otras fuentes de ingresos que son como el petróleo, la minería, la ganadería, que son fuentes no renovables y que perjudican el lugar donde se realiza esta actividad, necesitando cambiar de lugar cada cierto tiempo, esto hace que turismo sea un ingreso económico sustentable y sostenible para que las comunidades puedan mantener un sitio o lugar y sacar provecho del mismo. Así lo menciona Flores: *“Los recursos naturales y culturales se convierten en factores de desarrollo turístico en el momento en que se adjudica una valoración a los mismos, pues, a partir de este momento, son susceptibles de aprovechamiento económico.”* (Flores, 2012).

Esta nueva necesidad que cubre el ocio, es aprovechada de diferentes maneras respecto al turismo, pero lamentablemente el GAD de Alangasí carece de una investigación certera acerca del número de turistas que ingresan a los atractivos naturales y culturales, sin contar los pocos registros que existen, a pesar de esto, denota un aumento constante en los últimos años del número de viajeros a esta zona, aunque no comparten abiertamente la información, como menciona Mercedes Prieto: *“Pese a la cautela e información sobre el número de viajeros, indicadores económicos también confirman el crecimiento de esta actividad”* (Prieto, 2011).

Debido a esto existe una falta de desarrollo del turismo en esta población, dejando atrás esta fuente económica importante, prácticamente es el pensamiento colectivo del país, que se enfoca al desarrollo de otras actividades, a diferencia de nuestros países vecinos, que apostaron por las políticas de desarrollo de destinos específicos como comenta Prieto: *“No se ha logra establecer una mayor densidad en la infraestructura turística del país, ni tampoco se ha logrado expandir el número de turistas extranjeros. Pero destacan a Galápagos y Otavalo como los mejores destinos”* (Prieto, 2011).

Reduciendo la atención hacia otros lugares turísticos potencialmente valiosos para los diferentes tipos de turismo. *“Latin American is one of the most interesting parts of the World, the region’s illustrious History, Culture and*

Geography.” (Reyes, 2011) la anterior cita se refiere a que Latín American es una potencia a nivel mundial en cultura, historia y geografía, que lamentablemente es desaprovechada para el turismo, por la falta de cultura turística, perdiendo con el tiempo su identidad junto con la oportunidad de mostrar al mundo este tipo de costumbres con la finalidad de beneficiarse económicamente con el turismo.

“La mundialización de la sociedad global tiene consecuencias ambientales significativas y exige nuevas respuestas políticas” (Alfonzo, 2012), es por esta razón que actualmente en Ecuador está analizando diferentes propuestas, para mostrar al mercado nuevos destinos para el turismo, uno de los programas con mayor importancia para el gobierno es el plan tour 2020, que nos menciona: *“El PLANDETUR 2020 busca potenciar en los próximos trece años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida”*. (Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis, 2007).

Brindando la oportunidad de potenciar nuevos atractivos, permitiendo desarrollar un turismo sustentable, destacando al mismo como una nueva alternativa económica, desplazando al petróleo como fuente principal de ingresos al país. Como menciona Muñoz *“Al desembarcar en las aguas del turismo asumieron los esquemas teóricos existentes y admitieron que el turismo es un fenómeno social harto complejo pero que, de momento, se iba bandeado mal que bien con las aportaciones de las generosas aguas alpinas.”* (Francisco, 2011).

El turismo tiene un aporte a la economía y beneficiando de manera positiva al sector social y al ambiente, como menciona Pulido: *“El crecimiento económico como objetivo de política económica presenta un carácter ambivalente. A corto plazo, implica lograr que la economía de un territorio crezca de manera estable y sostenida, experimentando las mínimas desviaciones posibles respecto a su capacidad potencial”* (Pulido, 2012).

Esta es una de las principales apuestas que tiene la parroquia de Alangasí, respecto al turismo alternativo rural, brindando oportunidades de empleo y a la vez mostrando al turista sus costumbres, tradiciones, y fiestas; cambiando el esquema de turismo tradicional, como menciona Jiménez: *“persuadir a las comunidades rurales y suburbanas de que el ecoturismo puede ser una alternativa de trabajo y complemento a sus actividades económicas tradicionales, es un proceso de tres direcciones que son el entorno social, cultural y ambiental”* (Jiménez, 2010), este transcurso debe ser de manera bidireccional ; es decir, que participen las entidades públicas y entidades privadas.

El crecimiento del turismo rural: *“Determina un incremento cuantitativo y una creciente profesionalización hasta llegar al momento actual en el que desde ámbitos académicos, administrativos o empresariales se está reflexionando sobre cuál puede ser el futuro de la modalidad de turismo que ha dejado de ser moda pasajera”* (Galán, 2010), para pasar a ser un sustento económico.

Para poder realizar el estudio de oferta y demanda de un destino, se debe seguir un sistema que determine las metas a alcanzar

- a) *Definir qué es un mercado y un mercado turístico.*
- b) *Distinguir los componentes del mercado.*
- c) *Definir el equilibrio de mercado.*
- d) *Identificar qué es la oferta turística.*
- e) *Explicar las curvas de la oferta y su desplazamiento.*
- f) *Analizar la importancia de la distribución en la oferta turística.*
- g) *Evaluar el desempeño de la promoción turística.*
- h) *Analizar qué es la demanda turística.*
- i) *Determinar las características e implicaciones del producto turístico.*
- j) *Describir las leyes de la oferta y demanda turísticas.*
- k) *Definir la elasticidad de la demanda.* (Guerrero P. &, 2014)

En base a lo estipulado por Guerrero se analizará cada uno de los puntos citados anteriormente.

- a) Definir que es un mercado y un mercado turístico. Son conceptos semejantes, pero que abarcan distintas ramas del comercio, ya que el mercado engloba al mercado turístico.
- b) Distinguir los componentes del mercado. Los componentes del mercado son el producto turístico, la oferta turística y la demanda turística. En el que se basara el tema de estudio para poder desarrollar y mejorar los atractivos turísticos de la parroquia de Alangasí.
- c) Definir el equilibrio de mercado. Para un correcto equilibrio de mercado, debe existir un balance adecuado entre los tres componentes, es decir debe existir un producto competitivo en el mercado, para que la oferta no supere a la demanda y viceversa.
- d) Identificar la oferta turística. La oferta turística son productos, bienes y servicios con características competitivas, para que sea atractivo al turista.
- e) Explicar las curvas de la oferta y su desplazamiento. La curva de la oferta muestra la cantidad de productos y servicios que una empresa turística está dispuesta a vender en distintos precios, manteniendo iguales los factores.
- f) Analizar la importancia de la distribución en la oferta turística. La distribución en la oferta turística es vital debido a que se debe estar organizado de acuerdo al beneficio de la demanda.
- g) Evaluar el desempeño de la promoción turística. Este es un control que se realiza en base a la demanda de turistas que lleguen al destino. Todo esto originado por una promoción turística.
- h) Analizar qué es la demanda turística. Se analiza las características de los turistas que van a la parroquia de Alangasí, así como las necesidades que ellos tienen al momento de ofrecerles un producto turístico.

- i) Determinar las características e implicaciones del producto turístico.
- j) Son bienes, prestaciones, servicios o productos, tangibles o intangibles que satisfacen las necesidades del turista, en cada uno de los atractivos que tiene la parroquia.
- k) Describir las leyes de la oferta y demanda turísticas. La ley de la oferta se basa en el incremento de la cantidad ofrecida y una disminución de precios. Y de la demanda es el incremento en el precio causa una disminución en la cantidad demandada.

Es los bienes o servicios de lujo cuando aumenta el precio, la cantidad porcentual de la demanda baja mucho más.

“La oferta turística engloba el conjunto de servicios y productos además de facilidades que se le dé a los turistas para vacacionar” (Crosby, 2010) en este caso Alangasí oferta hoy en día a sus turistas, varios complejos turísticos, restaurantes, hoteles y aéreas de recreación para todo tipo de edades. Además, su planta turística está compuesta por: servicios básicos, vías de acceso en buen estado, bancos, centros de salud, líneas de bus (Termas Turis) que permiten mayor comodidad para el turista. *“Los gobiernos, las administraciones y los organismos públicos con sus inversiones en infraestructuras de transporte, en equipamientos sanitarios, en servicios básicos de alcantarillado, de suministro de agua, etc., hacen que el ciudadano disponga de mejores condiciones de vida y, para el turismo, supone una base sobre la que crecer y desarrollarse, mejorar su competitividad y sostenibilidad, garantizando riqueza y trabajo en los destinos”.* (Hereu, 2010).

Sin contar las diferentes actividades que el GAD parroquial organiza de manera gratuita, apoyado por el municipio de Quito, siendo el principal objetivo expandir su mercado a nivel país, como menciona Mochón: *“Un mercado es toda institución social en la que bienes, servicios e insumos se intercambian”* (Mochón, Macroeconomía con aplicaciones de américa latina, 2010). En ese caso Alangasí cuenta con diferentes tipos de mercados, que ofertan desde comida típicas hasta aguas termales.

Se debe tomar en cuenta que hoy en día el turista busca productos y servicios de calidad, no solo es indispensable el precio, sino también otros factores que influyen para que la demanda esté satisfecha y se pueda cumplir con sus necesidades, esto nos menciona Femenía: *“Con el tiempo los investigadores en turismo se han dado cuenta que además del precio se han de considerar otras variables como son la calidad del servicio, el riesgo percibido y la imagen. Se considera que un destino turístico es satisfactorio para el turista cuando el valor que percibe al llegar al destino es superior al valor que se paga por acceder a dicho destino”*. (Femenía, 2010).

Es por esta razón que al crear destinos turísticos se debe tomar en cuenta todos los detalles que hagan posible una oferta competitiva en el mercado turístico. La hospitalidad es parte y componente de la oferta debido a que los recursos humanos deben estar previamente capacitados al momento de brindar un producto o servicio para que este se pueda convertir en un destino que los visitantes deseen volver.

Esto nos menciona Narvárez: *“La hospitalidad hace referencia al espíritu de bienvenida de los empleados del negocio turístico, la actitud de los residentes hacia los visitantes, la cortesía y la amabilidad”*. (Fernández, 2011). Todas estas características dan un valor agregado al producto o servicio ofertado.

“La clasificación del turismo puede hacerse en función de lo que se desee; según el motivo, la permanencia, el tipo de viaje, residencia del país; pero esta clasificación obedece a motivos estadísticos de la demanda turística”. (Guerrero P. &, 2014), estos son las antecedentes por los que un turista, viaja creando la demanda a distintos lugares.

La demanda influye directamente con el tipo de producto o servicio que se oferte como lo explica Cabarcas: *“La demanda de bienes y servicios de consumo realizada por los diferentes tipos de turistas actúa, no solo sobre la oferta interior, sino también sobre la oferta de bienes y servicios del exterior.”* (Cabarcas, 2011), demostrando la interacción que existe entre la oferta y demanda interna, con proyección a nivel internacional.

Se puede mencionar también tres variables de demanda que en la parroquia de Alangasí serían: económicas del lugar de origen del turista en este caso el poder adquisitivo de los turistas de Quito, variables económicas de destino se refiere a los gastos que puede tener el turista en Alangasí, y las variables económicas de conexión es el presupuesto que va a gastar el turista en la movilización al lugar.

Así lo menciona Jiménez *“En la demanda turística influyen tres tipos de variables: variables económicas del lugar de origen del turista, variables económicas de destino y variables económicas de conexión.”* (Jimenez, 2013). Por otra parte, Antuña nos menciona que: *“Los agentes profesionales del turismo tienen obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia.”* (Antuña, 2012); esto quiere decir que los agentes de viajes y las personas que laboran en el turismo deben ser los encargados de preservar la demanda, dándole un trato cordial, de información veraz y cumpliendo con sus necesidades para que este esté satisfecho.

Después de la realización de un estudio de oferta y demanda se utiliza las herramientas de investigación como la encuesta, siendo una alternativa más viable para la obtención de datos como señala Ascanio: *“Entonces podemos definir la estadística aplicada al turismo como los medios de investigación de análisis de un conjunto de datos turísticos.”* (Ascanio, 2012), arrojando los resultados más efectivos para la investigación.

Estos resultados tienen el propósito de relacionar estrechamente al mercado con los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia para su desarrollo como lo menciona Eroles: *“Con el objetivo de estrechar la relación con clientes, colaboradores, proveedores y demás actores del entorno en que se desarrolla la actividad de la empresa como menciona.”* (Eroles, 2010).

La propuesta del presente proyecto es la creación de estrategias para el desarrollo de la parroquia de Alangasí, estas estrategias se basan en la re-categorización de atractivos naturales y culturales, además de creación de

nuevas rutas turísticas y la promoción de las mismas, logrando un incremento de llegada de viajeros.

González nos menciona que para desarrollar un destino turístico existen diferentes pasos estratégicos a seguir como son:

Proyección Estratégica del Destino Turístico.

- a) *Propósito Estratégico del Destino Turístico: Misión y Visión.*
- b) *Objetivos Estratégicos Generales del Destino Turístico.*
- c) *Formulación Estratégica del Destino Turístico.*
- d) *Factores Clave de Éxito y Competencias Distintivas del Destino Turístico.*
- e) *Estrategias Específicas por Áreas de Resultados Clave del Destino Turístico.* (González, 2013)

A continuación se describirá cada uno de los puntos de estrategia del destino turístico:

- a) Propósito Estratégico del Destino Turístico: Misión y Visión. Cada uno de los destinos turísticos debe tener claro sus objetivos, para que realiza su actividad, como lo realiza y porque lo realiza.
- b) Objetivos Estratégicos Generales del Destino Turístico. Se basan en las metas planteadas a largo plazo para posicionarse en un mercado específico, permitiendo cumplir su misión y visión.
- c) Formulación Estratégica del Destino Turístico. Formulación de ideas y planes con fines estratégicos para la mayor captación de turistas en el destino turístico. Mediante el triángulo estratégico que es producto, competencia y mercado.
- d) Factores Clave de Éxito y Competencias Distintivas del Destino Turístico. Son elementos o herramientas que permitirán a la parroquia alcanzar objetivos trazados, además de distinguirla ante su competencia haciéndola única, tanto por su ubicación privilegiada o por los diferentes atractivos naturales y culturales.
- e) Estrategias Específicas por Áreas de Resultados Clave del Destino Turístico. Es la calidad integrada, lo que incluye la planificación y

desarrollo de diferentes áreas, como las actividades comerciales, operación turística y gestión de la comunidad.

El plan estratégico para la gestión del destino turístico, debe estructurarse sobre el diagnóstico realizado en el GAD parroquial, mediante diferentes estudios, que se hicieron en base a problemas estratégicos. Según Chiavenato: *“La planeaciones es un proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, según el contexto en que se encuentre.”* (Chiavenato, 2011).

Estas estrategias servirán para que el GAD tenga un seguimiento continuo acerca de los atractivos turísticos, además de impulsar el sector privado y la planta turística, apoyando al plan de desarrollo social que promueve el GAD. Un beneficio que se logra con la promoción turística que se va a realizar, es la venta de artesanías elaboradas por los habitantes de la parroquia, aumentando los ingresos económicos a las familias de Alangasí.

Se promociona la parroquia de manera indirecta por los recuerdos que adquieren sus turistas. *“Lo que se pretende es el poder adquirir productos exclusivos o únicos, productos artísticos, tecnológicos, culinarios y de moda que no se encuentran en el lugar de origen del turista o cuyo precio es más bajo en el lugar de destino.”* (Chiavenato, 2011).

Estas estrategias servirán para que el GAD tenga un seguimiento continuo acerca de los atractivos turísticos, además de impulsar el sector privado y la planta turística, apoyando al plan de desarrollo social que promueve el GAD. Un beneficio que se logra con la promoción turística que se va a realizar, es la venta de artesanías elaboradas por los habitantes de la parroquia, aumentando los ingresos económicos a las familias de Alangasí.

De esta manera se promociona la parroquia de manera indirecta por los recuerdos que adquieren sus turistas. *“Lo que se pretende es el poder adquirir productos exclusivos o únicos, productos artísticos, tecnológicos, culinarios y de moda que no se encuentran en el lugar de origen del turista o cuyo precio es más bajo en el lugar de destino.”* (Chiavenato, 2011). Estas estrategias servirán

para que el GAD tenga un seguimiento continuo acerca de los atractivos turísticos, además de impulsar el sector privado y la planta turística, apoyando al plan de desarrollo social que promueve el GAD.

Es por esta razón que Troitiño menciona que los GAD junto con el municipio y otras entidades Gubernamentales deben tomar en cuenta la planificación para que el proyecto pueda ser ejecutado y las propuestas cumplidas. *“Si bien es cierto que la puesta en valor del patrimonio brinda oportunidades económicas a los municipios, hay que evitar caer en una sobreexplotación del mismo. Por ello, se hace imprescindible tener un conocimiento riguroso de sus características adecuada que sirva de base para realizar una gestión y planificación adecuada de estos bienes que permitan su disfrute y atiendan a su vez su conservación”* (Troitiño, 2011).

De esta manera los proyectos que se ejecuten deben tener un fin o una mira hacia el futuro, en este caso analizar la potencialidad de Alangasí tiene como fin dar a conocer el turismo natural y cultural a turistas mediante una difusión y publicidad, para que incremente los ingresos a la parroquia. Así lo menciona Mesa: *“...el marketing se ubica en el mundo donde actúa, mostrándole la importancia de su interpretación para identificar el impacto futuro de cada uno de los entornos en la organización”*. (Mesa, 2012).

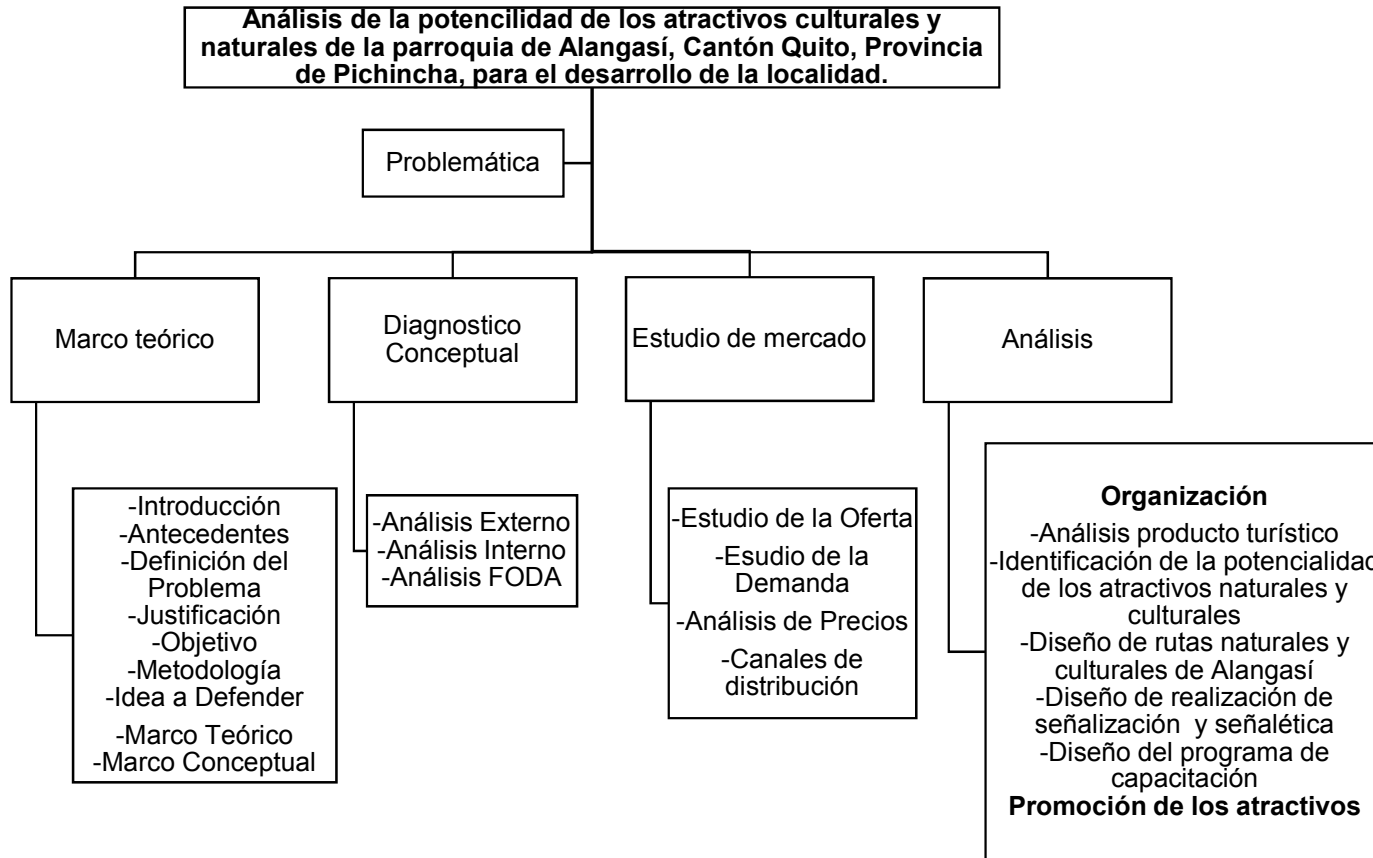


Figura 1 Mapa teórico

1.10. Antecedentes investigativos

1.10.1. Investigaciones cualitativas

El siguiente estudio se basa en la recopilación de información de diferentes fuentes bibliográficas y de internet que son confiables por ejemplo, Caicedo Stefany menciona en tesis con el nombre de “Productos turísticos de La parroquia de Alangasí” publicado en el año 2015, realiza un inventario que contiene los atractivos turísticos más importantes de la parroquia, mediante fichas técnicas que detallan datos generales de cada atractivo.

Además, el Volcán inactivo Ilaló es uno de los principales atractivos naturales de la parroquia de tal forma que es tomado en cuenta para una ruta turística, como parte de un plan de negocios desarrollado en la tesis con el nombre de “Travesía cultural y natural por el volcán Ilaló, en la parroquia de Alangasí, del cantón Quito, provincia de Pichincha” de las autoras Chuquimarca Ximena y Toaza Silvia realizado en el año 2012.

Parte fundamental del tema de titulación se basa en las tradiciones y costumbres que tiene Alangasí. Revisando “Historia del Ecuador” de Guillermo Segarra publicado en el año 1986, muestra la gran historia que tiene la parroquia de Alangasí, respecto hallazgos históricos de importancia única para el turismo en la parroquia.

En la parte cultural uno de los libros más importantes, acerca de la semana santa es “La pasión de Jesús en Alangasí” de María Monserat publicado en el año 2013, donde destaca las tradiciones que se realizan en la semana santa en la parroquia de Alangasí, así como sus tradiciones y pases. Siendo esta festividad uno de los principales atractivos que cuenta la parroquia en el turismo.

Otro de los libros de respaldo fue el “plan de desarrollo participativo, 2002-2012: Parroquia Alangasí” desarrollado por el Gobierno de la Provincia de Pichincha. En el año 2003, con la finalidad de mostrar varias estrategias para el

desarrollo de la parroquia desde el año 2002 al 2012. Para el desarrollo de la parroquia, con las estrategias a tomar y los beneficios.

De igual manera la “Monografía del cantón Rumiñahui” de Luis A. Armendaris y Darío C. Guevara publicado en el año de 1943, donde habla de los antecedentes de la parroquia, sus costumbre y tradiciones, también comenta como el turismo se ha desarrollado en la parroquia poco a poco, con el primer complejo turístico que son las piscinas del Tingo, atrayendo a miles de turistas de todos los lugares.

Uno de los libros en que los que se basa la propuesta es el libro “Aquisito” publicado en el año 2010, que contiene los atractivos turísticos de cada una de las parroquias de Quito. El libro tiene antecedentes e historia, también atractivos, pero solo recalcan solo cuatro atractivos que tiene la parroquia de Alangasí.

Uno de los libros bases de donde se recolecto información fue del Gobierno Local De La Parroquia De Alangasí llamado “Plan de Desarrollo Estratégico Parroquial 2012-2025” desarrollado en la Administración Sr. Luis Morales Atahualpa publicado en el año 2012.

En este plan analítico se desea mejorar la calidad de vida de la comunidad de la parroquia de Alangasí, buscando nuevas fuentes de desarrollo local y que sea sustentable, de esta manera el turismo entra a ser parte fundamental en la gestión local.

Una revista del “Festival de Circulación de Álbumes Fotográficos de 40 familias de la Parroquia de Alangasí” publicado en el 2015, contiene información histórica de la Alangasí, cuáles fueron sus pobladores desde la época Prehistórica, época Colonial, Época Republicana, Ubicación Geográfica, y fotografías de las familias alangaseñas desde el año de 1950.

Esta revista fue realizada por el Ministerio de Cultura y el Gobierno Parroquial de Alangasí. Por lo que el presente trabajo de investigación, contribuirá a ampliar el conocimiento de la zona, acerca de los diferentes

atractivos culturales y naturales de la parroquia y potencializara su uso turístico.

1.10.2. Investigaciones cuantitativas

Las investigaciones cuantitativas se basan en diferentes cifras estadísticas acerca de la parroquia de Alangasí y sus pobladores, proporcionadas por instituto de estadísticas y censos, que posee la página web de Ecuador en cifras, producto del censo 2010, donde se encuentra la información recolectada.

El libro del Gobierno Local De La Parroquia De Alangasí llamado “Plan de Desarrollo Estratégico Parroquial 2012 -2025” desarrollado en la Administración Sr. Luis Morales Atahualpa, muestra diferentes proyecciones de desarrollo para los años desde el 2012 al 2025, en diferentes aspectos.

1.11. Marco Conceptual

Administración: Es un proceso de funciones: planeación, organización, dirección, coordinación y control, con las cuales se interviene en la empresa y en general en las organizaciones, para conducir las al logro de sus objetivos (proceso administrativo). (López, 2006, pág. 11)

Actividad turística: Se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folclore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento. (Delisle, 2011, pág. 30).

Análisis: Separación de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios y elementos. Estudio minucioso de un asunto, una obra artística, etc. (Diccionario Manual de la Lengua Española, 2007)

Canales de distribución: Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los diferentes

fabricantes realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro. (Guerrero P. , 2014, pág. 242).

Cantidad de bienes o servicios: Se refiere a un cierto número de unidades que los compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridas. (Perez, 2010, pág. 13).

Clientes externos: son las personas o empresas que compran un producto o servicio. (Krajewski, 2000)

Clientes internos: son los mismos empleados de la empresa que dependen de la producción (Krajewski, 2000)de otros empleados.

Competencia: se le reconoce como actitud, aptitud, habilidad, comportamiento, capacidad y no existe un consenso al respecto. (Monzó, 2006, pág. 26)

Comportamiento del consumidor: Conjunto de actividades que realizan las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios con el objetivo de satisfacer sus deseos y necesidades, actividades en las que están implicados procesos mentales y emocionales, así como acciones físicas. (Mullá, 2006, pág. 18).

Corredores turísticos: Son vías de conexión entre las zonas, áreas, complejos, centros, conjuntos, atractivos turísticos, puertos de entrada del turismo receptivo y plazas emisoras del turismo interno, que funciona como elemento estructurador del espacio turístico. (Jimenez, 2013, pág. 32)

Corredor turístico de estadia: Superficies alargadas, paralelas a las costas de mares, ríos o lagos, que tienen un ancho que no supera en las partes más extensas los 5 kilómetros. (Jimenez, 2013, pág. 32)

Corredor turístico de traslado: Lo conforma la red de carreteras y caminos de un país, en los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir con sus itinerarios. (Jimenez, 2013, pág. 32).

Corpus Christi: La fiesta ha sido estudiada en su desarrollo histórico tanto en Europa y América como en el mismo Cuzco y en otros lugares andinos, de acuerdo con los intereses indígenas, se modificó la fiesta católica y hasta se cambió en parte su razón de ser: de una renovación primaveral europea pasó a ser una renovación otoñal. La procesión inca se transformó en la procesión de los santos Jerónimo y Sebastián convirtiéndose en una fiesta católica. (Zuidema, 2012, pág. 100).

Crecimiento: se puede interpretar como algo cuantitativo, en cuyo caso se suele medir mediante la renta o el producto por habitante, o en sentido cualitativo y asociándose con el concepto de bienestar o mejora de las condiciones de vida. En este sentido, resulta que estrechamente relacionado con el crecimiento económico está el desarrollo económico. (Mochón, Economía y Turismo, 2008, pág. 372)

Crenoterapia: Método curativo mediante el uso de agua mineromedicinal, que por sus características y utilidades sean declaradas de utilidad pública y aptas para tratamientos terapéuticos. En la actualidad se ha potenciado socialmente la necesidad de cuidar la salud y una cultura de vida sana, que han promovido nuevos hábitos creando un flujo importante de clientes hacia los balnearios de aguas termales. (Mourelle, 2009, pág. 3).

Demanda: Capacidad de reacción de un mercado potencial ante unos estímulos y esfuerzos de Marketing concretos y limitada por las condiciones actuales del entorno. (Talaya, 2008, pág. 180).

Estadística: Forma parte de los métodos cuantitativos que utilizan la ciencia económica para describir, analizar, predecir y modelizar la realidad. Sus métodos son imprescindibles en la ciencia económica, no sólo para la búsqueda de información (tanto cualitativa como cuantitativa), sino para ayudarle a cuantificar, a contrastar y a interpretar la realidad en un mundo de incertidumbre. (Parra, 2007, pág. 120).

Estrategia de atracción: el productor dirige la promoción del producto de manera directa al consumidor final, encargándose plenamente él de todas las

actividades oportunas, con el objetivo de fomentar por sí mismo la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución. (Guerrero P. , 2014, pág. 243)

Estrategia de empuje: el productor planifica que el canal le sirva como instrumento para promover su producto. (Guerrero P. , 2014, pág. 243).

Macroentorno: el conjunto de factores genéricos que además de influir en las relaciones de intercambio y comportamiento de mercado, influyen decisivamente en otras facetas de la vida económica y social, siendo difícilmente controlables por las empresas. (Lobato, 2004, pág. 24)

Mercado Competitivo: es aquel mercado en el que hay muchos compradores y vendedores de un mismo bien. (Krugman, 2008, pág. 57).

Mercado turístico: Es el lugar o espacio, donde coincide la interacción entre la oferta o venta de productos, servicios y bienes de las empresas turísticas y la demanda o compra de los mismos, por parte de los visitantes o consumidores. A continuación se grafica el concepto de mercado turístico. (Guerrero P. &., 2014, pág. 16)

Mercadotecnia turística: Como un instrumento base para las ventas y promociones hacia los visitantes. Es una de las plataformas más importantes de esta industria. (Guerrero P. , 2014, pág. 20).

Microentorno: Influye directamente sobre la organización y los factores existen por las diferencias de la actividad comercial estos son el mercado, los clientes, competencia, los sistemas de distribución los proveedores, las instituciones comerciales y la normativa sectorial. (Galicía, 2015, pág. 86)

Motivaciones Culturales: El grupo de motivación cultural está compuesto por todas aquellas causas de viaje que están relacionadas con las manifestaciones y expresiones que las sociedades han ido desarrollando a lo largo de un proceso histórico que el turista observa y disfruta. (Perez, 2010, pág. 17).

Muestra: Es una parte de la población, formada por un subconjunto seleccionado de unidades de aquélla, para de investigar las propiedades de dicha población. (Parra, 2007, pág. 166)

Muestreo: Es el procedimiento mediante el cual se obtiene una o más muestras. Hay muchas formas de tomar una muestra y muchas clases de muestras. La exactitud del método y de las conclusiones depende, en gran parte, del cuidado con que se diseña y ejecuta el proceso muestral. (Parra, 2007, pág. 166)

Necesidades y deseos: La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, abrigo, etc). En cambio, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para estas necesidades profundas. (Perez, 2010, pág. 13).

Oferta: conjunto de elementos del marketing mix que la empresa moderna ofrece al mercado, incluye el producto principal o básico también denominado producto base junto a los productos o servicios conexos y periféricos que acompañan al principal, a los que une el precio del paquete ofrecido o conjunto de productos y servicios de la oferta. (Maqueda, 1995, pág. 70)

Población: Es cualquier colección finita o infinita de individuos o elementos; esta colección no ha de referirse necesariamente a organismos vivientes. (Parra, 2007, pág. 166)

Población local: Es a un mismo tiempo objetivo y soporte primordial del proyecto de turismo rural. (García, 2007, pág. 84)

Producto turístico: Es un bien, tangible o intangible, orientado a satisfacer una necesidad específica de los consumidores (Guerrero P. , 2014, pág. 248).

Proveedor: Se aplica a la empresa que se dedica a proveer o abastecer de productos necesarios a una persona o empresa (Diccionario Manual de la Lengua Española, 2007).

Publicidad: es una de las técnicas más empleadas por empresas e instituciones para hacer llegar sus mensajes al público o públicos objetivo. (Alejandre, 2011)

Recursos turísticos: Son los atractivos naturales, culturales o históricos que contienen en sí mismos una utilidad en el mercado, debido a su valor o su aprovechamiento. (Guerrero P. &, 2014, pág. 130)

Rukus: Familias: padres, padrinos, adultos mayores. (Santos, 2013, pág. 503).

Satisfacción del cliente: El agrado que experimenta el usuario después de haber consumido un determinado producto o servicio.

Servicio: Cambia de modo fundamental la condición o posición de quien lo consume. (Saw, 1991, pág. 9).

Sitios naturales: Montañas, ríos, bosques, fenómenos espeleológicos, sistema de áreas protegidas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, aguas subterráneas, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares. (Jimenez, 2013, pág. 51).

Tamaño muestral: Es el número de elementos que componen la muestra y se denota como n (Parra, 2007, pág. 166).

Tasa de desempleo: Mide el número de personas que buscan activamente un trabajo sin encontrarlo, como porcentaje o fracción de la fuerza laboral total. (Larraín, 2002, pág. 8).

Teoría del turismo: Es la concentración de consideraciones teorías generadas por y pertenecientes a otras disciplinas en las que el turismo ha sido visto como elemento alternativo (Monterrubio, 2011, pág. 46).

Tiempo de ocio: Es conceptualizado hoy como aquella parte del tiempo libre que se dedica al enriquecimiento personal (Perez, 2010, pág. 16).

Turismo interno: El de los visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia. (Guerrero P. , 2014, pág. 73).

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS EXTERNO

En este capítulo se analizará los factores externos que afectan de manera directa a la Parroquia de Alangasí, respecto a la potencialidad turística, como primer punto a desarrollar es el análisis del macro ambiente.

2.1. Macro ambiente

En el estudio del macro ambiente está dividido en diferentes entornos como: económico, sociocultural, geográfico, tecnológico, político y legal. Estos entornos muestran perspectivas generales que influyen directamente en una organización en este caso Alangasí, estos factores en su mayoría son incontrolables por el GAD.

2.1.1. Entorno Económico

Son factores de índole económico que afectan el poder adquisitivo de los habitantes, en este entorno se describe la Renta Per cápita, Tasa de Desempleo, Tasa de Inflación, Análisis del PIB y Balanza Comercial.

2.1.1.1. Renta Per-Cápita

Es la relación que hay entre el PIB y el número de habitantes de un país en este caso Ecuador. Este es un índice económico para estimar la riqueza económica del país relacionada con la calidad de vida de la población.

Tabla 1
Renta Per Cápita

Año	2012	2013	2014	2015
PIB per cápita (Dólares Americanos)	5.645	5.989	6.286	6.412

Fuente: (Bladex, 2012)

En el 2012 los ingresos económicos por persona son de \$ 5.645 dando un ingreso mensual de \$470 dólares, dando un porcentaje de 23%, en el 2013 se observa un aumento a \$ 5.989 dando un ingreso mensual de \$499 dólares, en porcentaje 25% variando del 2012 en un 2% debido a un aumento en el PIB, en

el 2014 de \$6.286 que representa mensualmente a \$523 dólares, en porcentaje 26% variando del 2013 en un 1% debido a un aumento en el PIB y el 2015 de \$6.412 un ingreso mensual de 534 dólares, en porcentaje 26% existiendo una variación mínima del 2014 que no representa en porcentaje, todas estas estadísticas muestran un aumento en la renta per cápita del país.

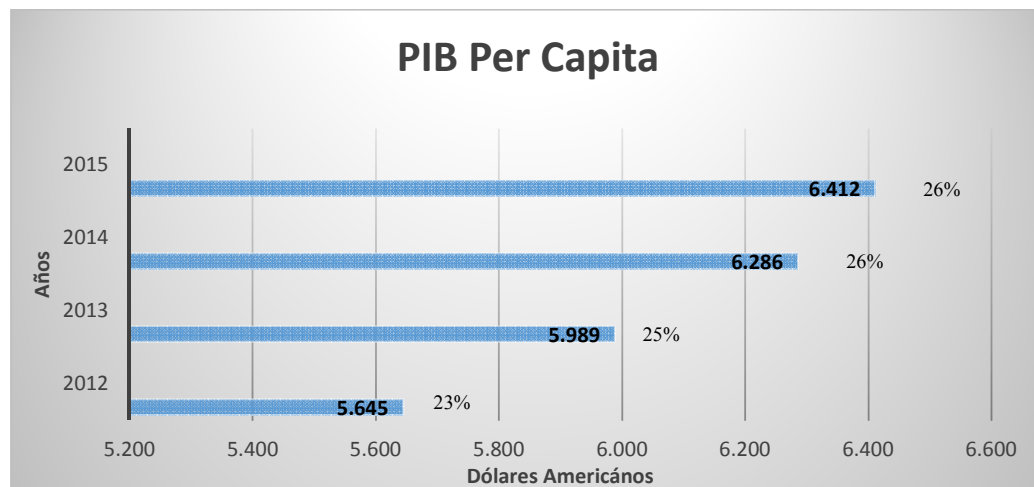


Figura 2 PIB Per Cápita
Fuente: (Bladex, 2012)

Determinando el ingreso mensual, que podrán destinar a viajes entretenimiento turístico, de esta manera se beneficia directamente al turismo en la parroquia de Alangasí, debido a los múltiples atractivos turísticos que posee, tanto naturales como culturales, que se encuentran cercanos la ciudad de Quito, permitiendo un ahorro en viajes, además de que le permite al turista vivir experiencias nuevas.

2.1.1.2. Tasa de desempleo

Es un indicador económico que describe el porcentaje de personas desempleadas que se calcula mediante el número de personas desempleadas dividido por todas las personas empleadas de un país. Sirve para determinar el número de personas que no se encuentran activas económicamente.

Tabla 2
Tasa de Desempleo

Año	Sep-2012	Sep-2013	Sep-2014	Sep -2015
Porcentaje	4.60%	4.55%	4.65%	5.48%

Fuente: (Ecuador B. C., Banco Central del Ecuador, 2015)

La tasa de desempleo que presenta el Banco Central del Ecuador muestra una constante fluctuación desde el año 2012 al 2015. En el año 2012 se muestra una tasa de desempleo de 4.16%, siendo el porcentaje más alto en estos cuatro años, después desciende drásticamente en el año 2013 con una tasa de 2.70%, siendo la más baja, para el 2014 el desempleo vuelve a subir a un 3.67%, para bajar nuevamente a un 3.38% en el 2015.

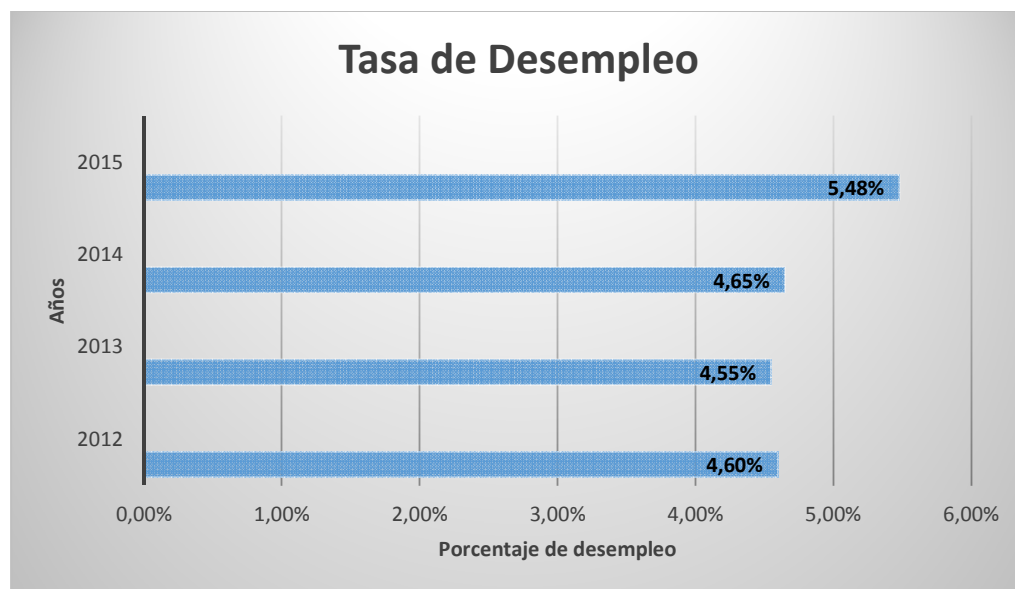


Figura 3 Tasa de Desempleo

Fuente: (Ecuador B. C., Banco Central del Ecuador, 2015)

Estas cifras impactan negativamente al turismo, debido a que a mayor número de desempleo, menores ingresos de dinero se destina al turismo, por este motivo las personas destinan su capital a cubrir sus necesidades básicas, limitando de esta manera a las personas a realizar viajes de turismo, perjudicando a los negocios de turismo que existen en la parroquia de Alangasí.

2.1.1.3. Tasa de inflación

Es una variable económica que muestra el cambio porcentual por año de los precios al consumidor en el área urbana, a partir de una canasta básica de bienes y servicios demandados por los consumidores. Mediante este indicador se determina la inflación que cambian los productos por año en la canasta básica.

Tabla 3
Tasa de inflación

Día- Mes- Año	31-Dic-2012	31-Dic-2013	31-Dic-2014	31-Dic- 2015
Inflación	4,16%	2,70%	3,67%	3,38%

Fuente: (Ecuador B. C., Banco Central del Ecuador, 2015)

La tasa de inflación muestra una variación del año 2012 al 2015, iniciando el cuadro con un porcentaje de 4.16% en el año 2012, seguido de una disminución en el 2013 con un porcentaje de 2,70%, para el 2014 existe un aumento de 3.67% y para el 2015 una pequeña disminución para llegar al 3.38% de inflación. Como se puede observar en el 2013, fue la tasa de inflación más baja, por lo tanto el consumo gastaba en la canasta básica y poseía un sobrante de dinero que permitía realizar viajes de turismo.

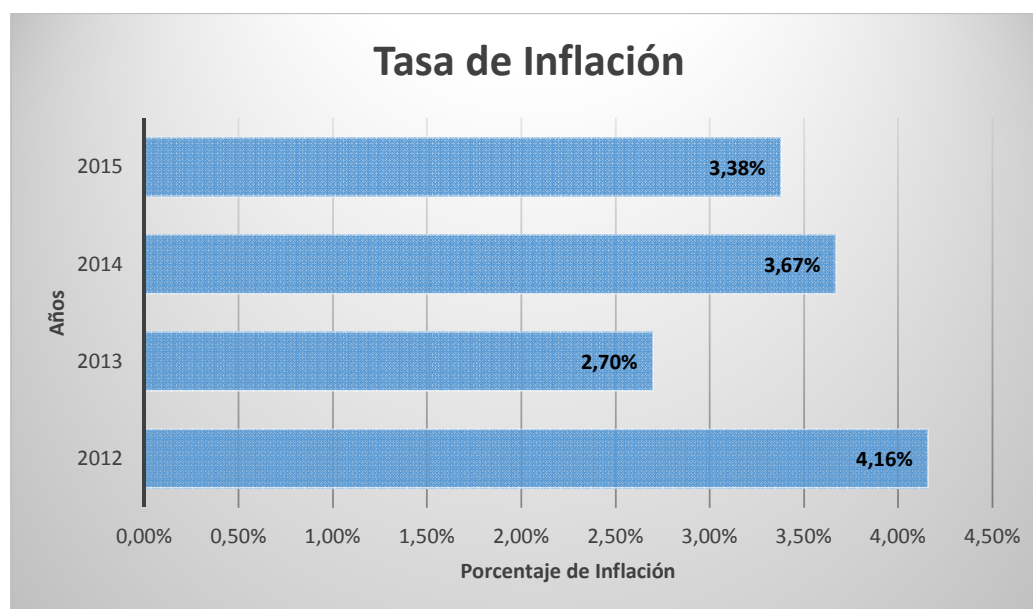


Figura 4 Tasa de Inflación

Fuente: (Ecuador B. C., Banco Central del Ecuador, 2015)

Lamentablemente para los siguientes años la tasa de inflación aumento de manera significativa, hasta llegar a un 3.38%, limitando así al consumidor en realizar viajes y consumir productos turísticos. Esta es una oportunidad donde se puede destacar los atractivos naturales y culturales que tiene Alangasí y que el turista puede visitar, sin salir de su presupuesto.

2.1.1.4. Análisis del PIB (Producto Interno Bruto)

Es una índice macro económico que manifiesta el valor monetario de la producción de bienes y servicios de la demanda final de un país al año en este caso Ecuador. Permite calcular si la economía de una nación crece o decrece.

Tabla 4
Producto Interno Bruto

Año	2012	2013	2014	2015
PIB	6,8%	3,3%	4,7%	3,2%

Fuente: (Ecuador B. C., Banco Central del Ecuador, 2015)

El PIB en valores nominales del año 2015 es menor que el del 2014, aun cuando crece en 0,4 el PIB real, puesto que el deflactor es negativo (-2.2 %), como resultado de la caída en los precios, especialmente de las exportaciones petroleras (-22,3 %), lamentablemente para el 2016 se proyecta una caída del PIB debido a la falta de inversión privada y la caída del precio del petróleo que se dio en el 2015, han propiciado una situación en la que es difícil mantener los niveles de crecimiento para las industrias.

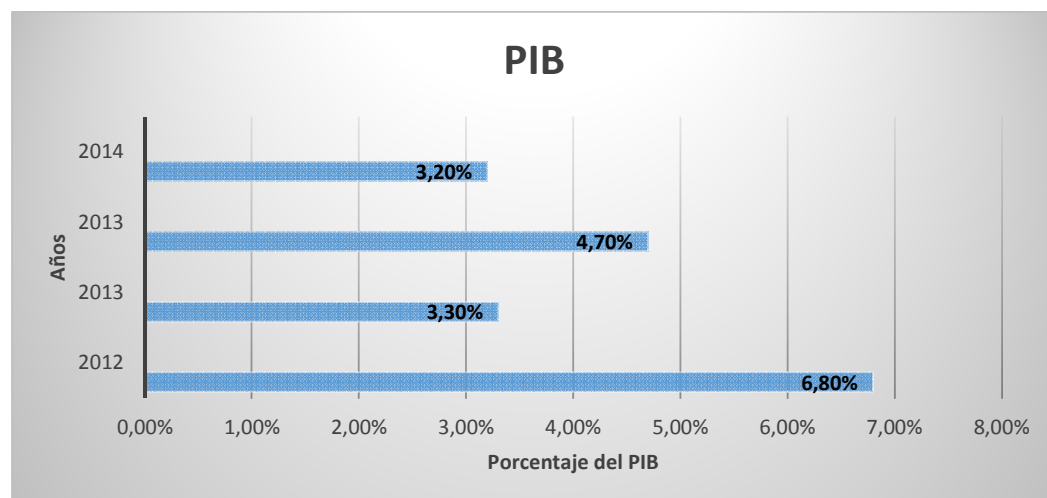


Figura 5 del PIB

Fuente: (Ecuador B. C., Banco Central del Ecuador, 2015)

Esta situación ha llevado a que se dé un incremento del endeudamiento público, si bien éste sigue siendo sostenible comparado con otros países de la región. En base a la dinámica económica actual, que depende principalmente de la inversión pública, es fundamental acceder a fuentes de financiamiento que permitan cubrir las necesidades fiscales y el déficit. Lamentablemente esto afecta al turismo debido a que el estado no priorizará al turismo para el 2016 afectando directamente a esta industria, ocasionando desempleo en el sector, además de insuficientes ingresos para mejorar en infraestructura y planta turística.

La participación promedio mundial el turismo en cuanto a Producto Interno Bruto (PIB) turístico es del 9,5% mientras que la del Ecuador está por debajo de la media con tan solo el 5,3%. A nivel mundial 1 de cada 11 empleos tiene relación con el turismo en Ecuador la relación es de 1 de cada 20 empleos.

Estas cifras también nos muestran que para el 2018 como estaba estipulado que el turismo sea unos de los principales ingresos en el Ecuador y se espera potenciar a diferentes destinos dentro del país. (Ecuador B. C., Indicadores Económicos, 2016).

Peso del consumo turístico receptor en el PIB

Muestra la importancia que tiene el Gasto Turístico realizado por los no residentes que llegan al país como % del PIB. Sirve para determinar el porcentaje de ingresos de consumo de los turistas receptores.

Tabla 5

Peso del consumo turístico receptor en el PIB

Año (tercer trimestre)	2014	2015
CONTUREC (millones de dólares)	375,6	399,1
Indicador	1,5%	1,6%

Fuente: (Cifras, 2015)

En el 2014 para el tercer trimestre se mostró que el consumo turístico receptor con relación al PIB es un monto de 375,6 millones de dólares con un indicador de 1,5% nacional del Producto Interno Bruto, a diferencia del tercer

trimestre del 2015 donde se observa un incremento a 399,1 millones de dólares que en porcentaje refiere al 1,6 % del PIB nacional.

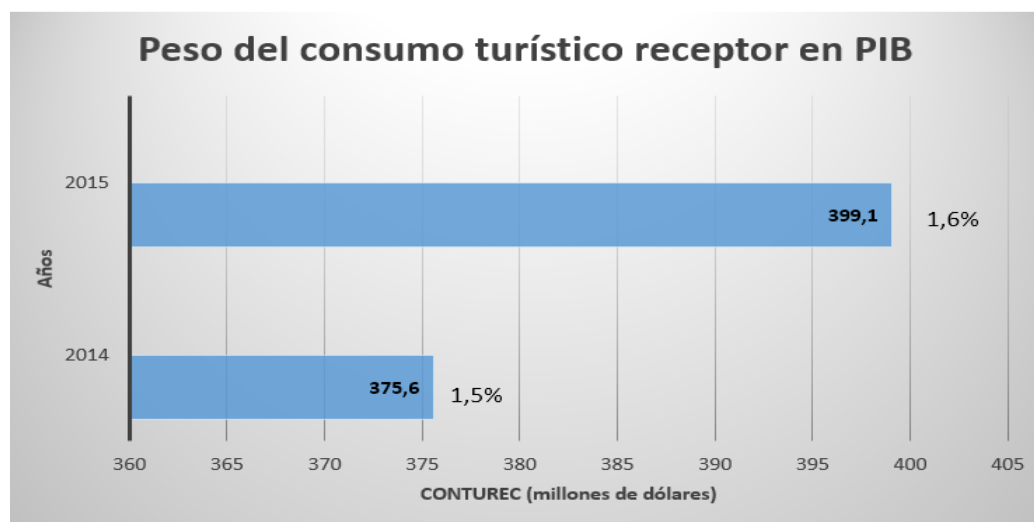


Figura 6 Peso del consumo turístico receptor en PIB
Fuente: (Cifras, 2015)

Esto beneficia al aporte de ingresos en el turismo, debido a que turistas extranjeros aportan indirectamente al PIB nacional, por los consumos que realizan en el Ecuador. De esta manera el PIB contribuye en la asignación de recursos que el estado aporta a los municipios y estos a los GAD's, permitiendo así destinar un fondo para el turismo originario del PIB.

2.1.1.5. Balanza Comercial

Balanza Comercial es el registro de importaciones y exportaciones de un país, durante un periodo comprendido en un año.

Tabla 6
Balanza Comercial

	Ene-Oct 2012	Ene-Oct 2013	Ene-Oct 2014	Ene-Oct 2015
Balanza Comercial total	-110.64	-1,213.8	149.76	-1,886.0
Balanza Comercial	7.349,8	6,865.0	6,386.2	2,537.6
Petrolera				
Balanza Comercial no	-7,460.5	-8078.8	-6,236.4	-4,423.6
Petrolera				
Valor promedio comercial	99.3	97.3	90.9	44.3
promedio barril de				
petróleo				

Fuente: (Ecuador B. C., Banco Central del Ecuador, 2015)

La Balanza Comercial Petrolera, entre enero y octubre de 2015 tuvo un saldo favorable de USD 2,537.6 millones; superávit menor al obtenido en el mismo período de 2014 (USD 6,386.2 millones). Esta caída se debe principalmente a una disminución en el valor unitario promedio del barril exportado de crudo.

Por su parte, la Balanza Comercial no Petrolera, disminuyó su déficit (29.1%) frente al resultado contabilizado en el mismo período de 2014, al pasar de USD - 6,236.4 millones a USD - 4,423.6 millones.

En el turismo se obtuvo como últimos datos de la balanza turística del año 2013 donde el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.251,2 millones de dólares durante el año 2013, lo que representa el 21% en comparación con el 2012.

Estos datos muestran que el país está creciendo en la industria turística, cabe destacar que no se muestran datos del 2015, donde según los otros indicadores económicos turísticamente el Ecuador está creciendo de una manera tardía en comparación de otros países, según las estadísticas arrojadas por fuentes financieras.

2.1.1.6. Balanza turística en proporción del PIB

Describe la importancia relativa del turismo al relacionar el déficit o superávit de la balanza turística frente al PIB. Respecto al análisis de la balanza comercial, la balanza turística en proporción del PIB determinará el consumo turístico receptor, para establecer el aporte del turismo en balanza comercial no petrolera.

Tabla 7
Balanza turística en proporción del PIB

Año (tercer trimestre)	2014	2015
CONTUREC A (millones de dólares)	375,6	399,1
CONTUREM B (millones de dólares)	256,0	260,0
(A-B) *100/PIBBalanza Turística	0,5	0,6

Fuente: (Cifras, 2015)

Para la balanza turística en proporción al PIB se necesita restar la cantidad de dinero del Consumo Turístico Receptor (CONTUREC), menos la cantidad de consumo turístico emisor (CONTUREM) por 100 dividido para el producto interno bruto (PIB) del año en estudio, esta fórmula arroja resultados que nos muestran el porcentaje que aporta el turismo en la balanza comercial no petrolera llama así balanza turística. Para el 2014 se muestra un porcentaje de 0,5% de aporte del turismo al PIB a diferencia del 2015 que aumento a 0,6%, siendo este un ingreso de 399,1 millones de dólares a la economía del país.

Estas cifras respaldan la teoría que el turismo en Ecuador puede llegar a ser la principal fuente de ingresos al país, sustituyendo al ingreso del petróleo. Como se ha mencionado anteriormente Alangasí posee potencial turístico, aprovechados correctamente, llegará a convertirse en una de las principales parroquias en sustento económico mediante el turismo. (Ecuador B. C., Indicadores Económicos, 2016)

2.1.2. Entorno Sociocultural

Se refiere a todos los aspectos sociales y culturales de una sociedad determinando las condiciones de vida, condiciones de trabajo, nivel de ingresos, nivel educativo, etc.

2.1.2.1. Factores Demográficos

Se refiere a las características de la población de Alangasí, en este caso se analizará el tamaño de la población y distribución de la parroquia, distribución por edades, nivel de formación, nivel de ingreso y los grupos étnicos que habitan en este lugar.

2.1.2.1.1. Tamaño de la población y Distribución de la Parroquia de Alangasí

El tamaño de la población muestra el número de habitantes que se encuentran en la parroquia, brindando los datos necesarios para determinar la muestra en un estudio estadístico. Alangasí se encuentra ubicada en la zona rural del Distrito Metropolitano de Quito. (Morales, 2009)

Tabla 8
Tamaño de la población

	Distrito Metropolitano de Quito	Alangasí
Población	2'239.191	24.251

Fuente: (INEC, 2010)

El Distrito Metropolitano de Quito según fuentes del INEC para el año 2010, posee una población de 2'239.191 de los cuales 24.251 personas pertenecen a la parroquia rural de Alangasí. El número de habitantes señala la tasa de personas que son posibles clientes internos de los atractivos culturales y naturales.

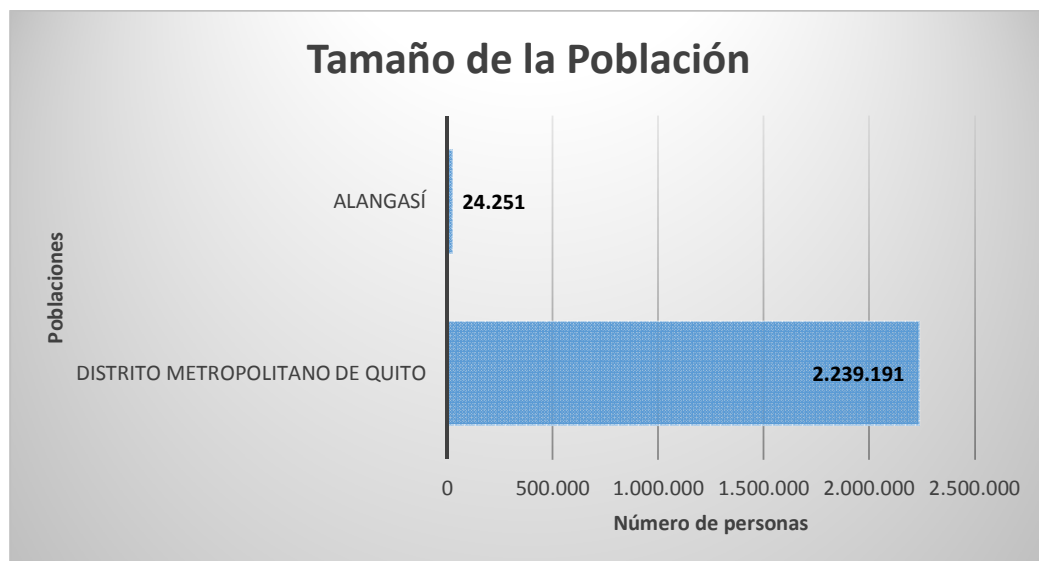


Figura 7 Tamaño de la Población
Fuente: (INEC, 2010)

De igual manera esta información permite establecer el universo y muestra para futuros planes estadísticos. Los datos poblacionales proporcionan al proyecto de titulación una base de información respecto al número de habitantes que pueden llegar a beneficiarse del turismo.

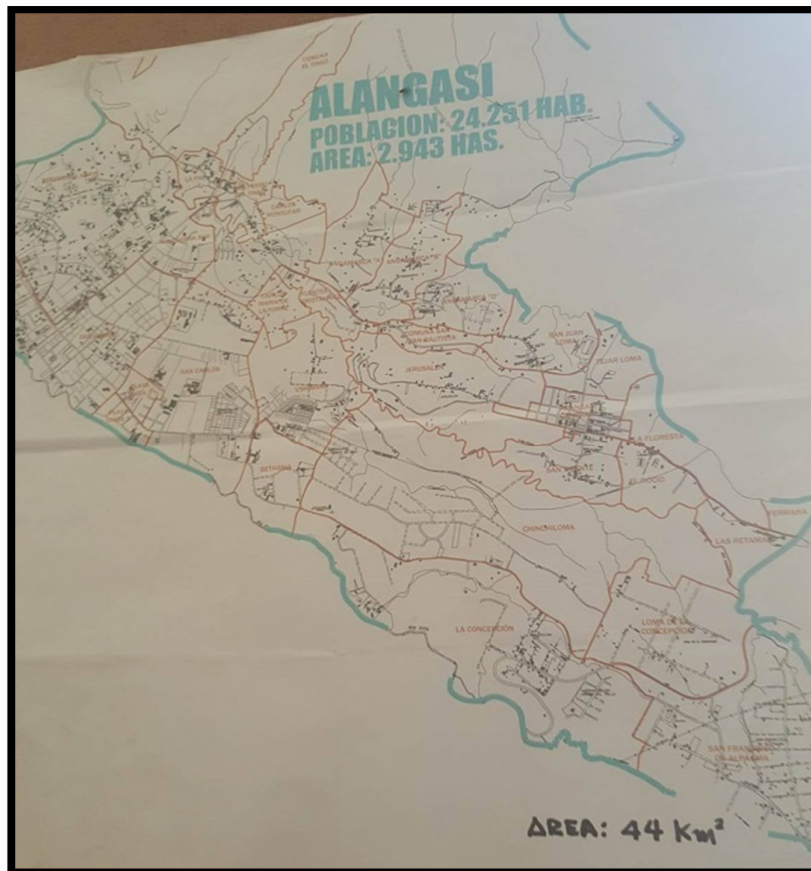


Figura 8 Mapa de barrios de la Parroquia Alangasí

Alangasí se encuentra conformada por 32 barrios que son: Angamarca, Barrio Central, Carlos María de la Torre, Chinchinloma, Coop. Huertos Familiares, Dos de Febrero, El Movimiento, El Rocío, El Tingo, Fuentes Cristalinas, Jerusalén, La Concepción, La Floresta, La Ferrara, Las Retamas, La Unión, Lomas de la Concepción. Mirador del Colegio Mirasierra, Miravalle, Playa Chica N°1, Playa Chica N°2, San Antonio del Tingo, San Carlos, San Francisco de Alphuma, San Gabriel, San Juan Loma, San Vicente, Tejar, Loma, Ushimana, 4 de Octubre.

Como lo se ha descrito la parroquia de Alangasí posee gran número de población distribuida en numerosos barrios, ocasionando que existan diferentes tradiciones, festejos, formas de vida, logrando un sinfín de características atractivas para el turista.

2.1.2.1.2. Distribución por edades

Tabla 9
Distribución por edades

Edades	Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años
Total	343	1.695	2.145	2.244	2.213	2.146	1.974	1.983	1.822	1.540
De 45 a 49 años	1.562	1.219	983	763	563	392	321	178	92	55
De 50 a 54 años										
De 55 a 59 años										
De 60 a 64 años										
De 65 a 69 años										
De 70 a 74 años										
De 75 a 79 años										
De 80 a 84 años										
De 85 a 89 años										
De 90 a 94 años										
De 95 a 99 años										

Fuente: (INEC, 2010)

La distribución por edades permite determinar que rangos de edad se encuentra la mayoría de habitantes de la parroquia.

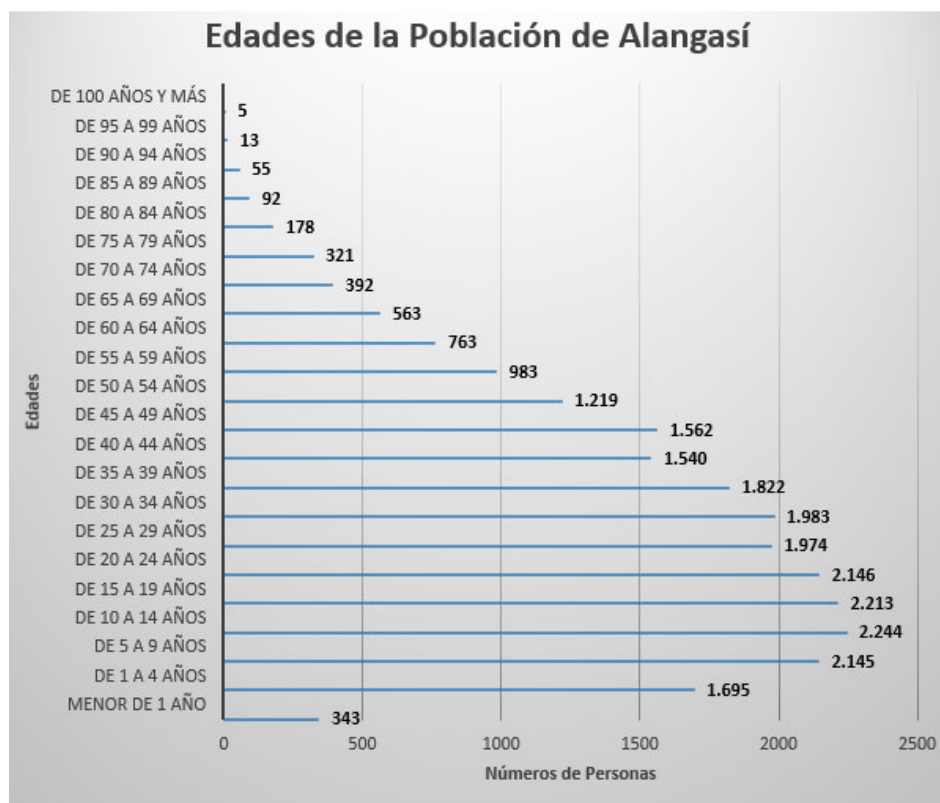


Figura 9 Edades de la población de Alangasí

Fuente: (INEC, 2010)

En la parroquia de Alangasí el mayor número de habitantes comprende las edades de 9 a 24 años de edad. Se puede determinar que es una población joven, con ideas innovadoras para el desarrollo y mejora de la parroquia, impulsando de manera positiva a los negocios y por ende al turismo.

2.1.2.1.3. Niveles de Formación

Este indicador muestra la formación educativa que poseen los habitantes de la parroquia de Alangasí.

Tabla 10

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió

Ninguno	Centro de Alfabetización/(EBA)	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica
454	82	152	5.179	4.701	2.100
Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió					
Bachillerato - Educación Media	Ciclo Post-bachillerato	Superior	Postgrado	Se ignora	Total
2.047	234	5.980	782	502	22.213

Fuente: (INEC, 2010)

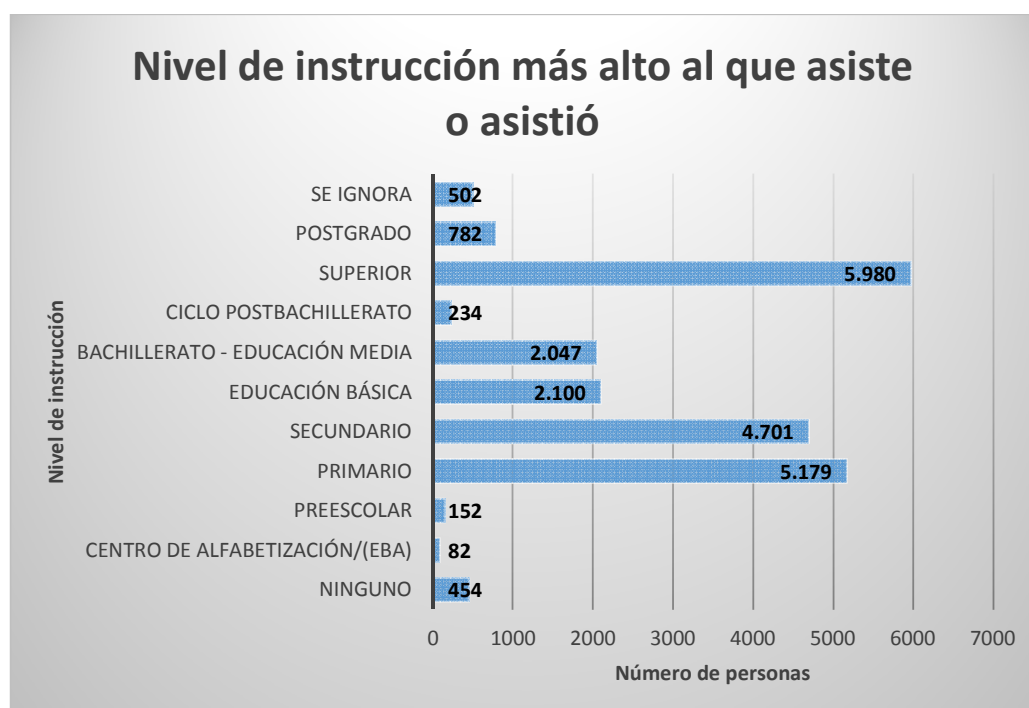


Figura 10 Nivel de Formación

Fuente: (INEC, 2010)

El nivel de instrucción muestra que la mayoría de personas tienen una educación superior, seguido por primario y secundario, revelando que las personas que habitan en la parroquia de Alangasí, poseen un nivel alto de preparación. Permitiendo que las personas posean mayor conocimiento de su entorno, mayor capacitación en las actividades por desarrollar, brindando un impacto positivo en la oportunidad de desarrollar nuevas ideas de negocios que estén enfocados al turismo en la parroquia.

2.1.2.1.4. Niveles de Ingresos

El nivel de ingreso es el monto mensual que ganan las personas como salarios. Además de observar un cálculo acerca del costo de las necesidades de los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 11

Nivel de Ingreso Promedio en el Distrito Metropolitano de Quito

Grupos y Subgrupos de Consumo	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del ingreso actual
Alimentos y bebidas	-0,13	218,58	256,78
Viviendas	-0,12	99,75	109,67
Indumentarias	-0,25	51,73	160,61
Misceláneos	1,34	119,86	133,74
Total	0,21	489,92	660,80

Fuente: (INEC, 2010)

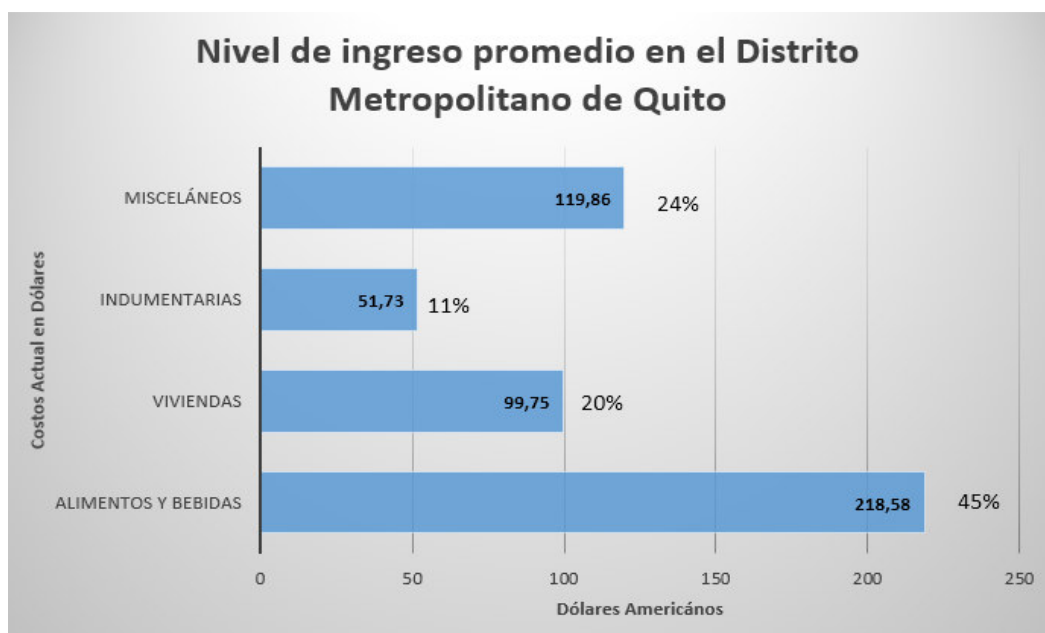


Figura 11 Nivel de Ingresos

Fuente: (INEC, 2010)

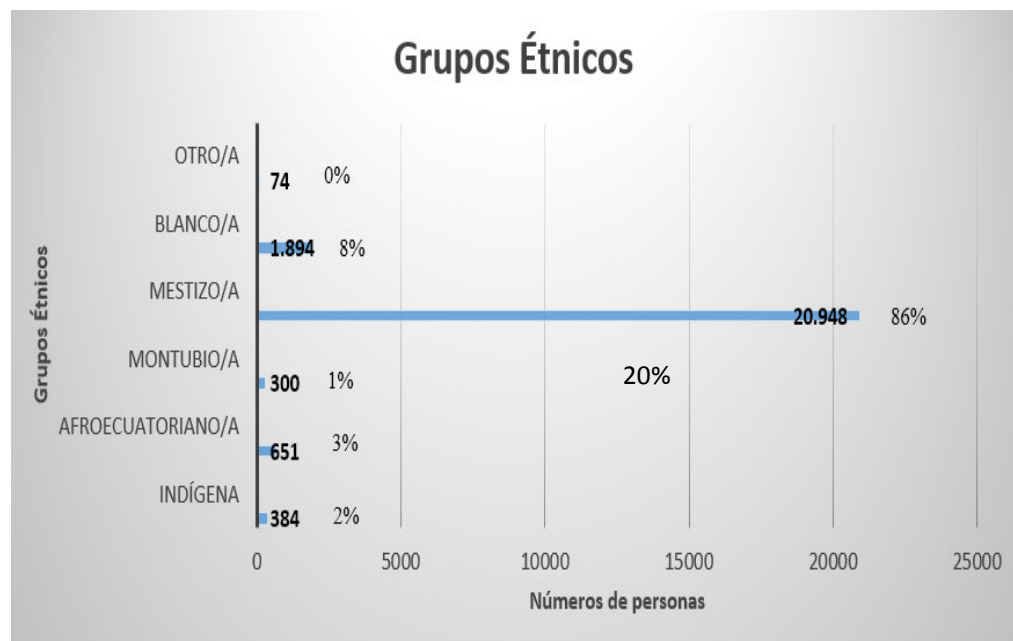
De acuerdo a los datos recolectados del INEC el nivel de ingreso en la población del Distrito Metropolitano de Quito es de \$490 dólares americanos, de los cuales de acuerdo al INEC hasta el 2015 el sueldo básico \$364 dólares americanos. Estas cifras muestran la utilización mayoritaria de los consumos que una persona promedio gasta, de los cuales puede llegar a destinar una cantidad al turismo. En la parroquia de Alangasí existen diferentes atractivos turísticos, que llaman la atención del cliente y son accesibles para el bolsillo de las personas.

2.1.2.1.5. Grupos Étnicos

Tabla 12
Grupos étnicos

Indígena	Afro ecuatoriano/a	Montubio/a	Mestizo/a	Blanco/a	Otro/a	Total
384	651	300	20.948	1.894	74	24.251

Fuente: (INEC, 2010)



45%

Figura 12 Grupos étnicos

Fuente: (INEC, 2010)

En la parroquia de Alangasí el mayor número grupo étnico de habitantes es el mestizo, a comparación del resto con unas 20.948 personas. El resto de habitantes se divide en indígena con 384, Afroecuatoriano/a con 651, Montubio

con 300, Blanco con 1.894 y otra etnia con 74 personas. Mostrando que la parroquia de Alangasí tiene diversidad étnica dando por resultado, varias costumbre, tradiciones, saberes ancestrales, gastronomía y otros factores que influyen como atractivos para el turista.

Esta etnia se divide en los diferentes pueblos a los que pertenecen.

Tabla 13

Nacionalidad o pueblo indígena al que pertenece casos %

Etnia	Número	Porcentaje
Achuar	2	1%
Shuar	3	1%
Andoa	3	1%
Kichwa de la sierra	94	24%
Natabuela	8	2%
Otavalo	29	8%
Kayambi	3	1%
Kitukara	1	0%
Panzaleo	2	1%
Salasaka	3	1%
Puruhá	19	5%
Saraguro	1	0%
Hualcavilca	1	0%
Otras étnias	9	2%
Se ignora	206	54%
Total	384	100%

Fuente: (Pichincha C. P., 2012)

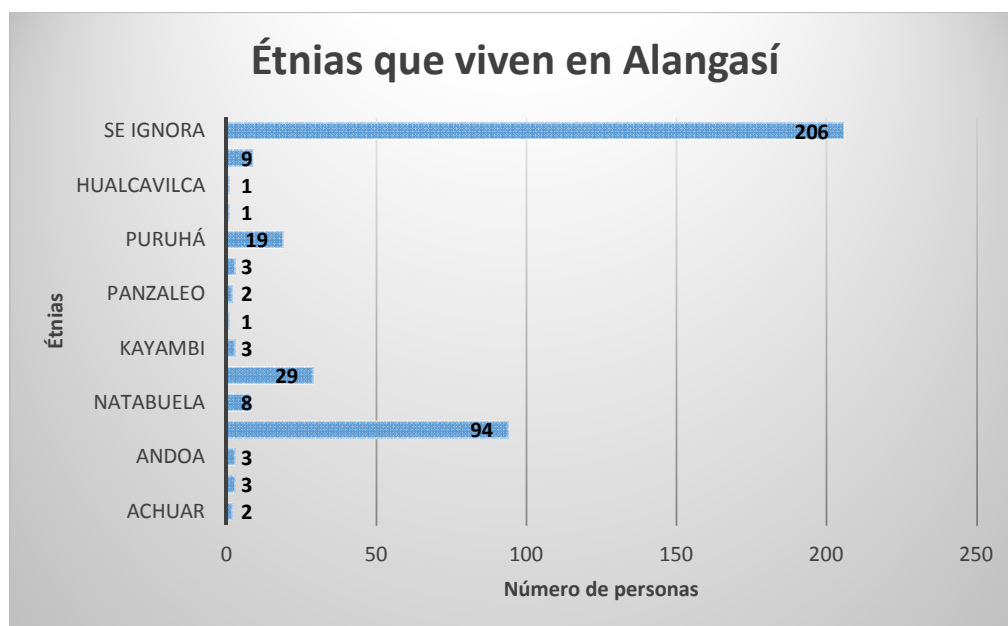


Figura 13 Etnias Alangasí
Fuente: (Pichincha C. P., 2012)

La división de las diferentes etnias en la parroquia de Alangasí, muestra número de personas con diferentes etnias y costumbres, permitiendo que las actividades turísticas que se desarrollaran sean de inclusión para todos.

2.1.3. Entorno Geográfico

Es el estudio de los fenómenos físicos presentes en el lugar en este caso se analizara la ubicación geográfica, hidrografía, orografía, clima, infraestructura vial y los servicios básicos de la parroquia de Alangasí.

2.1.3.1. Ubicación Geográfica.

La parroquia de Alangasí se encuentra ubicada en la región Sierra, Provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito al sur oeste del mismo, siendo un parroquia rural de la capital, forma parte del Valle de los Chillos, conformado por las parroquias de Amaguaña, Conocoto, Guangopolo, La Merced, Pintag y Alangasí. Con una altitud de 2.613 msnm. (Pichincha C. P., 2012)

Además se encuentra delimitada por las parroquias de:

- Norte: Parroquias de Guangopolo y Tumbaco
- Sur: Parroquia de Pintag y Cantón Rumiñahui
- Este: Parroquias La Merced y Pintag
- Oeste: Parroquia Conocoto y Cantón Rumiñahui

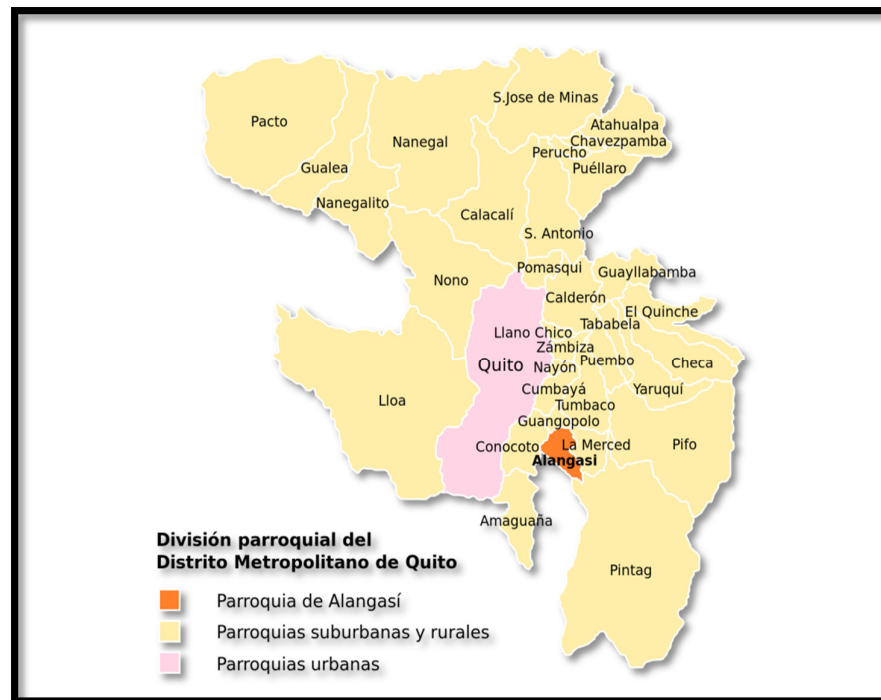


Figura 14 Mapa Geográfico de Alangasí
Fuente: (Wikimedia, 2014)

2.1.3.1.1. Hidrografía

La hidrografía es el estudio de mares, ríos, lagunas, y otras corrientes de agua. En la parroquia de Alangasí se encuentran 2 ríos importantes que atraviesan el lugar en estudio. El río Pita, el río Ushimana, además el río San Pedro es afluente del río Pita pero atraviesa el Cantón Rumiñahui. Además Vertientes de agua termal como El Tingo, Angamarca, Club de Campo Agua y Montaña, La Chorrera y Hacienda del Moreno que se encuentran en propiedades particulares. (Arias L. , 2014)

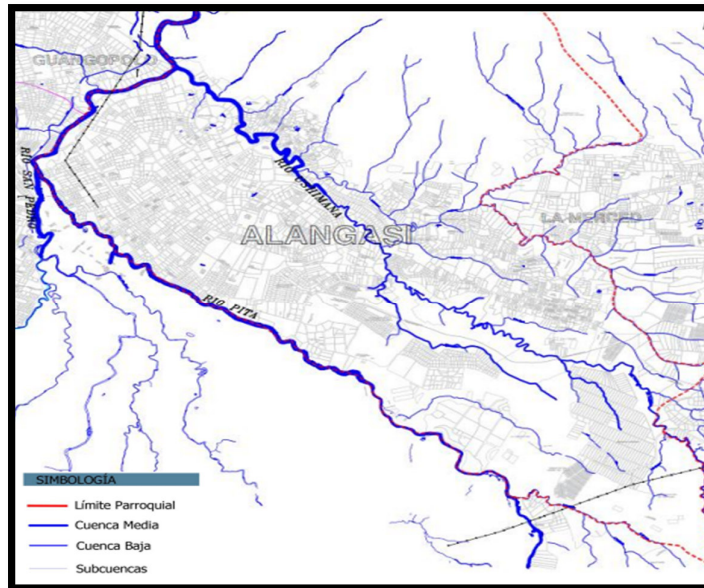


Figura 15 Mapa Fluvial Alangasí
Fuente: (Arias L. , 2014)

Río Pita: Nace en los páramos del volcán Cotopaxi, tiene un curso de sureste a noroeste y luego de un recorrido aproximadamente de 50km desemboca en el Río San Pedro. (Arias L. , 2014)

Río Ushimana: Tiene una superficie de 19.40 Km² que divide a la parroquia. Se identifica que la mayor amenaza en este rio son los derrumbes, deslizamientos o deslaves, seguido por la caída de árboles y vegetación y finalmente amenazas de inundación. En la parte alta del ancho del cauce es de aproximadamente 2 metros, el cauce limpio sin presencia de barreras que obstaculicen el libre flujo. Las laderas con linderos indicativos pero sin uso identificable o con uso en agricultura. En las orillas edificaciones de 2 plantas. . (Arias L. , 2014)

2.1.3.1.2. Orografía de Alangasí

Es el estudio de las elevaciones de una zona específica, además de describir sus características y el estado actual de las mismas, en la parroquia de Alangasí la elevación más significativa en el Volcán Ilaló. . (Arias L. , 2014)

Volcán Ilaló

Se encuentra ubicado en la región interandina a 8km al este de la ciudad de Quito y constituye el divisor entre los valles de Los Chillos al sur y Tumbaco al norte, tiene una altura de 3,169 msnm y su última erupción fue hace 1.6 millones de años.

Su actividad volcánica se manifiesta a través de numerosas fuentes termales que han facilitado la creación de instalaciones de centros de hidroterapia y de recreación en sus alrededores, como los tradicionales balnearios de El Tingo, la Merced, Ilaló, Cununyacu y muchas piscinas privadas, inclusive de carácter familiar. Esta fuente natural ha sido un aporte para el turismo y la recreación en la Parroquia de Alangasí, atrayendo a gran cantidad de familias que habitan en la provincia de Pichincha y otras regiones del país, con el fin de realizar caminatas a la cima, además de atraer el turismo religioso debido a que existe una cruz de Jesucristo que representa el cristianismo.

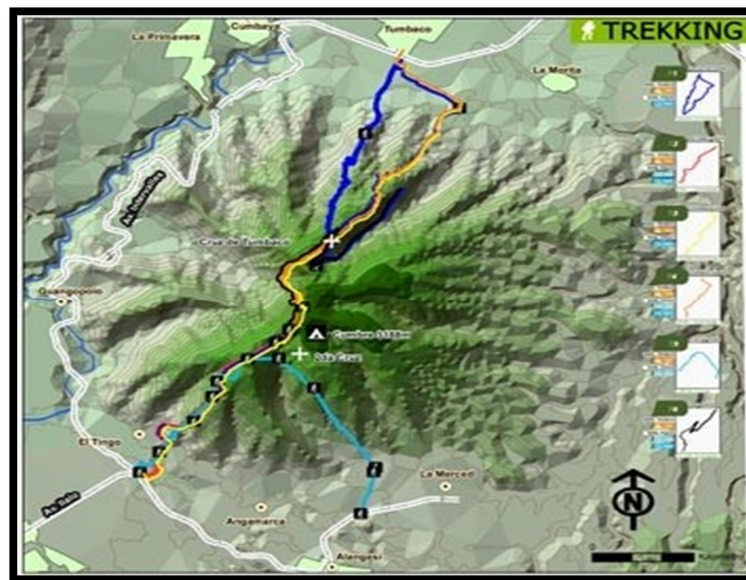


Figura 16 Rutas Ilaló Trekking
Fuente: (Ilaló, 2014)



Figura 17 Rutas Ilaló Mountain bike
Fuente: (Ilaló, 2014)

2.1.3.1.3. Clima

El clima es característico de la zona interandina, la temperatura oscila entre los 14,6° C hasta los 16,7° C, con mínimas entre 14,1° y 14,9° C. La precipitación fluctúa entre 128 y 111 mm, que se reparten en dos períodos lluviosos, el primero entre el mes de marzo y el segundo en noviembre. La estación seca es de julio a agosto. Los pisos climáticos que posee la parroquia va desde los 200 msnm en la llanura amazónica hasta los 5.790 msnm de la sierra central, con francos en la cordillera andina. (Morales, 2009)

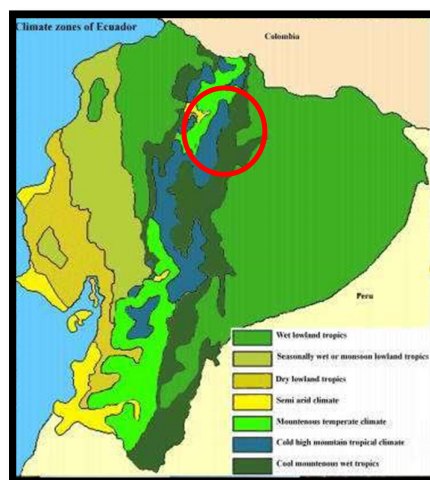


Figura 18 Mapa Climático Alangasí

Fuente: (Lodge, 2012)

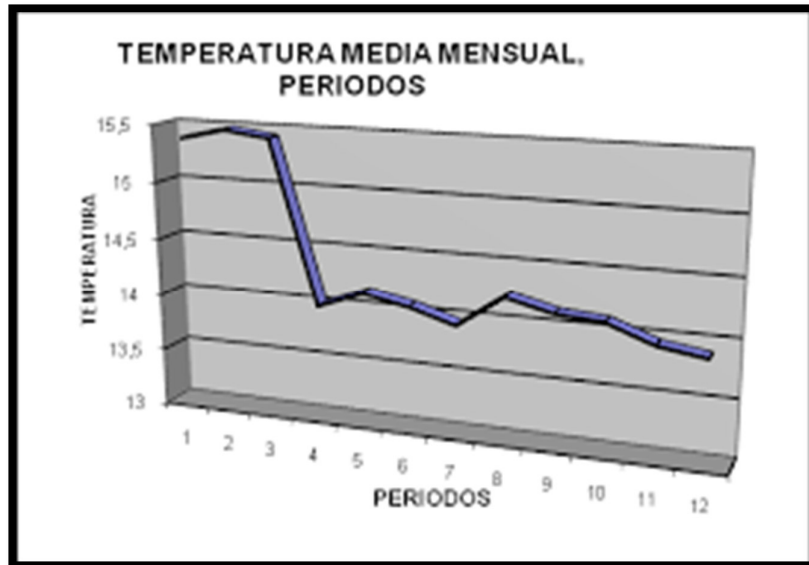


Figura 19 Temperatura Quito
Fuente: (Pichincha G. d., 2012)

2.1.3.1.4. Infraestructura Vial

La parroquia de Alangasí en su infraestructura vial posee 5 arterias viales principales de ingreso y salida, siendo la primera la Avenida Ilaló, que conecta San Rafael con la autopista Rumiñahui, es una vía de primer orden, es decir de asfalto y adoquín, dispone de 4 carriles hasta la entrada al Tingo donde se convierte en una vía de 2 carriles, en algunas partes carece de iluminación y señalización; el segundo ramal de vías son las calles San Juan de Dios, Zamora, Ushimana, Bolívar y Sucre, todas estas vías hacia la autopista General Rumiñahui; el tercer acceso es por la calle Sucre hasta que conecta con la vía Sangolqui - Pintag, que es de dos carriles asfaltados, es decir de primer orden; el cuarto acceso es por la vía inter valles que conecta la parroquia de Guangopolo y Tumbaco, como las demás vías es de primer orden; la última vía es a través de la vía Ilaló que conecta con la parroquia de la Merced y luego con la parroquia de Tumbaco. Esta vía es empedrada y estrecha en mal estado, siendo calificada de segundo orden. Esta vía como

otras vías colectoras o secundarias de acceso a los distintos barrios de la parroquia no posee iluminación ni señalización. (Pichincha C. P., 2012)

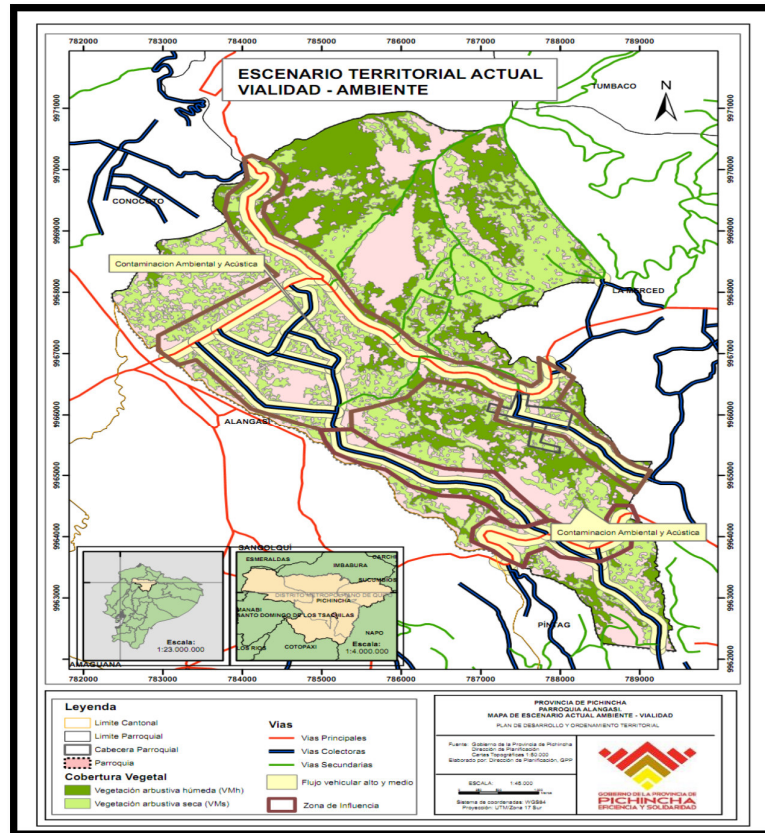


Figura 20 Plan de desarrollo Alangasí
Fuente: (Pichincha G. d., 2012)

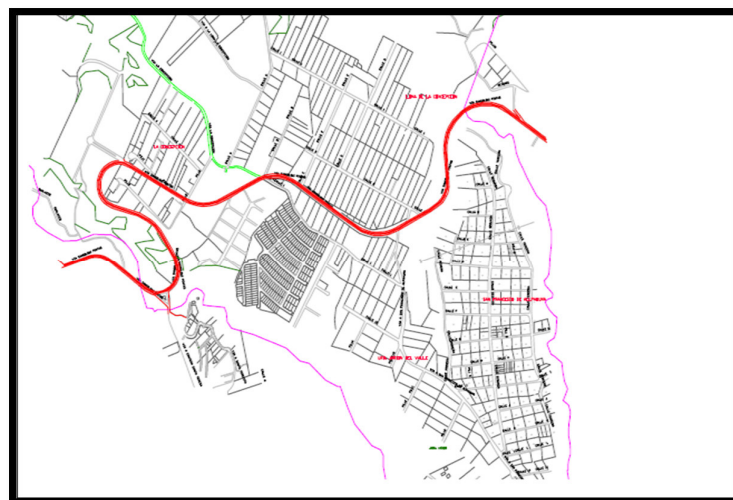


Figura 21 Ordenamiento territorial Alangasí
Fuente: (Pichincha G. d., 2012)

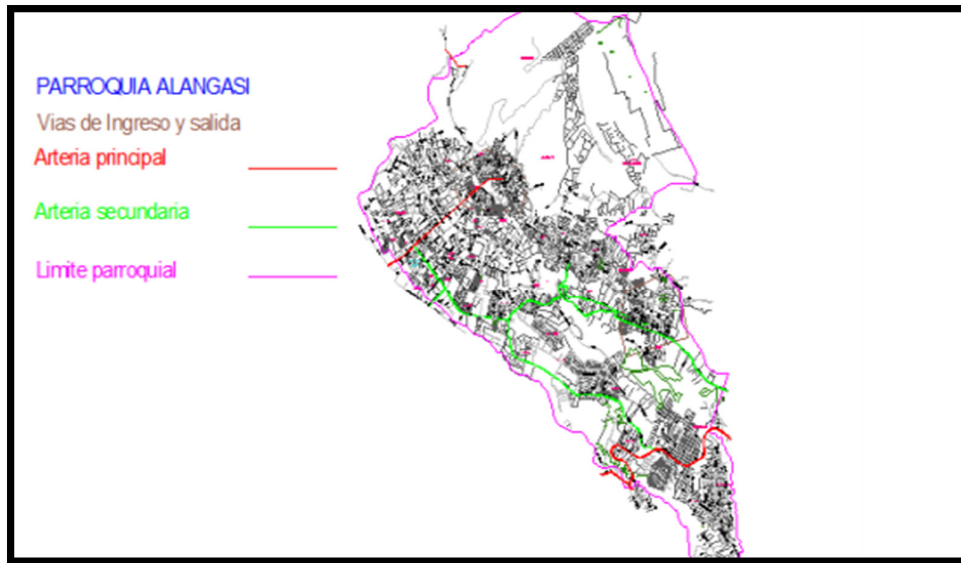


Figura 22 Vías de Alangasí
Fuente: (Pichincha G. d., 2012)

2.1.3.2. Servicios Básicos.

Existen varias variables para los servicios básicos, como que se considere al internet como un servicio básico. Pero en este caso se tomara en cuenta solo el abastecimiento de agua potable, eliminación de aguas servidas, servicio higiénico, eliminación de basura, energía eléctrica, teléfono y ducha. (Pichincha C. P., 2012)

- Agua para consumo humano: El 94.74% de la población de la parroquia de Alangasí se abastece de agua potable a través de la red pública, el 2.96% de la población consume agua de pozo y 1.99% consume agua de río, vertiente, acequia o canal.
- Alcantarillado (Sistema de aguas servidas) El sistema de alcantarillado es otro tema importante para todos, aunque se reconoce los avances de este último año, actualmente el 80.58% de la Parroquia tiene su alcantarillado conectado a la red pública, el 10.44% tiene conectado a un sistema de pozos ciegos o sépticos y el 6.16% realiza sus descargas directamente a los ríos.
- Recolección de basura: El servicio de recolección de desechos sólidos en la parroquia lo ejecuta el Distrito Metropolitano de Quito el cual tiene una cobertura del 95.39%, mientras que el 2.82% queman la basura y el 0.62% entierran su basura

- **Energía eléctrica:** El sistema de energía eléctrica está cubierto en un 99.69%, el 0.70% no cuentan con energía eléctrica y el 0.09% obtienen este servicio de otras formas
- **Alumbrado público:** El 75% de la población de Alangasí dispone de alumbrado público y el 25% no dispone de este servicio. A nivel general nos muestra que esta población dispone de buenos servicios básicos (Pichincha C. P., 2012)

Tabla 14
Índice de necesidades básicas insatisfechas

	POBLACIÓN NO POBRES	POBLACIÓN POBRES
Personas	15.753	8.330

Fuente: (INEC, 2010)

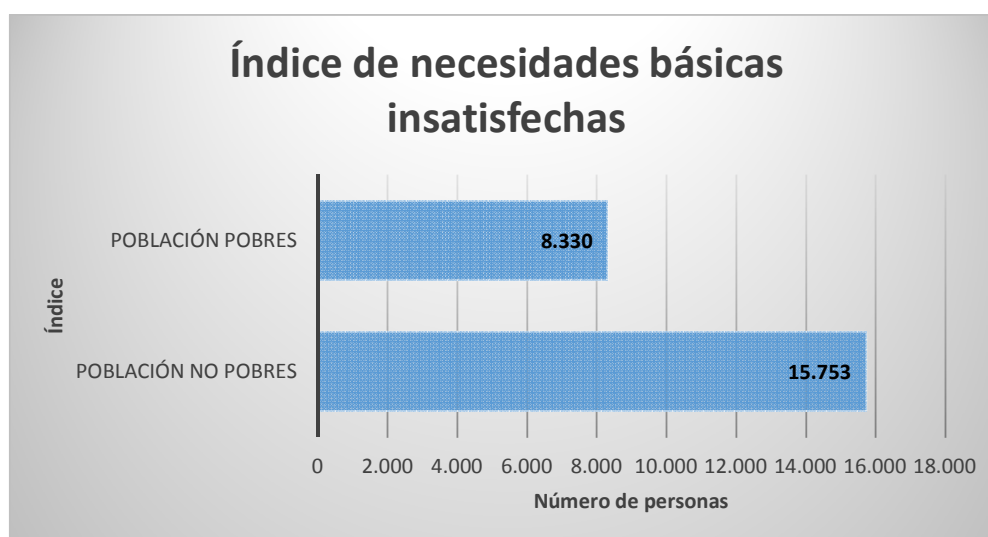


Figura 23 Índice de necesidades básicas insatisfechas

Fuente: (INEC, 2010)

Se puede determinar que el índice de necesidades básicas insatisfechas es muy alto y según el Censo del 2010, es de 8.330 personas que tienen necesidades básicas insatisfechas, dejando, un 15,753 de personas con las necesidades básicas cubiertas.

2.1.4. Entorno Tecnológico

El entorno tecnológico es uno de los factores externos con gran efecto en la actividad empresarial o de una organización. La ciencia proporciona el

conocimiento y la tecnología lo usa. Hoy en día se están utilizando diferentes tecnologías como el Big Data el Internet de las Cosas que son Tecnologías que nos permiten conectarnos con todo el mundo además mantener controlados cada movimiento que realicen las personas.

En los cantones parroquia, entidades, empresas hoy en día se están implementando estas tecnologías para controlar clientes para que el mercado no decaiga así mismo en las entidades estatales como cantones se están utilizando cámaras, sensores, alarmas bocinas para controlar el movimiento y seguridad de las personas esto es fundamental en el turismo debido a que mediante esto, estadísticamente hablando se puede terminar el número de personas que acuden a un lugar o sitio sus características y diferentes variables para realizar estudios que determinen el tipo de población que concurre a estos lugares.

Mediante el BIG DATA se puede recopilar datos información de clientes o turistas que se podría implementar en una empresa, entidad o GAD parroquial en este caso de Alangasí, de esta manera se podrá implementar una base de datos para enviar correos electrónicos de información de sitios turísticos, eventos o fiestas que se llevarán a cabo en la parroquia; además, se podrá informar alguna emergencia que pueda surgir y la información tardará segundos en ser transmitida.

2.1.4.1. Conectividad

La conectividad tiene que ver con el acceso a la red, esta permite a una empresa u organización en particular, tener acceso directo a diferentes fuentes de datos, la conectividad agiliza el trabajo y los procesos, además de permitir estar conectado con el mundo y saber qué es lo que está pasando a su alrededor. En la parroquia de Alangasí se utiliza varias computadoras, que pueden ser útiles para el proceso de información y recopilación de datos, lamentablemente esta tecnología que puede ser útil no ha sido implementada hasta la presente fecha. Utilizan también celulares para conectarse de esta manera se agilizar el trabajo. Fundamentalmente el internet que es necesario para realizar procesos; además de campañas de promoción mediante las redes

sociales y la página web oficial de la parroquia, de esta manera todo el mundo, conoce Alangasí.

2.1.4.2. Sistemas Informáticos

El *Sistema de Información para los Gobiernos Autónomos Descentralizados – SIGAD*, Es la herramienta informática utilizada por todos los GAD a nivel Nacional. Diseñada para controlar la información acerca del cumplimiento de labores en el GAD, además controla el Índice de Cumplimiento de Metas, Séptimo Criterio Constitucional, para la asignación de recursos a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, relativo al cumplimiento de metas del Plan Nacional de Desarrollo y del Plan de Desarrollo de cada Gobierno Autónomo Descentralizado; a través del Módulo de Cumplimiento de Metas. Así mismo, a través del SIGAD, se captura la información de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de cada una de sus fases: Diagnóstico, Propuesta y Modelo Territorial, y Modelo de Gestión, con el fin de articular la planificación de los diferentes niveles de Gobierno y a la vez vincular de manera eficiente la planificación y el presupuesto, a través del *Módulo de Planificación*.

2.1.5. Entorno Político

Este factor tiene que ver con las decisiones políticas de un país, la situación por la que está atravesando y la estabilidad en la que se encuentre un Gobierno, de esta manera a la organización o empresa puede afectar positiva o negativamente para su desarrollo. Alangasí y las demás parroquias del Ecuador cuentan con el apoyo del estado para realizar sus gestiones además de convertirse en Gobiernos autónomos Descentralizados gozando de una autonomía política, administrativa y financiera, además de estar regidos por principios de solidaridad, equidad, integración y participación , estas están administradas por los municipios con el apoyo del estado Ecuatoriano.

2.1.5.1. Forma de Gobierno Ecuador

Ecuador es una República presidencialista basada en una democracia representativa constitucionalmente establecida, conformado por cinco

funciones estatales: la Función Ejecutiva, la Función Legislativa, la Función Judicial, la Función Electoral y la Función de Transparencia y Control Social.

Función Legislativa

La Función Legislativa se ejerce por la Asamblea Nacional unicameral, que tiene su sede en la ciudad de Quito en el Palacio Legislativo, y está conformada por 137 asambleístas, repartidos en diez comisiones, elegidos para un período de cuatro años.

Función Ejecutiva

La Función Ejecutiva está delegada al Presidente de la República, actualmente ejercida por el economista Rafael Correa. Es el Jefe de Estado y de Gobierno, es responsable de la administración pública.

Función Judicial

La Función Judicial del País está conformada por el Consejo de la Judicatura como su ente principal y por Corte Nacional de Justicia, las Cortes Provinciales, los juzgados y tribunales, y los juzgados de paz. La representación jurídica la hace el Consejo de la Judicatura, sin perjuicio de la representación institucional que tiene la Corte Nacional de Justicia.

Función Electoral

Constitucionalmente, la Función Electoral está conformada por dos órganos separados, bajo principios de autonomía e independencia: el Consejo Nacional Electoral, que administra y ejecuta los procesos electorales; y, el Tribunal Contencioso Electoral, encargado de la administración de la justicia electoral.

Función de Transparencia y Control Social

La Función de Transparencia y Control Social está conformada por: Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, Defensoría del Pueblo, Contraloría General del Estado, y las Superintendencias. Éste poder se encarga de promover planes de transparencia y control público, así como también planes para diseñar mecanismos para combatir la corrupción, como también designar a ciertas autoridades del país, y ser el mecanismo regulador de rendición de cuentas del país. (Constituyente, 2008)

Cada una de estas funciones estatales se encarga de diversas áreas, con el fin de que cada una de estas abarque diferentes ramas de problemas públicos y sociales. Respecto al turismo la función legislativa estará dispuesta a implementar leyes turísticas que se aprueben en la asamblea nacional junto con la función ejecutiva que se refiere a las decisiones o ideas que el mandatario sugiera y que estén incluidas dentro de las leyes previamente establecidas siendo la función judicial. La función electoral es de velar que las decisiones del pueblo sean aprobadas o consultadas, bajo la normativa de cualquier rama económica, en este caso el turismo. La función de transparencia y control social verifica que cada una de estas normativas debe acatar leyes respetadas por cada uno de los habitantes.

2.1.5.2. Estabilidad Política

Ecuador ha pasado por diferentes etapas políticas que han existido a lo largo de la historia, gobernada por presidentes de diversas ideologías buscando la manera de defender la misma, promoviendo el desarrollo para el país. Desde 1996 existieron más de 7 presidentes en 10 años hasta el 2006, debido a los constantes cambios que realizaban siendo destituidos de sus puestos, muchos de ellos exiliados en otros países, esto provocaba una estabilidad política perjudicando los contratos o acuerdos internacionales que se hayan realizado en ese tiempo. Esto causaba que las industrias extranjeras reduzcan el interés del Ecuador como un país para inversiones.

Actualmente el Presidente Rafael Correa gobierna durante casi nueve años con un enfoque socialista con enfoque social del Plan del Buen Vivir, que trata acerca de mejorar la calidad de vida de las personas respecto a educación, salud, reformando leyes constitucionales que se basen en equidad, justicia social y consolidar el sistema económico social del país, además de buscar nuevas fuentes económicas que sustituyan el ingreso del petróleo como son agricultura y ganadería, minería, turismo, industrias e importaciones y exportaciones, con las cuales se busca el desarrollo económico social del país. Esto ha brindado al país mayor estabilidad política, abriendo unos nuevos horizontes de inversiones.

Tomando en cuenta que el turismo es una de las fuentes económicas que se está desarrollando con mayor impulsos estos últimos 8 años, Se ha invertido tanto en planta, infraestructura y promoción turística con el objetivo de atraer gran número de turistas extranjeros, además de motivar al ecuatoriano a enorgullecerse de los recursos que posee, visitando los diferentes atractivos del Ecuador.

En el Distrito Metropolitano de Quito el Alcalde es Mauricio Rodas líder del partido SUMA (Sociedad Unida Más Acción), quien asumió su mandato en febrero del año 2014, es por esta razón que algunas obras se han quedado estancadas en el tiempo debido a que las ideologías políticas son diferentes el gobierno de centro izquierda y la alcaldía de derecha, esto afecta en las decisiones y en el presupuesto que se pueda asignar a los GAD´s.

El lineamiento político del Presidente del GAD parroquial de Alangasí el Sr. Luis Morales es socialista debido a que pertenece al partido político de Alianza país con el cual ganó dos veces consecutivas, su ideología se basa en el desarrollo comunitario y en el cumplimiento de sus proyectos para que los habitantes del lugar puedan vivir de mejor manera, lamentablemente el vicepresidente Sr. Henry Quimbiurco pertenece al partido SUMA y las labores por la parroquia están retrasadas por las diferentes ideologías, es por esta razón que no se ha tomado en cuenta algunos lineamiento y necesidades de Alangasí, es importante la opinión de los líderes para el desarrollo de un lugar y que estos se pongan de acuerdo para beneficio común y el de Alangasí.

2.1.5.3. Planes y programas gubernamentales

Existen diferentes programas gubernamentales que se enfocan en el tema en desarrollo por ejemplo:

Plan Nacional del Buen Vivir

El socialismo del Buen vivir

El primer propósito tiene que ver con alternativas de construir una sociedad mejor, con un crecimiento sustentable para los habitantes del país, superando los problemas políticos y económicos que han tenido las familias ecuatorianas en los últimos años.

Se debe potenciar la cooperación, la solidaridad y la fraternidad de la sociedad, inculcando el respeto hacia los demás y el desarrollo social y económico mutuo (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013).

El proyecto está enfocado en este plan porque va a contribuir con el desarrollo de la Localidad, además de fomentar la cooperación de la comunidad conjuntamente con las autoridades de Alangasí para fomentar la unión y el progreso.

Planificación Nacional- Planificación Descentralizada y Participativa

Este plan permitirá la interacción de las diferentes entidades o instituciones para organizar, coordinar, planificar el desarrollo de las localidades de las que están a cargo, los gobiernos descentralizados deben estar alineados con los objetivos y políticas nacionales que rigen en la constitución, el instrumento de coordinación será la Agenda Zonal y los actores son el Gabinete Zonal, además de ser encargados de la evaluación y seguimiento de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013).

Todos los GAD's se rigen a leyes estatales y la Agenda Zonal es una de ellas con la que se busca incentivar el desarrollo de las parroquias en Alangasí en Plan que rige es el Zonal 9, El Gobierno Autónomo junto con el Municipio de Quito realizarán planificaciones que será basadas en diferentes leyes desde constitucional hasta la que rige a todos los Gobiernos Autónomos Descentralizados que es el COOTAD.

Planifiquemos el Futuro

Mediante este plan se pretende impulsar el fortalecimiento de las actividades rurales no agropecuarias, artesanía, pequeña industria y turismo con un enfoque innovador, y sostenible, mejorando la calidad de vida de las personas.

La sustentabilidad ambiental también será importante, mediante el cambio de la matriz productiva se deberá enfocar en los derechos de la naturaleza, buscando que las industrias no contaminen y mantengan el ecosistema para

generaciones futuras, además de la investigación sobre conocimientos ancestrales que serán aprovechados para estudios que beneficien a una sociedad.

Los primeros esfuerzos del cambio de la matriz productiva se enfoca en la potenciación de capacidades productivas existentes y de un modelo socialmente inclusivo, reafirmando la distribución equitativa de la riqueza, además de nuevas estrategias de desarrollo (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013).

La matriz productiva se enfoca en resolver el desempleo, la pobreza y la desigualdad, el turismo es uno de los sectores estratégicos para solucionar el subdesarrollo, se impulsará el turismo mediante desarrollo vial, tecnología, innovación e infraestructura que será importante para que el turismo crezca y la población pueda aprovechar este sector de mejor manera convirtiéndose en un fuente de rentabilidad para hogares y empresas ecuatorianas.

Años anteriores se discutía temas de turismo sin enfocarse como sector de desarrollo, hoy en día los gobiernos autónomos descentralizados están buscando proyectos para potenciar las parroquias y mediante este estudio promover el turismo en las mismas para sacar un beneficio económico y social.

Objetivos nacionales Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 5-La interculturalidad y la cultura como ejes transversales en la política pública.

El estado debe preocuparse por promover los saberes ancestrales ,además de apoyar la producción artística y la generación de industrias culturales, con la ayuda del sector de la economía popular y solidaria , uno de los sistemas impulsores es el Sistema de Información Cultural el cual cuenta con un Registro Único de Actores Culturales, un Atlas Musical y Sonoro del Ecuador y un Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural del Ecuador , sin embargo este sistema no permite hacer un seguimiento y evaluación a la política cultural, sin embargo esto está propuesto para años posteriores para una mejora en el ámbito cultural. (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013)

Alangasí tiene una gran diversidad de atractivos culturales, los cuales no han sido aprovechados en su totalidad, además de artistas que fabrican cuadros, cerámicas, canastos y otros objetos que deberían ser considerados como patrimonio cultural de esta localidad, el Plan Nacional del Buen Vivir ampara estos atractivos culturales para que los artistas puedan realizar sus microempresas y den a conocer al mundo su cultura y puedan desarrollarse social y económicamente.

Promover Industrias y los emprendimientos culturales y creativos con su aporte a la transformación de la matriz productiva

Definir los bienes y servicios culturales estratégicos y promover su circulación, en el marco de la integración integral regional, además de promover mecanismos de información para dar a conocer las industrias culturales y creativas, para un aporte económico a nivel macro y micro, incentivando su libre mercado, difusión, distribución, rescatando el valor simbólico y ancestral (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013).

Los bienes y servicios culturales de Alangasí, están dispuestos en toda la parroquia tanto para ser comercializados, como también para ser difundidos por medios para atraer el turismo hacia la parroquia, el Plan promueve esta iniciativa y el estudio del proyecto permitirá desarrollar emprendimiento de los artistas que se encuentran en Alangasí por otra parte también la difusión de atractivos naturales y culturales que son parte de la historia de Alangasí permitirán el desarrollo en el sector turístico.

Objetivo 7- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

La responsabilidad de las actuales y futuras generaciones y con el resto de las especies es un principio fundamental para prefigurar el desarrollo humano. La economía depende de la naturaleza, porque provee de recursos a las comunidades además Ecuador es considerado entre los 16 países más mega diversos del mundo, tiene grandes recursos naturales, pero lamentablemente algunos recursos han sido afectados por el ser humano es importante crear un

sistema de conservación para la sostenibilidad de los recursos naturales. (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013)

Alangasí posee atractivos naturales los principales son el Volcán Ilaló que ha sido aprovechados por sus habitantes y por el municipio con la utilización de las aguas termales que se encuentran en el volcán, lamentablemente el atractivo natural también ha sido afectado por múltiples incendios y erosión del suelo. Esto hace que el volcán afecte su estructura y que sea poco atractivo para turistas, por otra parte también la afectación del ecosistema debido a que existen diversas especies de animales. Así también los ríos Pita y Ushimana según los estudios realizados por el Consejo Provincial de Pichincha tienen una gran afectación en sus aguas en la parte que atraviesa por la parroquia, aguas contaminadas por basura, residuos de crudo de petróleo y otros han sido factores dañinos para estos recursos.

Mediante el estudio se promoverá el cuidado, sostenibilidad y sustentabilidad, para que las generaciones futuras puedan aprovechar los atractivos naturales.

Objetivo 8-Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible

Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario.

Fomentar el turismo comunitario y turismo social, mediante el estudio de potencialidad de los atractivos naturales y culturales se busca desarrollar el turismo social mediante la creación de rutas naturales y culturales que muestra la riqueza de atractivos que tiene Alangasí además de incentivar el turismo comunitario debido a que turistas del país conocerán más sobre costumbres y tradiciones de la parroquia.

Estrategia Nacional Territorial

Considerándose como objetivo diez y uno de los más importantes el: Lineamientos para el eje de la Matriz Productiva

Promover el desarrollo del turismo a lo largo del territorio nacional, considerando las características culturales y paisajísticas de cada región. Además en el Lineamiento para el eje de reducción de brechas, menciona

promover el turismo comunitario para que genere empleo a la población y oportunidades sustentables a largo plazo. (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013).

Este lineamiento encaja con el estudio que se realiza en la parroquia de Alangasí mediante la investigación de los recursos naturales y culturales para promover el desarrollo y la difusión de los mismos, además de generar fuentes de trabajo mediante el turismo.

Lineamientos para la Inversión de los recursos Públicos y la Regularización Económica

A través de la inversión pública el Estado apuntalará el desarrollo de las siguientes industrias básicas: refinería, petroquímica, metalurgia, adicionalmente impulsará actividades con gran potencial como es el turismo, alimentos frescos y procesados, energías renovables biotecnología, servicios ambientales y otros. (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013)

Mediante este lineamiento se determinó que el turismo es uno de los sectores prioritario que estará desarrollando el estado a lo largo del tiempo, hasta que se convierta en una de las primeras fuentes de ingresos para el país y de esta manera se designen más recursos para el mejoramiento de todos los atractivos en el Ecuador.

Agenda Zonal 9

La Zona de Planificación 9 corresponde al Distrito Metropolitano de Quito, la zona concentra el 16 % de la población nacional con 2'239.191 habitantes, aproximadamente el 49,1% es población urbana, además que la mayoría de la población es joven, Además en la zona se concentra el 20% de los establecimientos productivos del país, el 89% del total de la provincia de Pichincha en ventas y el 45% del total Nacional según el INEC censo 2010.

La Zona 9 posee un importante patrimonio cultural material e inmaterial que se extiende no solo en el Centro Histórico que fue nombrado por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad si no también esto se evidencia en

los centros parroquiales, las edificaciones inventariadas, antiguas haciendas, sitios arqueológicos, iglesias y otros. El patrimonio Cultural Intangible constituye las manifestaciones culturales, costumbres, tradiciones expresadas a través de música, pintura, tradición culinaria. La matriz productiva nos habla acerca de posicionar a todo el Distrito metropolitano de Quito como destino turístico a nivel mundial, a través de la diversificación de la oferta de calidad, también se habla del fortalecimiento económico de las pequeñas empresas, para el mejoramiento de las localidades el DMQ. (SENPLADES, <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>, 2013).

Esto impulsa a las parroquias urbanas y rurales a realizar proyectos de mejora para el desarrollo.

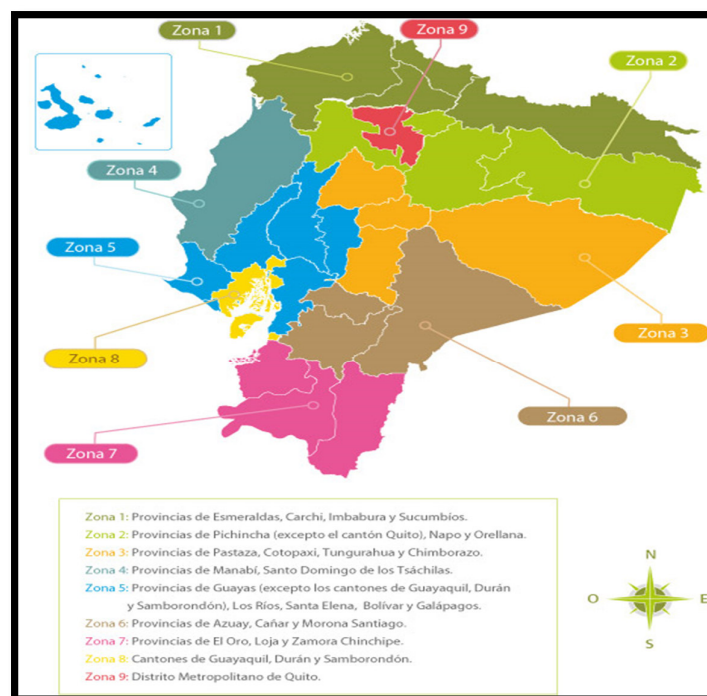


Figura 24 Mapa Zonal

Fuente: (SENPLADES, Mapa zonal Ecuador, 2013)

**Programa de Fortalecimiento a la Descentralización Turística
PLANDETUR 2020 Ecuador**

En 2001 el Ministerio de Turismo arrancó el programa de Descentralización de la actividad turística, mediante el que se ha cedido la competencia de turismo a 76 municipios y diecinueve consejos provinciales, lo que ha traído grandes beneficios al sector, pero también ha generado algunos problemas y faltas de coordinación mutua. Dentro de este programa, y según las funciones de la descentralización turística, su fortalecimiento también se da a partir de que los organismos descentralizados cuenten con el conocimiento y los procedimientos para aplicar los mecanismos recomendados por el Programa ST-EP de la OMT.

Los organismos descentralizados tienen como objetivos: Fortalecer y mejorar el proceso de Descentralización Turística de Ecuador, Consolidar las relaciones entre los Gobiernos Seccionales y el Ministerio de Turismo. En cambio como metas: Contar en el mediano plazo con un sistema turístico que funcione coordinadamente entre Gobiernos Seccionales Descentralizados y el Ministerio de Turismo, Contar con funcionarios de gobiernos seccionales y con agentes políticos locales de 76 municipios, capacitados en el desarrollo y gestión del turismo sostenible.

Para el caso de estudio el Municipio de Quito y el Consejo Provincial de Pichincha son los encargados de facilitar los fondos para el GAD, además de promover el desarrollo turístico en la parroquia de Alangasí. La inclusión social y el progreso de la localidad es uno de los principales enfoques, en los que se rigen los Gobiernos Descentralizados para fortalecer y mejorar el turismo y otros sectores que beneficien a la misma.

Programa de Coordinación Interinstitucional para el Turismo Sostenible

El Programa se refiere a la necesidad de emprender un proceso de Coordinación con todos aquellos actores que tienen de una u otra manera que ver con el fenómeno turístico: políticos, conservacionistas, otras entidades estatales, gobiernos seccionales, la Academia, empresarios, comunidades, entre otros. Los principales objetivos de este programa son: Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar

el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada, Lograr una coordinación constante y eficiente entre el Ministerio de Turismo y los Gobiernos Seccionales, los Gremios Turísticos y el sector productivo en general, Establecer compromisos de acción conjunta entre los organismos del estado, tanto del gobierno central, como del régimen seccional, Facilitar la actividad turística en el sector privado a través del mejoramiento y reducción de los procesos burocráticos.

Las metas principales son: Incrementar la participación política-técnica y financiera del turismo dentro del Estado, Creación de la Secretaría Técnica de seguimiento al PLANDETUR 2020 y un estudio que permita tomar las decisiones necesarias para la creación de Organizaciones de Gestión de Destino como organismos de cooperación público – privado para la mejora del Turismo en las zonas identificadas por el PLANDETUR 2020 2020, Establecer en el mediano plazo, un sistema eficaz de veedurías ciudadanas locales de participación y control social a la gestión pública del turismo, A mediano plazo lograr el establecimiento de una adecuada conectividad y accesibilidad hacia y desde Ecuador.

En la parroquia de Alangasí la empresa se ven reflejadas más en el turismo, debido a que habido el apoyo del municipio de Quito para que estas personas puedan emprender sus negocios, pero cabe recalcar que en infraestructura turística, no existe un verdadero desarrollo, es decir en hoteles, hosterías y restaurantes que se están convirtiendo en una necesidad para cubrir la demanda.

Programa de Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador

Este Programa trata acerca de la planificación general, especialmente en el campo del turismo, especialmente para la toma de decisiones estratégicas en el turismo en situaciones de crisis, además del monitoreo y la evaluación del sector. Se utiliza un Sistema Integrado Siete (Sistema de Información Estratégica para el turismo del Ecuador).

Los principales objetivos de este programa son: Mejorar la capacidad de gestión y desarrollo turístico sostenible a partir de un cuerpo de información estratégica y operativa para la toma de decisiones, Diseñar e implementar estudios específicos de turismo desde la óptica de la oferta, demanda y canales de distribución, Impulsar el desarrollo de canales de comunicación gremial transparente que permitan a los asociados contar con información de interés para el desarrollo de sus actividades, incluyendo oportunidades de negocio y proyectos.

Además de que la meta propuesta es: En cinco años tener un sistema integral de información estratégica, concentrado en un solo lugar, que contenga la realidad del turismo ecuatoriano y que sea usado por todos los gestores públicos, privados y comunitarios

El presente proyecto se alinea al programa de Sistema de Información Estratégica para el turismo, debido a que se busca mejorar la gestión y desarrollo de la parroquia mediante estrategias propuestas en el plan de esta manera se contribuye con el fortalecimiento y progreso del turismo en Alangasí. Lamentablemente no se ha cumplido lo establecido que es este Sistema Estratégico hasta el 2016.

Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario para el turismo de Ecuador

Este programa trata de los emprendimientos económicos comunitarios realizados por las comunidades y organizaciones comunitarias de las nacionalidades y pueblos del Ecuador, promueven la operación turística bajo la óptica de vivir una experiencia económica social comunitaria, generando alternativas económicas solidarias y productivas. Un factor importante a considerar es que la operación turística comunitaria, está reconocida dentro del marco legal regulatorio del país, como “centro de turismo comunitario.

Como objetivo principal: Promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario para mejorar la calidad de vida de las comunidades de las nacionalidades y pueblos de Ecuador, desde una perspectiva integral sustentable y sostenible con identidad

Metas: Conservación eficaz de sitios de patrimonio cultural e histórico para el turismo; Comunidades promocionan de manera efectiva sus culturas y tradiciones para el turismo. Estas metas propuestas por este programa se enfocan en conservar la cultural de la gente además de promover un desarrollo económico en la parroquia, Alangasí cuenta con personas que realizan canastos y artesanías de carrizo para ellos este es el sustento de su vida diaria, es por este motivo que el Gobierno parroquial está incentivando esta iniciativa realizando ferias de venta de estas artesanías, que constituyen un atractivo cultural en la parroquia.

Estos cuatro programas son los direccionamientos que tomará el proyecto de investigación turística para su desarrollo, enfocándose en estrategias de desarrollo para la parroquia de Alangasí y de esta manera mejor la calidad de vida de sus habitantes.

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alangasí- Realizado por el Gobierno de Pichincha.

Este es una herramienta de planificación prevista por la constitución y los COOTAD, con el fin de ordenar, armonizar y compatibilizar las decisiones estratégicas respecto al desarrollo de las parroquias, este plan debe estar alineado al plan del Buen Vivir. Contribuyendo en los diversos proyectos de desarrollo para la parroquia y describiendo las diversas empresas que se desarrollan en la zona, impulsando al turismo como fuente de progreso destacando los atractivos turísticos más importantes con el fin de promover las artesanías, gastronomía, el turismo de salud y su exuberante naturaleza, mostrando los diferentes tipos de turismo que posee la parroquia y que pueden ser llegar a desarrollarse para el beneficio de Alangasí. En el análisis del posicionamiento situacional de la parroquia mediante un FODA, la diversidad

de recursos naturales estratégicos que se potencia el turismo, es una de las primeras fortalezas que posee Alangasí, junto con el impulso del Ministerio de Turismo para capacitar a la población, con el fin de realizar una correcta ejecución de posibles proyectos turísticos. (Pichincha C. P., 2012)

El gobierno provincial de Pichincha con el fin de catalogar los atractivos más visitados, junto con el tipo de turismo que se realiza y el origen de los turistas realizó la siguiente tabla:

Tabla 15
Atractivos turísticos Alangasí

Atractivo Turístico	Ubicación	Tipo de turismo	Origen de turistas	Tipo de administración
EXISTENTES				
Centro Cultural Alangasí	Barrio Central	Turismo Recreativo	Nacionales Y Extranjeros	Público D.M. Quito
Complejo deportivo de Aguas termales el Tingo	Barrio El Vergel	Turismo Recreativo	Nacional y Extranjero	Privado
Volcán del Ilaló	Barrio Guantugloma	Turismo Recreativo	Nacionales y Extranjeros	Privada
Castillo del Gringo Loco	Barrio Guantugloma	Recreativo-selectivo	Nacionales y Extranjeros	Privada
Cruz de Ilaló	Barrio La Cocha	Turismo Recreativo	Nacionales	Privada
Club de campo agua y montaña		Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
Campamento DIFARE	DIFARE	Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
La Chonera	Barrio Angamarca	Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
Balneario Angamarca	Barrio Angamarca	Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
Balneario Hostería Eucaliptos	Barrio Las Retamas	Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
Balneario Agua Luna	Barrio Jerusalén	Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
Fuentes Cristalinas	Los piqueros captus	Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
Complejo Mirasierra	Av. intervailles	Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
Cabañitas Ilaló		Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada
Club banco del Pacifico		Turismo Recreativo	Locales Nacionales	Privada

Fuente: (Pichincha G. d., 2012)

Con el propósito de impulsar los atractivos antes mencionados, el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alangasí propuso en sus lineamientos estratégicos el desarrollo de turismo ecológico comunitario, impulsando de esta forma la economía local sostenible.

Plan de Desarrollo Estratégico Parroquial- realizado por el Gobierno local de la parroquia de Alangasí.

Con el fin de iniciar cambios beneficiosos para la parroquia, se realiza la apertura de la junta parroquial de Alangasí con la cooperación del Distrito metropolitano de Quito. Del cual se elaboró el plan de desarrollo estratégico,

como un compromiso de diálogos entre la comunidad, dirigentes barriales y funcionarios de la Junta Parroquial. Analizando todos los puntos socioeconómicos de la parroquia se determinó que el turismo ha logrado un papel protagónico en la economía local, siendo una actividad sustentable con múltiples oportunidades de fuentes de trabajo. Destacando los atractivos turísticos que posee la parroquia, con una ubicación privilegiada y cercana a la capital, pero que no ha podido posicionarse como un destino turístico de importancia debido a la falta de infraestructura hotelera. Actualmente la parroquia impulsa a la agricultura como fuente primordial de desarrollo, lamentablemente relegando al turismo como opción secundaria o hasta terciaria de desarrollo económico, pero con una visión a futuro de priorizar al turismo.

En el documento se menciona los diferentes tipos de turismo que se realiza en la parroquia de Alangasí tanto natural, cultural y gastronómico. Parte de las propuestas a desarrollar por el GAD de Alangasí es el impulso para gestionar la difusión y promoción local y nacional de los atractivos turísticos, logrando que al 2020 se un centro eco turístico y agroecológico llamativo para los turistas. (República, 2010)

2.1.5.4. Convenios y programas de Cooperación Internacional

Alangasí como Gobierno Autónomo Descentralizado difícilmente puede acceder a un convenio o tratado internacional, cualquier proyecto se lo realizaría a través de las ONG's, difícilmente la parroquia pueda hacerlo directamente. De acuerdo a la entrevista con el Presidente de la junta Parroquia de Alangasí, Lic. Luis Morales, realizada el día 13 de enero de 2016, se había presentado un proyecto en el 2015 a la comunidad Europea, acerca de la revitalización del volcán Ilaló, lamentablemente fue denegada.

2.1.6. Entorno Legal

Son factores que influyen directamente en la empresa, debido a que antes de tomar decisiones en una organización se debe regir en leyes, reglamentos,

estatutos propuestos por la misma o ya sean de un país. Se analizará los siguientes puntos: Constitución del Ecuador, Tratados y convenios internacionales, leyes y reglamentos de temas: laborales, tributarios, social y ambiental, además de permisos y operación y funcionamiento.

2.1.6.1. Constitución de la República del Ecuador

En la constitución del Ecuador existen diferentes artículos que se relacionan con el tema en estudio, pero lastimosamente no existe uno que hable de turismo, a continuación se mencionará cada uno de estos:

En la sección novena-Personas usuarios y consumidoras- artículo 52 señala que todas las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios en óptimas condiciones, y si existiera un desperfecto o daño en la persona que consume el prestador de bienes o servicios será sancionado. Esta ley ampara al consumidor de todo tipo de servicios, es por esta razón que las personas que oferten productos o servicios deben ser competentes en su trabajo, porque esta ley ampara al consumidor, de igual manera en turismo, ya sean productos o servicios turísticos estos deben cubrir necesidades y satisfacer al cliente.

Así también se menciona en el artículo 53 que las organizaciones públicas deben implementar un sistema de satisfacción al cliente, además de poner en práctica sistemas de atención y reparación, estas medida no se aplican en su totalidad, por ejemplo en el GAD de Alangasí que es un entidad pública no existe programas de satisfacción de los usuarios, para determinar qué tan competente es el trabajo de los colaboradores públicos.

En la sección quinta-Cultura- Artículo 377 menciona, que la cultura fortalece la identidad nacional, además de proteger la diversidad de expresiones, incentivar la creación artística, difusión para el disfrute de bienes y servicios culturales, además el artículo 397 indica que las lenguas, formas de expresión, creaciones culturales, rituales festividades, sitios naturales, paisajes que constituyan referentes de la identidad de los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico etnográfico y paleontológico son consideradas patrimonio cultural , el Estado velará por este patrimonio y sancionará al que lo dañe. Alangasí cuenta con patrimonio cultural tanto tangible como intangible

por sus fiestas, costumbres, tradiciones, recursos naturales, además de recursos artísticos y otros que deben ser aprovechados y expuestos para la atracción de turistas.

Naturaleza y ambiente- Artículo 395 - La constitución reconoce el principio ambiental sustentable de desarrollo ambiental y de la diversidad cultural, y regeneración natural, para que las generaciones presentes y futuras gocen de estos recursos. Además en el artículo 404-Patrimonio natural y ecosistemas menciona que las formaciones geológicas, físicas y biológicas, se las debe proteger, conservar recuperar y promocionar. (Constituyente, 2008)

Mediante la realización del proyecto se busca dar a conocer los atractivos naturales y culturales con los que cuenta la parroquia mediante rutas turísticas que estarán realizadas bajos esquemas que no influyan el impacto ambiental, y que los recursos permanezcan en el tiempo para futuras generaciones.

2.1.6.2. Tratados y Convenios Internacionales

Ecuador carece de algún un programa de cooperación internacional que sea dedicada netamente al turismo o al desarrollo del turismo en Ecuador; existen convenios acerca de arte y cultura, como el intercambio intercultural y multiétnico con Austria por un monto de \$48.300,00 dólares invertidos en Ecuador, lamentablemente a otras causas distintas al turismo. A diferencia de los programas de cooperación internacional, Ecuador cuenta con diversos convenios con diferentes países como el acuerdo de movimiento turístico intenso entre Ecuador y Colombia que facilita el movimiento de los turistas colombianos y ecuatorianos en todo el territorio de ambos países, permitiendo un mayor afluente de turistas al Ecuador. Junto con este tratado se impulsaron diferentes proyectos binacionales que faciliten el turismo como el Fondo Conjunto de Promoción Turística, la Ruta Espiritual y otras más. Para el análisis de estos temas se basó en la promoción y facilitación turística, por lo que ambas naciones trabajarán para el aumento de turistas en cada uno de los países. (Nacional, 2013)

Esto permite el mayor flujo de turistas en todo el país, aumentando el número de visitantes a la parroquia de Alangasí, desarrollando la afluencia de gente hacia este sector.

2.1.6.3. Leyes y Reglamentos en temas: laborales, tributarios, social y ambiental.

De acuerdo con el código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización (COOTAD) donde se encuentran estipulado las leyes y reformas, donde se regula la organización política administrativa para los municipios, parroquias y gobiernos descentralizados. Contiene las diferentes normas que los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, se basaran su organización. Respecto al proyecto de titulación se enfoca a la organización del Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí respecto al turismo.

En el artículo 84 que los gobiernos autónomos descentralizados provinciales podrán hacer uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio, a efectos de cumplir su competencia de turismo en el marco del fomento productivo. Esto ocasiona que los gobiernos autónomos descentralizados, desarrollen y potencialicen el turismo en cada una de sus parroquias. (República, 2010)

Además de contar con un estímulo tributario, con la finalidad de estimular el desarrollo del turismo para la protección y defensa el medio ambiente, los concejos cantonales o metropolitanos podrán, mediante ordenanza, disminuir hasta en un cincuenta por ciento los valores que corresponda cancelar a los diferentes sujetos pasivos de los tributos establecidos. También los gobiernos autónomos descentralizados podrán priorizar las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios. Con estos artículos se demuestra el respaldo que dan los gobiernos autónomos descentralizados al turismo.

2.1.6.4. Permisos de operación y funcionamiento

Los permisos de operación y funcionamiento no aplican debido a que el organismo que rige el GAD es el Municipio de Quito, también el presidente del GAD menciona que los permisos que ellos otorgan son únicamente dentro de la parroquia, y estos permisos simplemente son de índole festivos.



2.2. Microambiente

Conjunto de factores en el entorno inmediato de una empresa que influyen en la capacidad de ésta para servir a sus clientes; es decir, a la propia compañía, sus intermediarios, sus mercados meta, los competidores y los públicos que atiende.





2.2.1. Atractivos turísticos (Naturales y Culturales) de Alangasí

Atractivos naturales, culturales de Alangasí





Tabla 16
Atractivos Turísticos Alangasí

Atractivo	Foto	Explicación
Volcán inactivo Ilaló	 <p style="text-align: center;">Figura 25 Volcán Ilaló</p>	El volcán Ilaló es un volcán inactivo hace miles de años, la última erupción fue hace 1.6 millones de años, tiene una altura de 3.169 msnm, fue un asentamiento de comunidades ancestrales hace 10 mil años. Es un mirador natural.
Balnearios de Aguas termales “El Tingo”	 <p style="text-align: center;">Figura 26 Balneario El Tingo</p>	Alangasí cuenta con diferentes balnearios de aguas termales originarios del Volcán inactivo Ilaló.





Continúa 

Balneario Fuentes Cristalinas	 <p style="text-align: center;">Figura 27 Balneario Fuentes Cristalinas</p>	Es un balneario ubicado en el barrio Ushimana, tiene una infraestructura turística aproximadamente para 50 personas, además contiene un restaurante, dos piscinas con tobogán, canchas de básquet, y áreas verdes.
Hacienda Ushimana	 <p style="text-align: center;">Figura 28 Hacienda Ushimana Fuente: (Guía local, 2014)</p>	Este establecimiento turístico está ubicado en el barrio Ushimana. Ofrece servicios de piscina, spa, eventos, canchas deportivas y áreas verdes.
Ministerio del Deporte Ushimana	 <p style="text-align: center;">Figura 29 M.D. Ushimana Fuente: (Ministerio del Deporte, 2014)</p>	Antigua Superintendencia de Compañías, ahora centro recreacional del Ministerio del Deporte en su infraestructura turística tiene gimnasio, piscinas, canchas deportivas, salón de eventos.
Complejo Turístico de Angamarca	 <p style="text-align: center;">Figura 30 Complejo Angamarca Fuente: (Local, 2012)</p>	Es un complejo turístico ubicado en el barrio de Angamarca. Ofrece servicios de alojamiento, piscina, canchas deportivas, hidromasaje, espacios verdes.

Continúa 





<p>Hostería Mirasierra</p>	 <p>Figura 31 Hostería Mirasierra Fuente: (Sierra, 2009)</p>	<p>Está ubicada en el barrio del Tingo y ofrece servicios de alojamiento, banquetes, eventos, piscinas con toboganes, hidromasaje, áreas verdes, canchas deportivas.</p>
<p>Castillo del gringo loco</p>	 <p>Figura 32 Castillo del Gringo Loco</p>	<p>Castillo del gringo loco que es una construcción abandonada formada por túneles, cuevas, fosas de ladrillo, muros de piedra y pozos. Entre las personas que viven cerca, este lugar tiene fama de estar embrujado. Por su extravagancia, este lugar ha motivado diferentes leyendas e historias sobre su origen.</p>
<p>Río Pita</p>	 <p>Figura 33 Río Pita (La Hora, 2016)</p>	<p>Son de los afluentes de agua más importantes en la parroquia de Alangasí que nacen de los deshielos del Cotopaxi y Sincholagua. Además divide a Quito y Sangolquí</p>
<p>Banda de pueblo de Alangasí</p>	 <p>Figura 34 Banda Santo Tomás de Alangasí Fuente: (the flight of the zamarrito, 2013)</p>	<p>Ganadora a la mejor banda de pueblo en el concurso de Bandas organizado por Ecuavisa en el primer concurso de bandas de Quito. Es una de las bandas de pueblo más famosas en Quito. Sus integrantes son de diversas edades desde 13 años a 67 años, casi todos son familiares.</p>

Continúa 

<p>Festejo Virgen de la Candelaria (2 de Febrero)</p>	 <p>Figura 35 Fiesta de la Virgen de la Candelaria Fuente: (Alangasí Gobierno Parroquial, 2012)</p>	<p>Fiestas en Honor a la Santísima Virgen de La Candelaria, se realizarán varios actos culturales, deportivos y sociales en estas fiestas.</p>
<p>Paso del Chagra</p>	 <p>Figura 36 Paso del Chagra</p>	<p>En honor a la Virgen de la Candelaria los hacendados y chagras de la parroquia de Alangasí y de las parroquias vecinas, realizan un desfile, para mostrar sus mejores ejemplares</p>
<p>Toros de Pueblo</p>	 <p>Figura 37 Toros de Pueblo</p>	<p>Las familias de Alangasí con ganado vacuno se encargan de realizar corridas de toros en honor a las festividades de la Virgen de la Candelaria.</p>
<p>Fiesta de las 3 cruces(3 de mayo)</p>	 <p>Figura 38 Fiesta de las 3 cruces Fuente: (GAD, 2011)</p>	<p>Fiesta religiosa que se celebra el 3 de mayo de cada año, tiene su origen en el hallazgo recordar la cruz donde murió Cristo, el arraigo popular de la fiesta proviene de ciertas celebraciones de los romanos, en la cual participan ciertos barrios de la parroquia</p>

Continúa






<p>Fiesta de San Juan y San Pedro</p>	 <p>Figura 39 Fiesta de San Juan y San Pedro Fuente: (GAD, 2011)</p>	<p>Fiestas en conmemoración a los santos patronos del barrio Angamarca y el Tingo, celebradas en el mes de junio en las cuales participan representaciones de turcos, danzantes, negros (representación de la etnia afro ecuatoriana), otavaleños, bandas de pueblo, vísperas, juegos pirotécnicos, actos culturales, sociales y populares.</p>
<p>Diablos de Semana Santa</p>	 <p>Figura 40 Diablos de Semana Santa</p>	<p>Es uno de los desfiles más representativos de Alangasí, un acto religioso con alto contenido pagano que representa la victoria del bien contra el mal.</p>
<p>Fiesta de Corpus Christi</p>	 <p>Figura 41 Fiesta de Corpus Cristi Fuente: (Comercio, 2012)</p>	<p>La fiesta tradicional, en la que el mundo indígena se funde con el rito religioso católico, invita a los moradores del sector y a los visitantes a revalorizar las festividades y costumbres ancestrales. Se celebra en el mes de Junio</p>
<p>Iglesia Central Santo Tomás de Alangasí</p>	 <p>Figura 42 Iglesia de Alangasí</p>	<p>Está ubicada en el parque central de Alangasí, con el nombre de Iglesia central Santo Thomas de Alangasí, es la principal iglesia en la parroquia.</p>

Continúa 

<p>Iglesia de San Carlos</p>	 <p>Figura 43 Iglesia San Carlos Fuente: (Facebook exposición de fotos antiguas Alangasí San Carlos, 2016)</p>	<p>Se encuentra ubicada en uno de los Barrios más grandes de la parroquia que es San Carlos.</p>
<p>Iglesia de Betania</p>	 <p>Figura 44 Iglesia de Betania Fuente: (Wix, 2015)</p>	<p>Se encuentra ubicada entre el barrio San Carlos y Ushimana es una de las iglesias más lujosas de la zona</p>
<p>Iglesia y mirador de Ushimana</p>	 <p>Figura 45 Iglesia de Ushimana</p>	<p>La iglesia está ubicada en el Barrio Ushimana. Construida en el año de 1992, con la colaboración del prefecto de Pichincha ese entonces el Sr. Federico Pérez, según la placa conmemorativa colocada a lado derecho del ingreso.</p>
<p>Iglesia del Tingo</p>	 <p>Figura 46 Iglesia del Tingo</p>	<p>Está ubicada en el parque Central del barrio del Tingo.</p>

Continúa 

Cruz del Ilaló	 <p>Figura 47 Cruz del Ilaló Fuente: (Ecuador D. , 2013)</p>	<p>La cruz de hierro fue construida en 1936 por el colombiano Leopoldo Mercado, resolvió levantar una cruz que cumpliera dos finalidades: servir de pararrayos y para que el pueblo se acordara de él y rezara una Ave maría. Mide 18 metros de altura. Fuente: Destinos Ecuador</p>
Parque Iconográfico de Alangasí	 <p>Figura 48 Parque Iconográfico Alangasí</p>	<p>Ubicado en el Centro de Alangasí, este parque iconográfico posee diversas figuras muy coloridas, que representan cada uno de los atractivos más conocidos de Alangasí.</p>
Semana Santa Cucurucho s	 <p>Figura 49 Cucurucho s Fuente: (Quito Capital cultura 2011, 2011)</p>	<p>Lo cucurucho s son penitentes que desfilan en el viacrucis de semana santa. Es una de las tradiciones más respetadas entre los habitantes de Alangasí</p>
Festival de la Pirotecni a	 <p>Figura 50 Festival de la Pirotecni a</p>	<p>Festival pirotécnico donde varias familias artesanas construyen castillos de fuegos pirotécnicos gigantes.</p>

Continúa 

<p>Descubrimiento de los restos del Mastodonte</p>	 <p>Figura 51 Restos del Mastodonte Fuente: (Ecuador Fósil, 2013)</p>	<p>En Alangasí se encontró los restos de un Mastodonte y de un dientes colmillos de sable, estudiado por Franz Spillmann, demostrando sus estudios de los vertebrados fósiles en Alangasí.</p>
<p>Artesanías en carrizo</p>	 <p>Figura 52 Artesanías en Carrizo</p>	<p>Canastas de todo tamaño, elaborados por Artesanos Alangaseños, en la "1ra Feria del Carrizo Alangasí 2015" realizada en la Plaza Gastronómica de El Tingo, organizado por el GAD de Alangasí.</p>
<p>Artes Plásticas</p>	 <p>Figura 53 Artes Plásticas Fuente: (Alangasí Gobierno Parroquial, 2012)</p>	<p>Artes Plásticas (aproximadamente 15 artistas plásticos), premios a nivel nacional e internacional, seguidores de Endara Crow La parroquia es cuna de una gran cantidad de pintores y escultores con renombre nacional e internacional. Uno de los escultores más reconocidos es el Sr Tito Puentes quien menciona que toda su vida se ha dedicado a esta arte realizando figuras representativas del Ecuador como piqueros de patas azules y personas de culturas del Ecuador.</p>
<p>Concurso de Pesebres y Arreglos de Fachadas de Casas</p>	 <p>Figura 54 Concurso Fachadas de Casas Navideñas Fuente: (El Comercio, 2014)</p>	<p>En la parroquia de Alangasí se realiza la elección de la casa con la mejor fachada navideña y los mejores pesebres, realizados con luces, arreglos florales, muñecos, arboles todo de manera original.</p>





Continúa 

<p>Elección de la Reina de la Parroquia</p>	 <p>Figura 55 Elección de la Reina de la Parroquia</p>	<p>En enero se realiza la elección de la Reina de la parroquia de Alangasí. Por motivo de las fiestas de la Virgen de la Candelaria que se realizan que son el 2 de febrero de cada año.</p>
<p>Museo de la Iglesia Matriz de Alangasí</p>	 <p>Figura 56 Museo de la Iglesia Matriz de Alangasí</p>	<p>Es la iglesia representativa de Alangasí ubicada en el parque central. Posee un museo donde se puede observar pinturas y figuras expuestas por los artesanos de la zona.</p>
<p>Santuario de Schoenstatt</p>	 <p>Figura 57 Santuario de Schoenstatt</p>	<p>Este Santuario es un Centro Mariano de Peregrinación y de gracias. Su fundador el Padre José Kantenich (sacerdote alemán), fundó el movimiento apostólico de Schoenstatt, el 18 de Octubre de 1914 en Valendar-Alemania.</p>

Continúa 

<p>Feria de Álbumes y objetos antiguos</p>	 <p>Figura 58 Feria de Álbumes y objetos antiguos</p>	<p>Exposición de álbumes y objetos antiguos, que han pasado de generación en generación, con fotografías de los objetos cotidianos, y de personas que han habitado en la parroquia.</p>
<p>Hornado</p>	 <p>Figura 59 Hornado</p>	<p>Es un plato insignias de Alangasí, se trata del cerdo entero cocinado en leña, junto con distintas salsas y especias</p>
<p>Cuadro Vivo-Semana Santa</p>	 <p>Figura 60 Cuadro Vivo-Semana Santa</p>	<p>Atractivo cultural y religioso que todos los devotos católicos pertenecientes a diferentes grupos lo representan, estos grupos son: los diablos, los santos varones, los cucuruchos, los turbantes, los ángeles, los romanos y otros cada uno de estos grupos hace posible la realización del cuadro vivo.</p>





Continúa 

Complejo Deportivo El Tingo	 <p>Figura 61 Complejo Deportivo El Tingo</p>	Es un complejo deportivo con distintas canchas de futbol, básquet, tenis y vóley, además de juegos infantiles, áreas verdes y zona de parrilladas.
Ministerio del Deporte Angamarca Angamarca	 <p>Figura 62 Ministerio del Deporte Angamarca</p>	Este es un centro de recreación familiar que cuenta con una piscina y áreas verdes. Las actividades que se pueden realizar en este lugar son: juegos lúdicos, ingreso a la piscina, juegos deportivos
Club Pacífico	 <p>Figura 63 Club Pacífico Fuente: (Club Pacífico, 2012)</p>	Es un complejo deportivo privado con canchas de futbol, basquet, piscina, gimnasio, parqueadero. Se pueden realizar deportes tanto de futbol, básquet, vóley, parrilladas y natación.
Patio de Comidas	 <p>Figura 64 Patio de Comidas Fuente: (La Hora, 2013)</p>	Este lugar fue remodelada aproximadamente hace 3 años, hoy en día cuenta con parqueadero, división para cada vendedor de comida y una plaza grande donde se realizan eventos culturales




Continúa 

<p>Balneario La Chorrera</p>	 <p>Figura 65 Balneario La Chorrera</p>	<p>Es un balneario con canchas de futbol, piscina, toboganes y parqueadero. Se pueden realizar deportes tanto de futbol, vóley, parrilladas y natación</p>
<p>Capilla de Angamarca</p>	 <p>Figura 66 Capilla de Angamarca</p>	<p>Esta iglesia es llamada San Juan Bautista en honor a los señores Juan de Dios Tipán, José Quimbiulco Y José Calpar por la construcción de la vía principal en 1963.</p>
<p>Complejo Deportivo Alangasí</p>	 <p>Figura 67 Complejo Deportivo Alangasí Fuente: (Wix, 2015)</p>	<p>Es un complejo deportivo con distintas canchas de futbol, básquet, tenis y vóley, además de juegos infantiles, áreas verdes</p>
<p>Centro Cultural Alangasí</p>	 <p>Figura 68 Centro Cultural Alangasí</p>	<p>El Centro Cultural es manejado por el GAD y el Municipio de Quito, en su interior muestra la historia, cultura y tradición de Alangasí.</p>

Continúa 

<p>Agua Luna Baños de Cajón</p>	 <p>Figura 69 Agua Luna Baños de Cajón</p>	<p>Es un lugar de relajación y de tratamientos terapéuticos naturales como el baño de cajón.</p>
<p>Capilla de Jerusalén</p>	 <p>Figura 70 Capilla de Jerusalén</p>	<p>Una de las primeras capillas de Alangasí, se realizan misas dominicales, catecismo y representación del cuadro vivo.</p>
<p>Capilla San Juan de Dios</p>	 <p>Figura 71 Capilla San Juan de Dios</p>	<p>Se encuentra dentro de la propiedad Jesuita, un centro de meditación y paz profunda. Dentro de la misma propiedad existe un hospital de recuperación de personas adictas.</p>
<p>Capilla San Juan Loma</p>	 <p>Figura 72 Capilla San Juan Loma</p>	<p>Se ubica en el barrio San Juan Loma llamada capilla San Pedro construida en 1988.</p>

Continúa 

Río Ushimana	 <p>Figura 73 Río Ushimana Fuente: (Google, 2015)</p>	Es un afluente de agua que abastece a diferentes complejos turísticos en Ushimana
Capilla San José del Tingo	 <p>Figura 74 Capilla San José del Tingo</p>	Esta capilla fue construida según los moradores en el año 2002, se realizan misas de semana santa por el viacrucis que existe en esta fecha, además de misas sacramentales
Mirador San José del Tingo	 <p>Figura 75 Mirador San José del Tingo</p>	Este mirador fue construido alrededor del 2007, con el fin de mejorar el turismo en esta zona

2.2.2. Clientes, turistas y/o visitante

Para comenzar este análisis, se debe primero conocer que es cliente y turista:

Se dice que cliente es una persona que compra bienes y servicios a cambio de dinero; por otro lado, turistas es una persona que se traslada de su entorno habitual a otro entorno geográfico por más de 24 horas además consume bienes y servicios dejando ingresos al lugar de visita.

Los turistas o clientes que llegan a Alangasí son familias de la ciudad de Quito y sus alrededores, este análisis se hizo debido a que en Alangasí existe una variedad de atractivos para todas las edades como balnearios, atractivos naturales, fiestas o celebraciones que son de índole religiosas, además de eventos turísticos que gustan a personas de diferentes edades. Por dicha razón, el proyecto se enfocará a estudiar familias de Quito para que incremente el número de turistas que puedan visitar Alangasí, mediante la publicidad y re categorización, con el fin de crear rutas acorde con las características de este grupo.



Figura 76 Diablos de Semana Santa
Fuente: (Paritula teatral Blog, 2012)



Figura 77 Balneario el Tingo
Fuente: (Diario la Hora, 2011)

2.2.3. Competencia directa e indirecta

La competencia directa que tiene la parroquia de Alangasí es La Merced, es una parroquia rural del Distrito Metropolitano de Quito a 25 km al oeste de la ciudad de Quito. La parroquia de la merced colinda con la parroquia de Alangasí, se encuentra al otro lado del volcán inactivo Ilaló y gracias a las aguas termales que desembocan en esta parroquia existen más de 10 balnearios en la zona, convirtiéndose en una competencia directa para Alangasí. La desventaja que tiene es su topografía, debido a las múltiples quebradas que posee, por ese motivo el crecimiento urbano resulta muy difícil y complicado.

La competencia indirecta son todas las parroquias que rodean Alangasí, debido a que cada una de estas parroquias tiene diferentes atractivos naturales y culturales, siendo potenciales turísticos por aprovechar.

2.2.4. Sustitutos

Los sustitutos de la Parroquia de Alangasí son todas las parroquias rurales que se encuentren en el Distrito Metropolitano de Quito cerca de Alangasí, y tengas similares características de sus atractivos naturales y culturales. Por ejemplo, Pintag que es una parroquia rural que tiene similares atractivos culturales, debido a que sus costumbres y tradiciones son comunes a las de la parroquia de Alangasí, por ejemplo los toros de pueblo, creencias religiosas, producción agrícola, infraestructura arquitectónica, además de producción ganadera, gastronomía, y otras; esto podría representar una amenaza por motivo de que son parroquias cercanas con características semejantes, por ende los turistas pueden preferir visitar Pintag y no Alangasí.

2.2.5. Proveedores

El proveedor es la institución como tal el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Alangasí, quien es el encargado de facilitar el desarrollo del presente estudio, colaborando con la información certera de la parroquia, facilitando el proceso investigativo, para un proyecto en beneficio

mutuo de los autores, las autoridades y la comunidad. De esta manera el proyecto se realizará de una manera transparente, ya que el gobierno descentralizado es el que avala la realización, buscando que mediante el mismo contribuya y aporte proyectos turísticos aún no desarrollados en la parroquia de Alangasí.

2.2.6. Organismos reguladores

El organismo que regula al GAD es el Municipio de Quito, y el GAD de Alangasí regula los barrios que lo conforman la parroquia, además trabaja en coordinación con la policía nacional, policía municipal, Ministerio de Turismo, el cuerpo de bombero, la contraloría, registro civil, con el objetivo de realizar trabajo social en apoyo a las autoridades eclesiásticas de la parroquia. Con el fin de establecer normas y reglamentos en beneficio de los pobladores para el desarrollo de la localidad.

2.3. Análisis Interno

El análisis interno tiene que ver con los recursos y capacidades con los que cuenta una organización, para analizar las fortalezas y debilidades.

2.3.1. Constitución legal de GAD de Alangasí

Como parroquia Eclesiástica en la época de la Colonia, la orden religiosa de los Dominicanos funda el pueblo Angélico de Santo Tomás de Alangasí el 2 de febrero de 1832. Como parroquia Civil fue fundada el 2 de febrero de 1860. Por tal motivo y por admonición a la Virgen de la Candelaria la última semana de Enero se realizan sus fiestas parroquiales. El GAD nace el 19 de Octubre del 2010, con la conformación de la nueva ley del COOTAD que rige a los Gobiernos Autónomos Descentralizados del país, antiguamente se llamaba Junta Parroquial de Alangasí.

2.3.2. Recursos y capacidades

Los recursos tanto tangibles como intangibles, se entiende como los activos que poseen una empresa o institución, que permite el desarrollo beneficioso para la misma para crear capacidades, con el fin de alcanzar las metas propuestas en cualquier actividad económica. Las capacidades se conciben

como las ventajas competitivas que posee una empresa al momento de validar sus fortalezas.

2.3.2.1. Tangibles

Los recursos tangibles son los recursos físicos que pueden ser cuantificables y medibles como los económicos, o los físicos en este caso la infraestructura del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Alangasí donde se enfoca el presente proyecto.

2.3.2.2. Económicos y Financieros

Los recursos económicos son designados por el gobierno y mediante el Municipio de Quito el GAD parroquial puede realizar obras en beneficio, de acuerdo a la entrevista realizada al Presidente de la Junta Parroquial el Sr. Luis Morales, Alangasí recibe 180 mil dólares mensuales para trabajos de participación y desarrollo de Alangasí, lamentablemente al sector turístico no le designan ningún tipo de rubro debido a que este sector solo lo manejan los vocales, debido a la inexistencia de un departamento de turismo, simplemente se designan recursos para festividades de la parroquia.

2.3.2.3. Físicos

Los bienes físicos se consideran a los activos cuantitativos que posee el Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí, donde se desarrollan actividades para toda la parroquia por el desarrollo de la misma, actualmente cuenta con tres edificaciones las cuales son:

Gobierno Local de la Parroquia de Alangasí:

Se encuentra ubicado a dos cuadras del parque central de Alangasí; donde se puede observar la maquinaria pesada que se utilizan para las obras de la parroquia. El gobierno local cuenta con área comunal para reuniones.



Figura 78 GAD Alangasi



Figura 79 Instalaciones externas del GAD de Alangasi



Figura 80 Instalaciones Internas del GAD de Alangasi



Figura 81 El Infocentro de Alangasí



Figura 82 Centro Cultural Alangasí

2.3.2.4. Tecnológicos

El Sistema de Información para los Gobiernos Autónomos Descentralizados – SIGAD, Es la herramienta informática diseñada que se utiliza en los GAD para capturar la información requerida para el cálculo del Índice de Cumplimiento de Metas, Séptimo Criterio Constitucional, para la asignación de recursos a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, relativo al cumplimiento de metas del Plan Nacional de Desarrollo y del Plan de Desarrollo de cada Gobierno Autónomo Descentralizado; a través del Módulo de Cumplimiento de Metas.

Así mismo, a través del SIGAD se captura la información de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de cada una de sus fases: Diagnóstico, Propuesta y Modelo Territorial, y Modelo de Gestión, con el fin de articular la planificación de los diferentes niveles de Gobierno y a la vez vincular de manera eficiente la planificación y el presupuesto, a través del Módulo de Planificación. El Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí utiliza este sistema trimestralmente para compartir la información con los diferentes ministerios y municipios según la planificación de los proyectos.

2.3.2.5. Estructura Organizacional

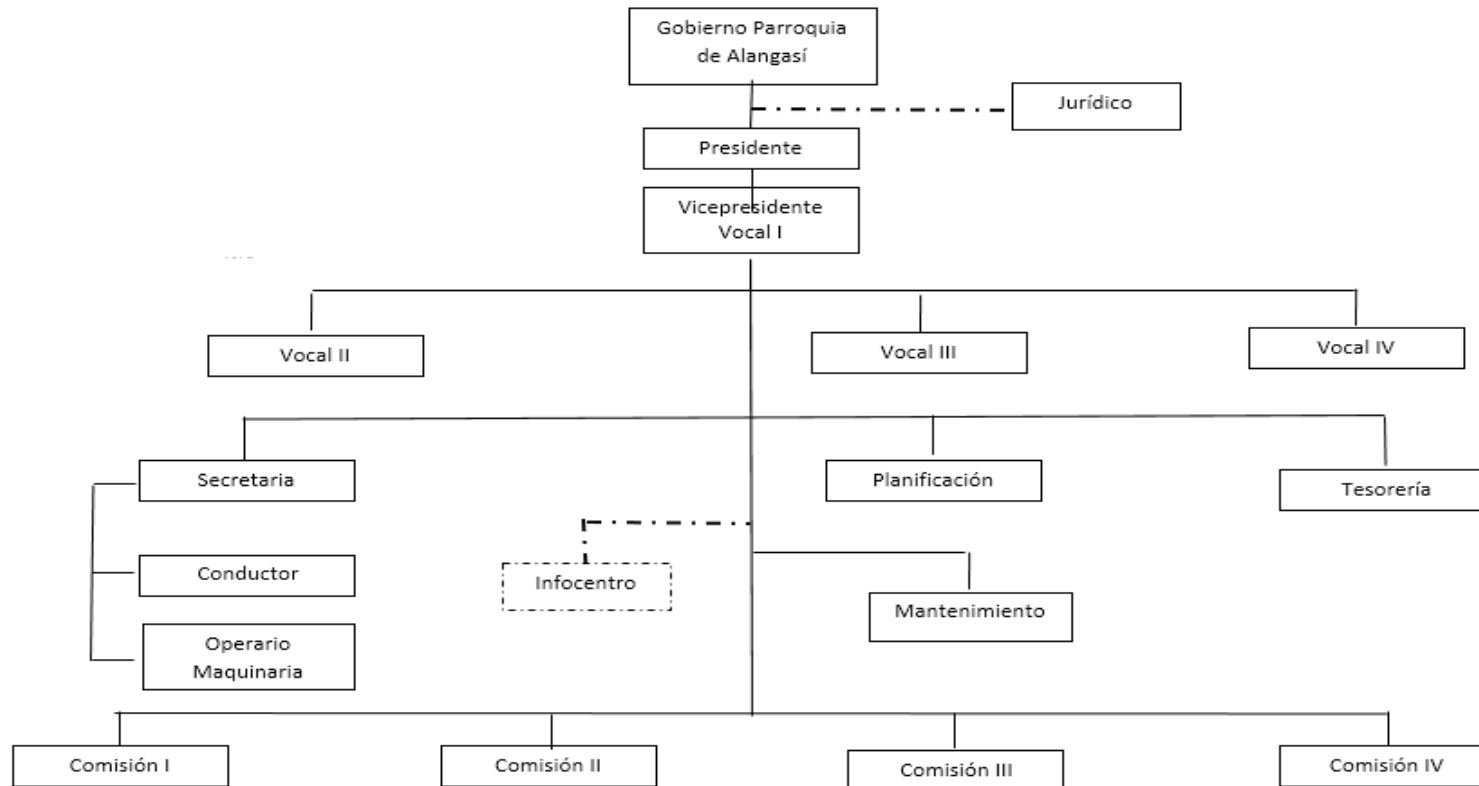


Figura 83 Organigrama Estructural
Fuente: (Gobierno Autónomo Parroquial de Alangasí, 2014)

2.3.3. Intangibles

2.3.3.1. Humanos

Los recursos humanos son fundamentales para que una organización o entidad funcione el GAD de Alangasí cuenta con doce personas que colaboran en la parte administrativa y operativa directamente además de otros colaboradores que ayudan en el desempeño de las actividades de la parroquia, así como también la comunidad que es fundamental para que el GAD y Alangasí pueda salir adelante.

Se analizará los sueldos de las personas que laboran en el GAD de Alangasí: El presidente de la Junta Parroquial, el Sr. Luis Morales mencionó que su sueldo no ha variado desde el 2014, pero los funcionarios de rango más bajo han variado con un sueldo de 366 dólares de las personas que ganaban 344 dólares en el 2014 y de 640 a 700 dólares los funcionarios administrativos que son los vocales del GAD parroquial.

Es importante mencionar cuánto ganan los funcionarios debido a que estos datos deben ser revelados para el público, de manera que se pueda analizar la situación económica que atraviesa la organización.

Tabla 17
GAD Parroquial

	CEDULA	NOMBRE	REMUNERACIÓN UNIFICADA MENSUAL
1	1703292043	MORALES ATAHUALPA LUIS ERNESTO	1,600.00
2	1709931198	QUIMBIULCO YANCHAPAXI HENRRY GIOVANNY	640.00
3	1712578010	CHUMANIA YUJATO TERESA DE LOURDES	640.00
4	1705642120	ERAZO VELEZ MARIO GUSTAVO ANTONIO	640.00
5	1704881851	LÓPEZ ENRIQUEZ FABIÁN VINICIO	640.00
6	1711517936	AVILES GRANDA CESAR AUGUSTO	590.00
7	1715937817	SERRANO AMAGUA MARISELA DEL CONSUELO	480.00
8	1708213127	ANDRANGO QUIMBIULCO GONZALO WILFRIDO	450.00
9	1717470585	RIVERA CHANGOLUISA LIZANDRO DEYVI	450.00
10	1722078886	CASTILLO CASTILLO JONATHAN DAVID	344.59
11	1724925464	CUICHAN CUASCOTA MARIO FERNANDO	600.00

Fuente: (Gobierno Autónomo Parroquial de Alangasí, 2014)

2.3.3.2. Innovación y creatividad

Es escasa la cantidad de proyecto que potencialicen la actividad turística en la parroquia, recientemente se han desarrollado nuevos proyectos con el fin de integrar al turismo como parte fundamental del desarrollo económico de la parroquia.

2.3.3.3. Prestigio y reconocimiento

No existe un reconocimiento importante del Gobierno Descentralizado de Alangasí, únicamente el Presidente de la Junta parroquial mencionó en su entrevista, que la reelección es un gran logro personal, debido a que sus funciones y obras realizadas de manera correcta por el beneficio de todos, fue de gran agrado de los habitantes de Alangasí y estos decidieron reelegirlo; por otra parte, menciona que una gestión importante por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí es la asignación de recursos por parte del Banco del Estado para la realización futura de arreglo y adecuación en todas las casas comunales de la parroquia.

2.4. Análisis FODA

Esta herramienta provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas.

Mediante un análisis de cada una de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con el propósito de descubrir la mejor estrategia para desarrollo de la parroquia.

A continuación se realizará la matriz FODA de la parroquia de Alangasí

2.4.1. Fortalezas

Tabla 18
Análisis Interno-Fortalezas

ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ		
UNIDAD/GRUPO	FORTALEZAS (Factores, recursos o características internas positivas que posee el GAD de Alangasí en mejores condiciones que la competencia)	JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN
1	Disponibilidad de Importantes Recursos Hídricos que son fuentes de abastecimiento de agua al DMQ.	Alangasí cuenta con dos afluentes de agua importantes para el DMQ y para el abastecimiento de la misma parroquia, que son el río Pita y el río Ushimana
2	Diversidad de Recursos Naturales Estratégicos que potencian el turismo	Debido a los microclimas en Alangasí, existen diversos atractivos naturales que son llamativos para los turistas.
3	Microclimas y tierras fértiles, productivas favorables para la agricultura y la ganadería.	Gracias a su privilegiada ubicación, a los pies del volcán inactivo Ilaló, posee diferentes climas junto con la tierra fértil llena de minerales es beneficiosos para la agricultura
4	Existencia de importantes yacimientos mineros que es la materia prima para mejorar la vialidad de la Parroquia	Debido a su cercanía al volcán inactivo Ilaló, la parroquia de Alangasí posee fuentes minerales causadas por antiguas erupciones, que con el paso de los años se han desarrollado diferentes yacimientos de minerales
5	Existen hallazgos arqueológicos que constituyen un importante Patrimonio cultural	Alangasí ha sido lugar de asentamientos prehistóricos por su clima y facilidad de acceso.
6	Conexión vial con los barrios de la Parroquia	El GAD ha realizado varias obras para mejorar la vialidad de Alangasí con otras parroquias y conexiones a la principal vía hacia el DMQ
7	Adecuada gestión del GAD parroquial.	La presente administración ha realizado varias obras en pos del desarrollo parroquial, cumpliendo las promesas realizadas a los habitantes.
8	Gran variedad de atractivos culturales	Gracias a que posee diversas fiestas religiosas, costumbres y tradiciones es una de las parroquias rurales más visitadas por turistas cercanos a la parroquia.

2.4.2. Debilidades

Tabla 19
Análisis Interno - Debilidades

UNIDAD/GRUPO: ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ		
ORD.	DEBILIDADES	JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN
1	Contaminación del aire, suelo y agua, por presencia del empresas avícolas y el camal	Debido a las malas prácticas de producción alimenticia: como venta de carne aves, carnes rojas, además de la contaminación de los ríos por aguas servidas.
2	Falta de capacitación para manejo de recursos naturales.	Falta de gestión y recursos limitados para las diferentes capacitaciones que permitan a las personas, saber cuán importante es su entorno natural, para una sostenibilidad en el ambiente.
3	Limitada Capacitación en producción agrícola, tecnificación y canales de riego	Falta de gestión y recursos limitados para las diferentes capacitaciones de producción agrícola, para que de esta manera los habitantes aprovechen los recursos naturales y de una manera sostenible y sustentable para sus familias.
4	No existe un punto de información turística	El Gobierno Parroquial y el Ministerio de Turismo no han tomado en cuenta a Alangasí como una parroquia que tenga recursos turísticos que mostrar por esta razón no ha colocado un punto de información para que el turista conozca la misma.
5	Indiferencia al acervo ancestral de la parroquia	El GAD de Alangasí se enfoca en los recursos culturales no como unas fuentes de ingresos sostenibles y sustentables, si no como simplemente como parte de la cultura de la parroquia.
6	Falta de Trazados Viales.	Los proyectos realizados en diferentes barrios con respectos ha carreteras no han sido concretados por la falta de gestión de los gobiernos seccionales y las propias dirigencias barriales.
7	Carencia de proyectos innovadores para el turismo	El GAD de Alangasí carece de proyectos para el turismo, por motivos de presupuesto escaso, además de que no existe un departamento especializado en turismo, debido a que no lo han tomado como una fuente de ingresos para sus habitantes.
8	Falta de integración cultural de las diferentes etnias de Alangasí	A lo largo del tiempo en la parroquia de Alangasí las diferentes etnias que se encuentran en el lugar no muestran interés por realizar una integración entre las diferentes culturas para poder rescatar costumbres encéntrales

2.4.3. Oportunidades

Tabla 20

Análisis Externo – Oportunidades

UNIDAD/GRUPO: ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ		
ORD.	OPORTUNIDADES	JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN
1	Recibir compensación por el servicio ambiental que brinda la parroquia al abastecer de agua a otros sectores del DMQ.	La parroquia de Alangasí recibe cierta bonificación al abastecer al Distrito Metropolitano de Quito con recursos hídricos para los diferentes barrios de la misma.
2	Mayor interés del turista nacional en visitar nuevos atractivos	Debido a nuevas tendencias de viajes, el turista nacional busca nuevos lugares que explorar con un presupuesto acorde a la situación actual del país.
3	La inversión externa para generar nuevas fuentes de empleo mediante microempresas de agroturismo.	Gracias a la tierra fértil que posee Alangasí se ha desarrollado la agricultura como fuente principal de ingresos de esta manera ha llamado la atención de inversionista para el desarrollo en esta área.
4	Apoyo del Ministerio de Energía no Renovable para legalizar la explotación minera	Es uno de los enfoques que se ha tomado encuentra en la matriz productiva, por ende este recurso es uno de los más apoyados por el estado a lo largo de todo el país.
5	Ministerio de Patrimonio Cultural asigne recursos para recatar el camino del Inca	Mediante estudios se ha demostrado que Alangasí tiene asentamientos ancestrales, que forman parte importante de la historia, por esta razón el Ministerio de Cultura Apoya la potencializarían de atractivos culturales.
6	Ampliación de la vía E35 y conexión con el nuevo aeropuerto	Esto ha permitido que exista un mayor flujo de turismo y comercio en la zona, beneficiando la parte económica de sus pobladores.
7	Presencia de fundaciones que trabajan en procesos de capacitación y organización	Con el fin de aportar en desarrollo de la parroquia se imparten diferentes capacitaciones, que estimulen la unión entre los habitantes
8	Apoyo de Instituciones públicas y privadas al desarrollo parroquial	Las organizaciones privadas y públicas han tomado en cuenta a Alangasí para diferentes proyectos de desarrollo que hacen que los habitantes puedan vivir mejor.

2.4.4. Amenazas

Tabla 21
Análisis Externo – Amenazas

UNIDAD/GRUPO: ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DECENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ		
ORD.	AMENAZAS	JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN
1	Contaminación ambiental por el botadero del Inga	Brote de enfermedades que ocasionen daños a la salud de los habitantes de la parroquia, debido a la contaminación de agua, tierra y aire causados por el botadero.
2	Erupción del volcán Antisana, el Sincholagua y Cotopaxi	Por su ubicación y ríos que se origina en estos volcanes, que pasan por la parroquia representa unas amenazas para los habitantes que viven cerca de los caudales de los mismos.
3	Bruscos cambios climáticos, contaminación, heladas, granizo.	El clima en general ocasiona diversos cambios en el ambiente que pueden ser muy bruscos para la salud.
4	Competencia económica con otras parroquias cercanas.	Las parroquias aledañas a Alangasí, tienen características similares que atraen a turistas nacionales y extranjeros, por esta razón pueden optar por visitar cualquier lugar que se parezca.
5	Bajo presupuesto por parte de los municipios para las parroquias.	Por la crisis económica que vive el país en este momento, el gobierno ha reducido el presupuesto a nivel de empleados y obras para realizar en los diferentes lugares del país.
6	Falta de inversionistas para negocios turísticos	Los inversionistas están interesado en lugares que ya estén desarrollados turística y económicamente por esta razón no optan por invertir en la parroquia de Alangasí.
7	Tendencias turísticas hacia deportes extremos	Alangasí carece de accidentes geográficos para la realización de deportes extremos como quebradas profundas, montañas nevadas, pendientes empinadas, etc. Por lo cual no se puede desarrollar correctamente este tipo de turismo.
8	A culturización	Se pierde la identidad de las costumbres y tradiciones siendo remplazadas por festividades originarias de otros países.

Tabla 22
Priorización Fortaleza

ANÁLISIS INTERNO				
UNIDAD/GRUPO:	ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ			
ORD.	FORTALEZAS (Factores, recursos o características internas positivas que posee la ESPE en mejores condiciones que la competencia)	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 5	MEDIA 3	BAJA 1
1	Disponibilidad de Importantes Recursos Hídricos que son fuentes de abastecimiento de agua al DMQ.	5		
2	Diversidad de Recursos Naturales Estratégicos que potencian el turismo	5		
3	Microclimas y tierras fértiles, productivas favorables para la agricultura y la ganadería.		3	
4	Existencia de importantes yacimientos mineros que es la materia prima para mejorar la vialidad de la Parroquia			1
5	Existen hallazgos arqueológicos que constituyen un importante Patrimonio cultural		3	
6	Conexión vial con los barrios de la Parroquia	5		
7	Adecuada gestión del GAD parroquial.	5		
8	Gran variedad de atractivos culturales	5		

Tabla 23
Priorización Debilidades

ANÁLISIS INTERNO				
UNIDAD/GRUPO:	ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ			
ORD.	DEBILIDADES (Factores, recursos o características internas negativas que posee la ESPE que limitan su accionar y la hacen vulnerable)	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 5	MEDIA 3	BAJA 1
1	Contaminación del aire, suelo y agua, por presencia del empresas avícolas y el camal	5		
2	Falta de capacitación para manejo de recursos naturales.		3	
3	Limitada Capacitación en producción agrícola, tecnificación y canales de riego		3	
4	No existe un punto de información turística		3	
5	Indiferencia al acervo ancestral de la parroquia	5		
6	Falta de Trazados Viales.	5		
7	Carencia de proyectos innovadores para el turismo		3	
8	Falta de integración cultural de las diferentes etnias de Alangasí	5		

Tabla 24
Priorización Oportunidades

ANÁLISIS EXTERNO				
UNIDAD/GRUPO:	ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ			
ORD.	OPORTUNIDADES (Todos aquellos eventos del entorno potencialmente favorables para la ESPE, que de ocurrir o presentarse, deben ser aprovechados)	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 5	MEDIA 3	BAJA 1
1	Recibir compensación por el servicio ambiental que brinda la parroquia al abastecer de agua a otros sectores del DMQ.	5		
2	Mayor interés del turista nacional en visitar nuevos atractivos	5		
3	La inversión externa para generar nuevas fuentes de empleo mediante microempresas de agroturismo.		3	
4	Apoyo del Ministerio de Energía no Renovable para legalizar la explotación minera		3	
5	Ministerio de Patrimonio Cultural asigne recursos para rescatar el camino del Inca	5		
6	Ampliación de la vía E35 y conexión con el nuevo aeropuerto		3	
7	Apoyo de Instituciones públicas y privadas al desarrollo parroquial	5		
8	Presencia de fundaciones que trabajan en procesos de capacitación y organización		3	

Tabla 25
Priorización Amenazas

ANÁLISIS EXTERNO				
UNIDAD/GRUPO:	ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DECENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ			
ORD.	AMENAZAS (Todos aquellos eventos del entorno desfavorables para la ESPE, que de ocurrir o presentarse complicarían el desempeño y retrasarían su desarrollo)	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 5	MEDIA 3	BAJA 1
1	Contaminación ambiental por el botadero del Inga	5		
2	Erupción del volcán Antisana, el Sincholagua y Cotopaxi	5		
3	Bruscos cambios climáticos, contaminación, heladas, granizo.		3	
4	Bajo presupuesto por parte de los municipios para las parroquias.	5		
5	Falta de inversionistas para negocios turísticos	5		
6	Tendencias turísticas hacia deportes extremos		3	
7	A culturización	5		
8	Competencia económica con otras parroquias cercanas.		3	

2.5. Matriz FODA

Tabla 26

Matriz de Correlación FO

F-O Correspondencia o relación recíproca		ANÁLISIS SITUACIONAL								TOTAL
		O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	
ANÁLISIS FODA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ PONDERACIÓN DE LA RELACIÓN: En qué grado la fortaleza F nos permitiría aprovechar la oportunidad O ALTA = 5 BAJA = 1 MEDIA = 3 NULA = 0		Recibir compensación por el servicio ambiental que brinda la parroquia al abastecer .	Mayor interés del turista nacional en visitar nuevos atractivos	La inversión externa para generar nuevas fuentes de empleo mediante microempresas	Apoyo del Ministerio de Energía Renovable para legalizar la explotación	Ministerio de Patrimonio Cultural asigne recursos para rescatar el camino del Inca	Ampliación de la vía E35 y conexión con el nuevo aeropuerto	Apoyo de Instituciones públicas y privadas al desarrollo parroquial	Presencia de fundaciones que trabajan en procesos de capacitación y organización	
F1	Disponibilidad de Importantes Recursos Hídricos que son fuentes de abastecimiento de agua al DMQ.	5	3	1	0	0	0	5	0	14
F2	Diversidad de Recursos Naturales Estratégicos que potencian el turismo	3	5	5	0	3	3	5	1	25
F3	Microclimas y tierras fértiles, productivas favorables para la agricultura y la ganadería.	0	1	5	1	0	0	5	3	15
F4	Existencia de importantes yacimientos mineros que es la materia prima para mejorar la vialidad de la Parroquia	3	0	0	5	0	5	5	3	21
F5	Existen hallazgos arqueológicos que constituyen un importante Patrimonio cultural	0	5	0	0	5	3	5	3	21
F6	Conexión vial con los barrios de la Parroquia	3	5	3	0	0	5	5	1	22
F7	Adecuada gestión del GAD parroquial.	5	3	5	5	5	5	5	5	38
F8	Gran variedad de atractivos culturales	0	5	5	0	5	3	5	3	26
TOTAL		19	27	24	11	18	24	40	19	

Tabla 27
Matriz de Correlación DA



MATRIZ DE CORRELACIÓN D-A Correspondencia o relación recíproca		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	TOTAL
UNIDAD/GRUPO: UNIDAD DESCENTRALIZADA ESCUELA HEROES DEL CENEPA PONDERACIÓN DE LA RELACIÓN: En que grado la debilidad D nos hace vulnerables a la amenaza A ALTA = 5 BAJA = 1 MEDIA = 3 NULA = 0		Contaminación ambiental por el botadero del Inga	Erupción del volcán Antisana, el Sincholagua y Cotopaxi	Bruscos cambios climáticos, contaminación, heladas, granizo.	Bajo presupuesto o por parte de los municipios para las parroquias.	Falta de inversiones para negocios turísticos	Tendencias turísticas hacia deportes extremos	A culturización	Competencia económica con otras parroquias cercanas.	
 										
D1	Contaminación del aire, suelo y agua, por presencia del empresas avícolas y el camal	5	0	3	0	3	0	0	1	12
D2	Falta de capacitación para manejo de recursos naturales.	5	3	3	5	5	0	0	3	24
D3	Limitada Capacitación en producción agrícola, tecnificación y canales de riego	3	0	3	5	3	0	0	1	15
D4	No existe un punto de información turística	0	1	0	0	5	5	3	5	19
D5	Indiferencia al acervo ancestral de la parroquia	0	0	0	0	5	1	5	3	14
D6	Falta de Trazados Viales.	0	1	0	5	5	0	0	5	16
D7	Carencia de proyectos innovadores para el turismo	3	0	0	5	5	5	3	5	26
D8	Falta de integración cultural de las diferentes etnias de Alangasí	0	0	0	5	5	1	5	3	19
TOTAL		16	5	9	25	36	12	16	26	

Tabla 28
Matriz FODA Generación de Estrategias

		ANÁLISIS EXTERNO	
ANÁLISIS INTERNO		OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Recibir compensación por el servicio ambiental que brinda la parroquia al abastecer de agua a otros sectores del DMQ. • Mayor interés del turista nacional en visitar nuevos atractivos • Ministerio de Patrimonio Cultural asigne recursos para rescatar el camino del Inca. • Apoyo de Instituciones públicas 	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> • Contaminación ambiental por el botadero del Inga • Erupción del volcán Antisana, el Sincholahuá y Cotopaxi • Bajo presupuesto por parte de los municipios para las parroquias. • Falta de inversionistas para negocios turísticos
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de Importantes Recursos Hídricos que son fuentes de abastecimiento de agua al DMQ. • Diversidad de Recursos Naturales Estratégicos que potencian el turismo. • Conexión vial con los barrios de la Parroquia. • Adecuada gestión del GAD parroquial. • Gran variedad de atractivos culturales. 	Creación de rutas naturales y culturales que destaquen los atractivos turísticos para potencializar el turismo en esta zona, con la colaboración del Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí, junto con otras entidades del estado que permitan un mejor desarrollo de la parroquia.	Realización de campañas turísticas destacando los atractivos naturales y la importancia cultural de la parroquia, con el fin de incentivar a los futuros inversionistas a ejecutar proyectos con la localidad, para el máximo desarrollo turístico, conservación ambiental, siendo sustentable para la empresa y la localidad.	
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Contaminación del aire, suelo y agua, por presencia del empresas avícolas • Falta de Trazados Viales. • Falta de integración cultural de las diferentes etnias de Alangasí. 	Formalizar la investigación de los atractivos naturales y culturales con el respaldo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí, abarcando la información turística en fichas técnicas avaladas por el Ministerio de Turismo, con una proyección de un punto de información turística en la parroquia.	Realizar reuniones y capacitaciones con una temática de historia de Alangasí al igual que servicio al cliente, manejo de alimentos y otros.	

CAPÍTULO III

3.1. ESTUDIO DE LA OFERTA

Se realizará un análisis donde se determinará las características de cada uno de los proveedores turísticos en base, a la cantidad de establecimientos, ubicación, categoría y la variedad de servicios a prestar, con el fin de obtener datos, para comprobar el nivel de servicios para los clientes en estos establecimientos, mediante este estudio se evidenciará la potencialidad que posee la parroquia de Alangasí para recibir turistas.

3.1.1. Descripción del producto y /o servicio

El presente estudio se realizó mediante un censo a los prestadores de servicios de alimentación, alojamiento y recreación de la parroquia de Alangasí, donde se determinó un número estimado de proveedores de servicios turísticos. El MINTUR posee una base de datos de los establecimientos registrados en el año 2014, donde menciona que existen 16 establecimientos entre alimentación, alojamiento y recreación distribuidos en toda la parroquia de Alangasí.

Por este motivo, se realizó un censo de todos los establecimientos antes mencionados, con el fin de determinar la muestra para el estudio de la oferta, dando como resultado 86 establecimientos de prime segunda y tercera categoría, distribuidos a lo largo de la parroquia.

3.1.2. Determinación del universo o población de estudio

La población de estudio de la oferta se ha clasificado en tres tipos de establecimientos; siendo estos alimentación, alojamiento y recreación a lo largo de toda la parroquia de Alangasí. Como se muestra en el siguiente cuadro comparativo entre los datos del Ministerio de Turismo y el Censo de las Autoras en el presente estudio, a efecto de la escasa información encontrada en Ministerio de Turismo.

Tabla 29
Tabla comparativa

Sector	MINTUR	actualización	Categoría
Alimentación	1	4	Primera
Alimentación	1	23	Segunda
Alimentación	3	37	Tercera
Total	5	64	
Alojamiento	1	2	Primera
Alojamiento	2	1	Segunda
Alojamiento	3	5	Tercera
total	6	8	
Recreación	2	4	Primera
Recreación	3	10	Segunda
Recreación	0	0	Tercera
Total	5	14	

Fuente: MINTUR y Autoras del Proyecto

Esta información recopilada en el presente proyecto servirá a las autoridades del GAD de Alangasí, como base para futuros censos de establecimientos, de esta manera se mantendrá un registro detallado de los mismos para futuros proyectos en mejora turística y económica de la parroquia.

3.1.3. Determinación de la muestra

En el caso del presente proyecto se llevó a cabo un censo de establecimientos que prestan servicios para los turistas como antes se mencionó, debido a la limitada información encontrada, esto se llevará a cabo para determinar las características de cada uno de los establecimientos midiendo la calidad de productos y servicios para mejorarlos.

3.1.4. Técnicas de muestreo

La técnica probabilística de muestreo estratificado mediante la aplicación del muestreo aleatorio simple para determinar los elementos seleccionados de cada estrato, que en este caso se ha seleccionado por el tipo de actividad económica de los establecimientos de la parroquia de Alangasí.

Es por esta razón que la fórmula a emplearse es la de una población finita debido a que se tiene el número establecido de negocios:

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

n = Muestra a determinar
 N = Población
 e = Error de la muestra (5%)
 Z = Nivel de confianza (95% = 1,96)
 p = Probabilidad de éxito (50%)
 q = Probabilidad de fracaso (50%)

Tabla 30
Técnicas de Muestreo

Estrato	Universo	Muestra	Observación
Alojamiento	8	7.85	Debido a que la muestra es similar al universo, se optó por realizar la encuesta en todos los establecimientos.
Alimentación	64	54.98	
Recreación	14	13.54	

3.1.5. Instrumento de recolección de información

De acuerdo a la observación realizada en el campo de estudio se realizó una encuesta que contiene datos generales de los establecimientos, así como subdivisiones en cada una de las áreas como alimentación, alojamiento y recreación.

Encuesta proveedor

Objetivo: Determinar la calidad de servicio de los proveedores de la parroquia de Alangasí, para potencializar la llegada de turistas en la localidad.
 Datos de los prestadores de servicios

Nombre establecimiento			
Cargo			
Cuenta con un título profesional	Sí		No
Si cuenta con un título profesional especifique cual es este			
Número personal establecimiento		Número de personal preparado en el área	

1. ¿En qué barrio de la parroquia de Alangasí se encuentra el establecimiento?.....

2. Años de antigüedad de negocio

De 1 a 3 años		De 4 a 7 años		De 8 a 11 años		De 12 años en adelante	
---------------	--	---------------	--	----------------	--	------------------------	--

3. ¿Cuál es la capacidad máxima de su establecimiento?.....

4. ¿Qué categoría considera su establecimiento?

Primera		Segunda		Tercera	
---------	--	---------	--	---------	--

5. ¿Cuál es el tiempo de mayor visita de clientes al establecimiento?

Enero	-	Abril	-	Julio	-	Octubre	-
Marzo		Junio		Septiembre		Diciembre	

6. Tipo de servicio

Alimentación		Alojamiento		Recreación	
--------------	--	-------------	--	------------	--

Alimentación

1. ¿Cuál es el tipo de alimento ofertado?

Su respuesta puede ser más de uno

Comida Típica	Comida Costeña	Comida rápida	Almuerzos	Carnes	Postres
---------------	----------------	---------------	-----------	--------	---------

2. ¿Además de la alimentación, con qué otros servicios cuenta?

Áreas recreativas	Wifi	Salón de eventos	Parqueadero privado	Ninguno
-------------------	------	------------------	---------------------	---------

3. Entre qué precios varían sus platos por persona.

\$0.00 a \$5.00 dólares	\$5.01 a \$8.00 dólares	\$8.01 a \$12.00 dólares	\$12.01 dólares en adelante
-------------------------	-------------------------	--------------------------	-----------------------------

Alojamiento

1. ¿Además de alojamiento, qué servicios adicionales oferta a sus huéspedes?

Alimentación	Áreas Recreativas	Piscina	Tv Cable	Wifi	Aguacaliente	Baño Privado	Parqueadero privado	Salón de eventos
--------------	-------------------	---------	----------	------	--------------	--------------	---------------------	------------------

2. ¿Entre qué precios están el valor de las habitaciones por persona?

\$5-10dólares	\$11-20dólares	\$21-30 dólares	\$30 dólares en adelante
---------------	----------------	-----------------	--------------------------

Recreación

1. ¿Qué servicios de recreación brinda su establecimiento?

Áreas recreativas	Canchas de Fútbol	Piscina	Canchas de básquet	Canchas de tenis	Juegos infantiles
-------------------	-------------------	---------	--------------------	------------------	-------------------

2. Además de las áreas recreativas, ¿qué otros servicios brinda el establecimiento?

Alimentación	Wi-fi	Gimnasio	Parqueadero Privado	Salón de eventos
--------------	-------	----------	---------------------	------------------

3. ¿Cuál es el costo de ingreso al establecimiento?

Gratuito	\$0,50-5,00 dólares	\$5,01-11,00 dólares	\$11,01-16,00 dólares	\$16,01 dólares en adelante
----------	---------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------------

Gracias por su atención.

3.1.6. Situación de la oferta actual

La oferta actual contabilizada en el presente proyecto cuenta con 14 establecimientos de recreación, 64 de alimentación y 7 de alojamiento, de estos establecimientos se dividen en primera, segunda y tercera categoría.

Tabla 31
Oferta Actual

Categoría/Establecimiento	Alojamiento	Alimentación	Recreación
Primera	2	4	4
Segunda	1	23	10
Tercera	5	37	0

En área de recreación se ha formado varios centros deportivos privados y centros recreativos públicos que pertenecen al Ministerio del deporte, debido al mayor impulso que se ha brindado el Gobierno al deporte y a la convivencia familiar.

Respecto al servicio de alimentación la mayor concentración de empresas de alimentación se encuentran en el Barrio San Gabriel y el Tingo con un número de 39 establecimientos, debido a que se encuentran ubicadas en una de las avenidas principales de la parroquia de Alangasí, Av. Ilaló. Según el estudio realizado, gran porcentaje de restaurantes atienden el viernes, sábado y domingo, que son los días de mayor afluencia de turistas a este sector. De acuerdo a las encuestas realizadas los datos obtenidos demostraron que en un 63% de los negocios incumple con todas las normas de calidad y servicios para poder ser clasificados en un rango superior, además de que su nivel de preparación en el área servicio es deficiente y la mayoría de negocios son manejados por los mismos dueños y familiares.

En el servicio de alojamiento el personal tienen una preparación empírica y la infraestructura de los negocios es básica, debido a que su capacidad máxima no supera las 15 habitaciones y los servicios adicionales al alojamiento son solamente son de tv cable, baño privado y agua caliente; exceptuando a Mirasierra que es uno de los establecimiento de primera categoría con una capacidad máxima de 70 habitaciones.

Análisis de las encuestas de oferta

Tabla 32
Cuenta con título profesional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	25	29,1	29,1	29,1
	NO	61	70,9	70,9	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

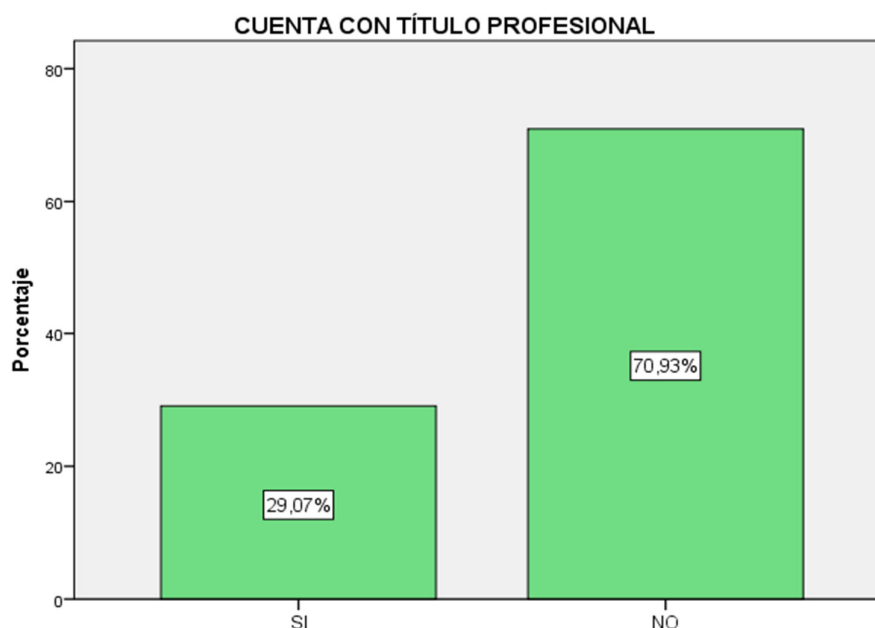


Figura 84 Cuenta con título profesional

La figura muestra que los 70,93% de los encuestados, encargados de los establecimientos carecen de un título profesional, mientras que el 29,07% cuenta con dicho título. Esto muestra que la mayoría de encargados de los negocios son personas no preparadas, observando que los conocimientos que tienen son netamente empíricos.

¿En qué barrio de la parroquia de Alangasí se encuentra el establecimiento?

Tabla 33
Barrio al que pertenece

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alangasí Central	3	3,5	3,5	3,5
	Angamarca	3	3,5	3,5	7,0
	Comuna San Bautista	1	1,2	1,2	8,1
	El Rocío	2	2,3	2,3	10,5
	La floresta	1	1,2	1,2	11,6
	Mirasierra	5	5,8	5,8	17,4
	Playa chica	5	5,8	5,8	23,3
	San Carlos	4	4,7	4,7	27,9
	San Gabriel	18	20,9	20,9	48,8
	San Juan Loma	2	2,3	2,3	51,2
	Tejar Loma	1	1,2	1,2	52,3
	Tingo	35	40,7	40,7	93,0
	Ushimana	6	7,0	7,0	100,0
Total	86	100,0	100,0		

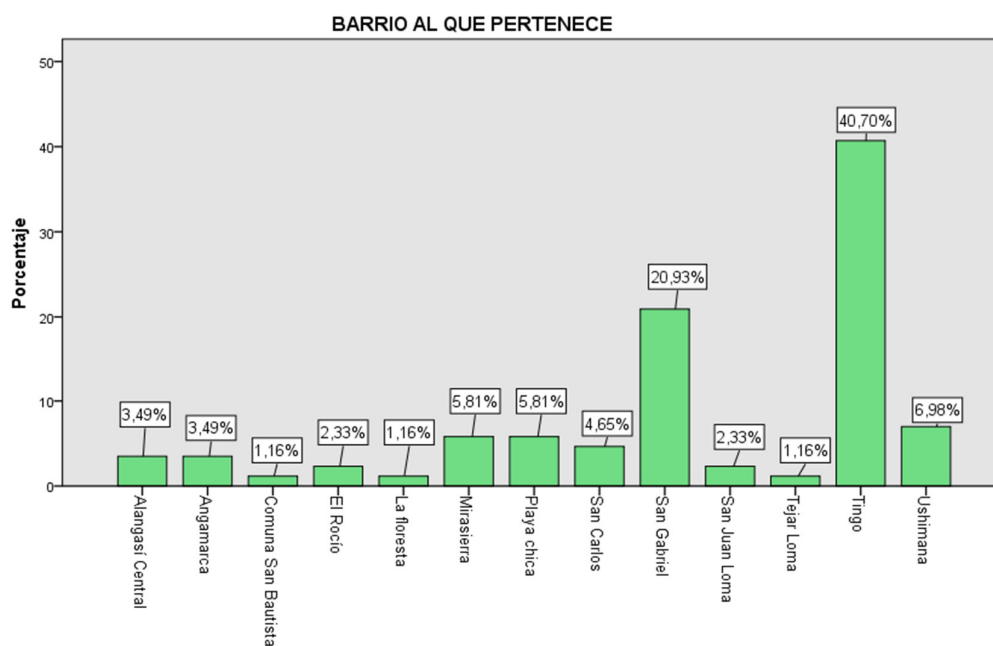


Figura 85 Barrio al que pertenece

Los negocios se concentran con un porcentaje de 40,70% en el Tingo y de 20,93% en San Gabriel, debido a que se encuentran en la Av. Ilaló que es uno de los accesos principales a la parroquia de Alangasí, además de que se ubica cerca de uno de los balnearios más concurridos que es el Balneario del Tingo.

Tabla 34
Años de Antigüedad del Negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-3	28	32,6	32,6
	4-7	31	36,0	84,9
	8-11	13	15,1	48,8
	12+	14	16,3	100,0
	Total	86	100,0	

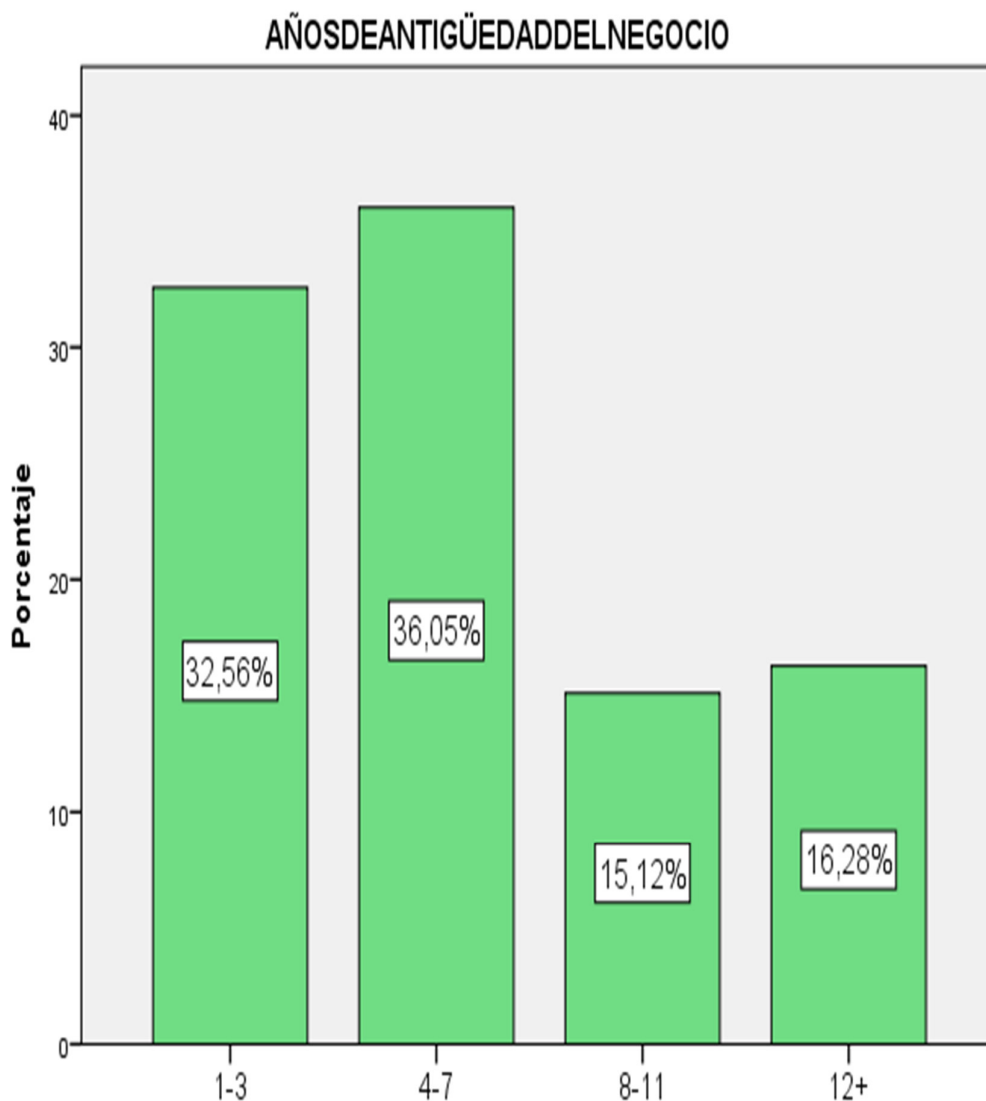


Figura 86 Años de antigüedad

Se observa en la figura que el mayor número de negocios tiene una antigüedad de 4 a 7 años con un 36,05%, seguido de 1-3 años con un porcentaje de 32,56%, esto quiere decir que la oferta ha crecido en los últimos 7 años y que los negocios han incrementado en el sector. Por motivo de que existe una gran afluencia de turistas.

Tabla 35
Capacidad del Establecimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	6	1	1,2	1,2
o	10	2	2,3	3,5
	15	9	10,5	14,0
	18	2	2,3	16,3
	20	18	20,9	37,2
	23	1	1,2	38,4
	25	13	15,1	53,5
	30	10	11,6	65,1
	34	1	1,2	66,3
	35	5	5,8	72,1
	36	1	1,2	73,3
	40	4	4,7	78,0
	43	1	1,2	79,2
	50	6	7,0	86,2
	60	4	4,7	90,9
	65	2	2,3	93,2
	90	1	1,2	94,4
	96	1	1,2	95,6
	100	1	1,2	96,8
	200	1	1,2	98,0
	300	1	1,2	99,2
	350	1	1,2	100,0
Total	86	100,0	100,0	

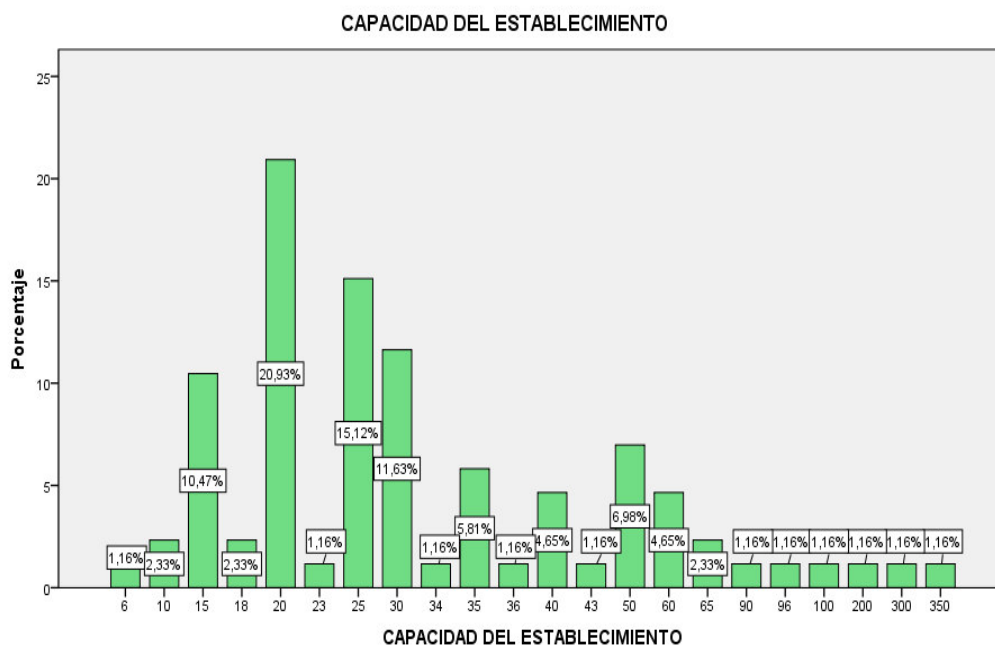


Figura 87 Capacidad del establecimiento

La capacidad de los establecimientos oscila entre 20 y 25 pax, con un porcentaje de 20,93% y 15,12% respectivamente, debido a que existe un flujo constante de visitantes, por lo que estos establecimientos optan por reducir su capacidad para que los clientes no permanezcan largos periodos en los negocios, y pueda hacer un movimiento constante de clientes.

Tabla 36
Categoría del establecimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	primera	10	11,6	11,6	11,6
	segunda	34	39,5	39,5	51,2
	Tercera	42	48,8	48,8	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

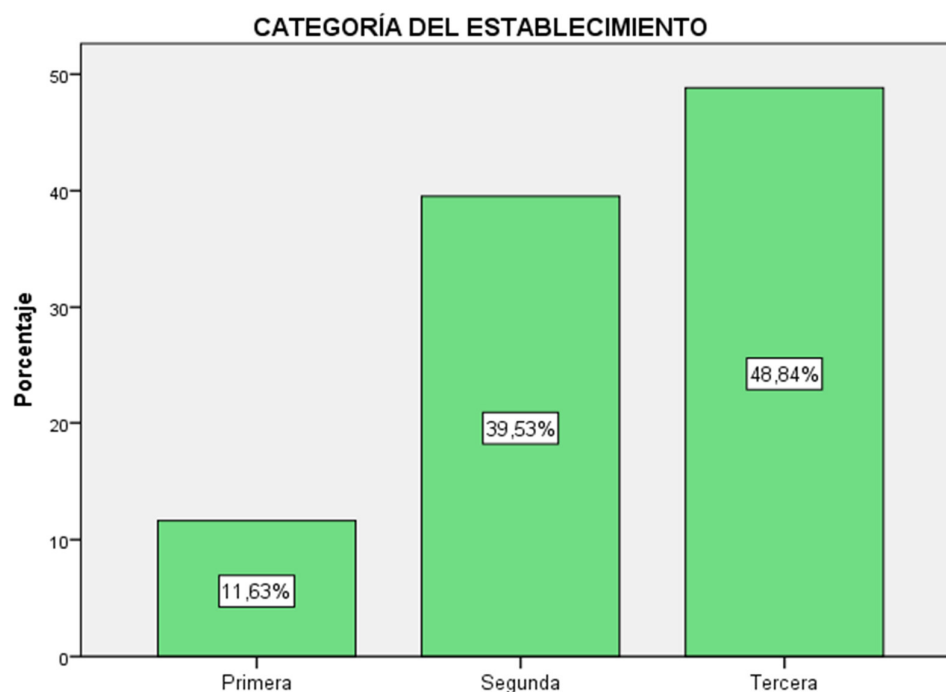


Figura 88 Categoría del establecimiento

La mayoría de establecimientos son de tercera categoría con un 48,84 % seguido de los de segunda categoría con un 39,53%, y finalmente los de primera con un 11,63%, debido a que la mayoría de establecimientos no cumplen con normas de calidad y servicios y manejan sus negocios de una forma empírica.

Tabla 37
Tiempo mayor afluencia de gente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	ene-mar	4	4,7	4,7	4,7
	abr-jun	0	0,0	0,0	0,0
	jul-sep	69	80,2	80,2	84,9
	oct-dic	13	15,1	15,1	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

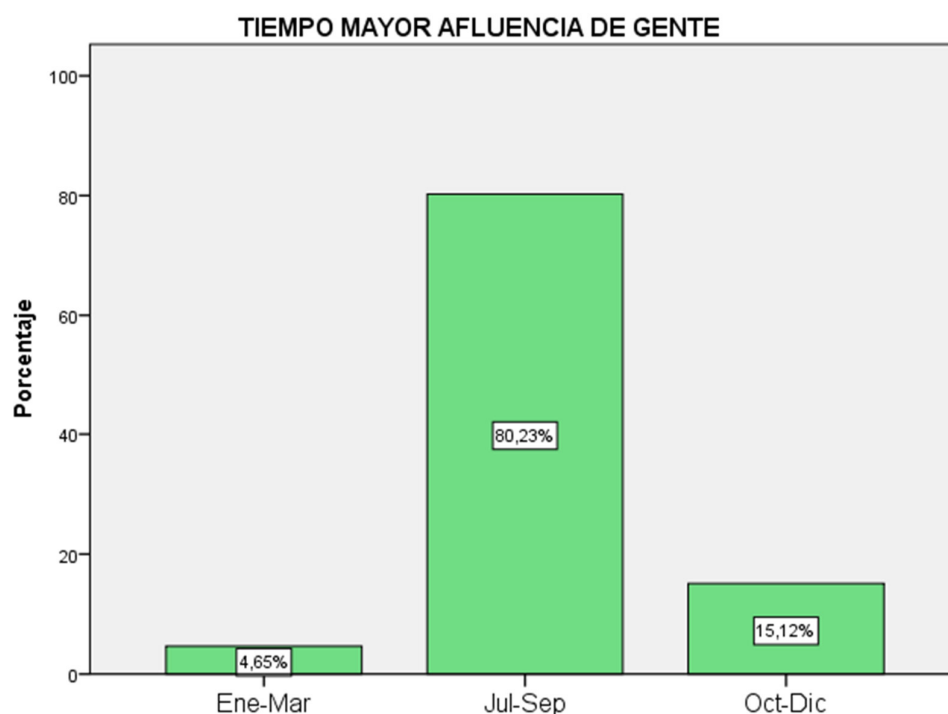


Figura 89 Tiempo mayor afluencia de gente

De acuerdo a la encuesta realizada el mayor número de personas que visita la parroquia de Alangás lo hace en los meses de Julio a Septiembre con un 80,23% debido a que coincide con las vacaciones de la región Sierra ocasionando que los visitantes acudan a este sector a realizar turismo y a degustar platos típicos, en comparación a los meses de Octubre a Diciembre con un porcentaje de 15,12 % y finalmente con un 4,65% en los meses de Enero y marzo que es donde menos acuden a este sector.

Tabla 38
Tipo de Servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alimentación	64	74,4	74,4	74,4
	Alojamiento	8	9,3	9,3	83,7
	Recreación	14	16,3	16,3	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

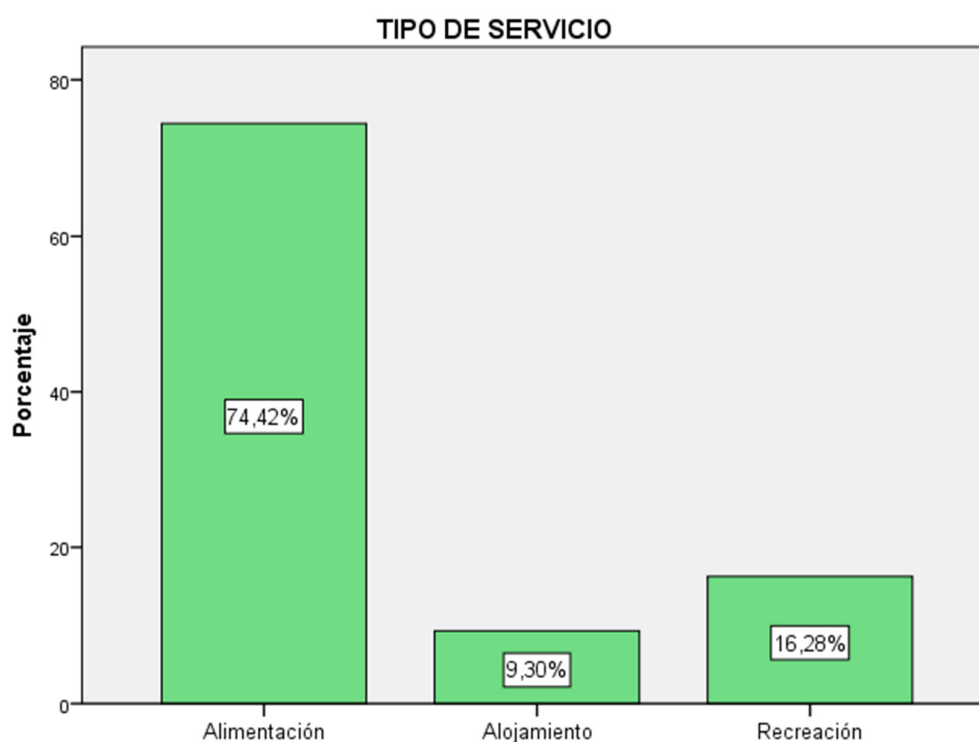


Figura 90 Tipo de servicio

En el gráfico se observa que existe un gran número de establecimientos de alimentación con un 72,42%, seguido de 16,28 % de Recreación y finalmente de alojamiento con un 9,30%, esto se debe a que la demanda permanece no más de un día en esta localidad y acuden a consumir platos típicos saliendo de la rutina.

Tabla 39
Tipo de Alimento Ofertado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Almuerzos	12	14,0	14,0	39,5
Carnes	4	4,7	4,7	44,2
Comida costeña	11	12,8	12,8	57,0
Comida rápida	8	9,3	9,3	66,3
Comida típica	27	31,4	31,4	97,7
Postres	2	2,3	2,3	100,0
Total	86	100,0	100,0	

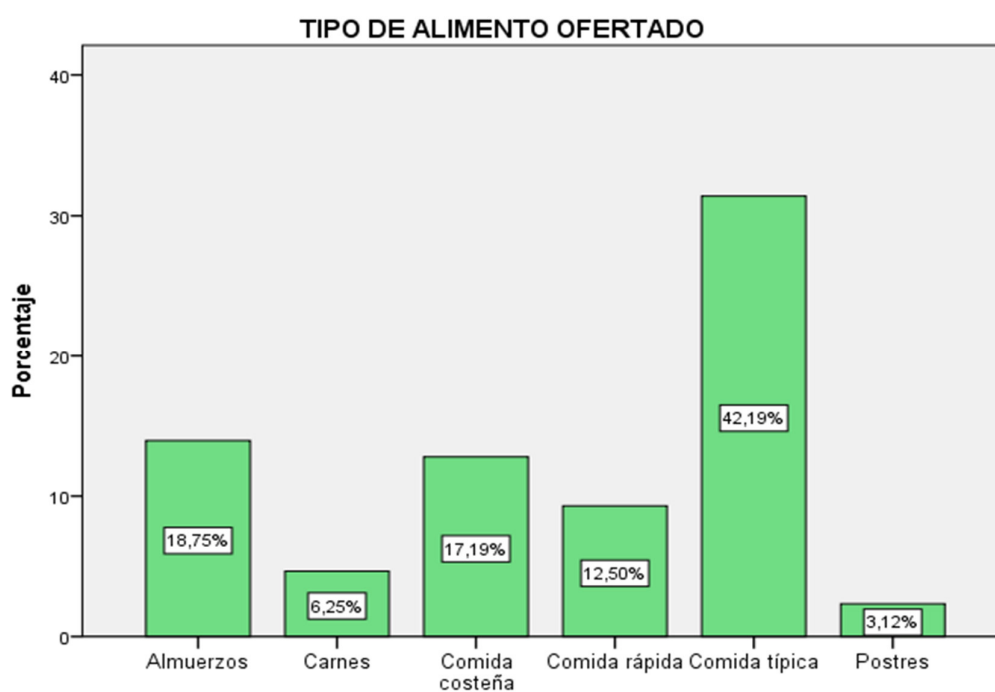


Figura 91 Tipo de alimento ofertado

De acuerdo a la encuesta el mayor número comida ofertada es la conocida como típica con un 41,19%, siendo una de las apetecidas por los visitantes debido a que a diario no se consumen estos alimentos, y la gente busca salir de la rutina. Seguido de diversos platos apetecidos en menor cantidad que la comida típica.

Tabla 40
Otros Servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
áreas recreativas, wifi, salón de eventos, parqueadero privado	1	1,2	1,2	26,7
ninguno	29	33,7	33,7	60,5
parqueadero privado	22	25,6	25,6	86,0
salón de eventos	1	1,2	1,2	87,2
salón de eventos, parqueadero privado	1	1,2	1,2	88,4
wifi, parqueadero privado	10	11,6	11,6	100,0
Total	86	100,0	100,0	

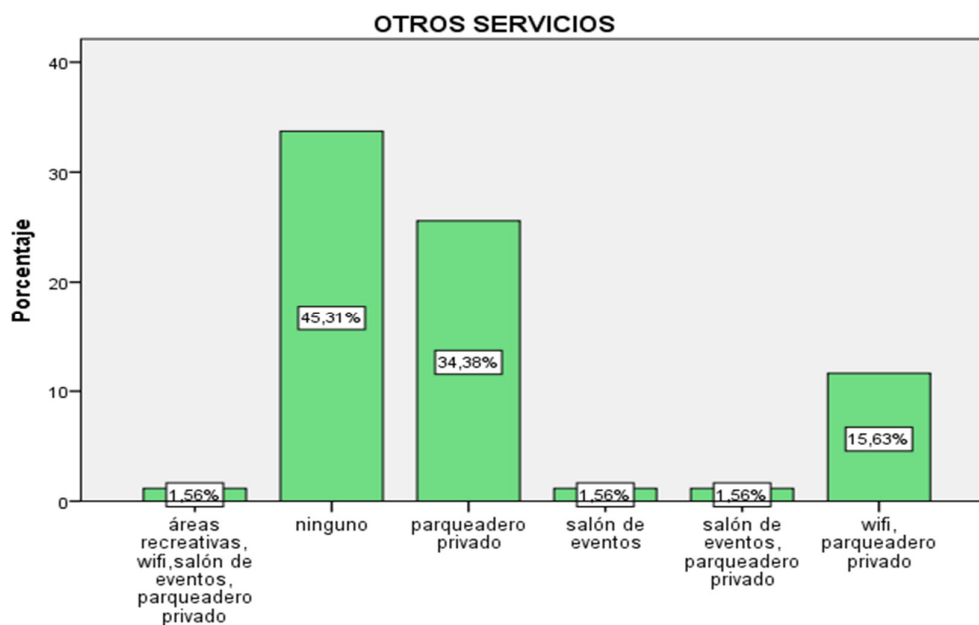


Figura 92 Otros servicios

La mayoría de establecimientos de alimentación no poseen servicios adicionales a la alimentación para sus clientes la principal razón es que su infraestructura es pequeña para brindar servicios adicionales, además de que buscan que sus clientes acudan solo a consumir sus productos en la brevedad del tiempo para mayor número de comensales.

Tabla 41
Precios Alimentación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$0,50-\$5,00 dólares	52	60,5	60,5	86,0
\$5,01-\$8,00 dólares	11	12,8	12,8	98,8
\$8,01-\$12,00 dólares	1	1,2	1,2	100,0
\$12,01 o más	0	0,0	0,0	100,0
Total	86	100,0	100,0	

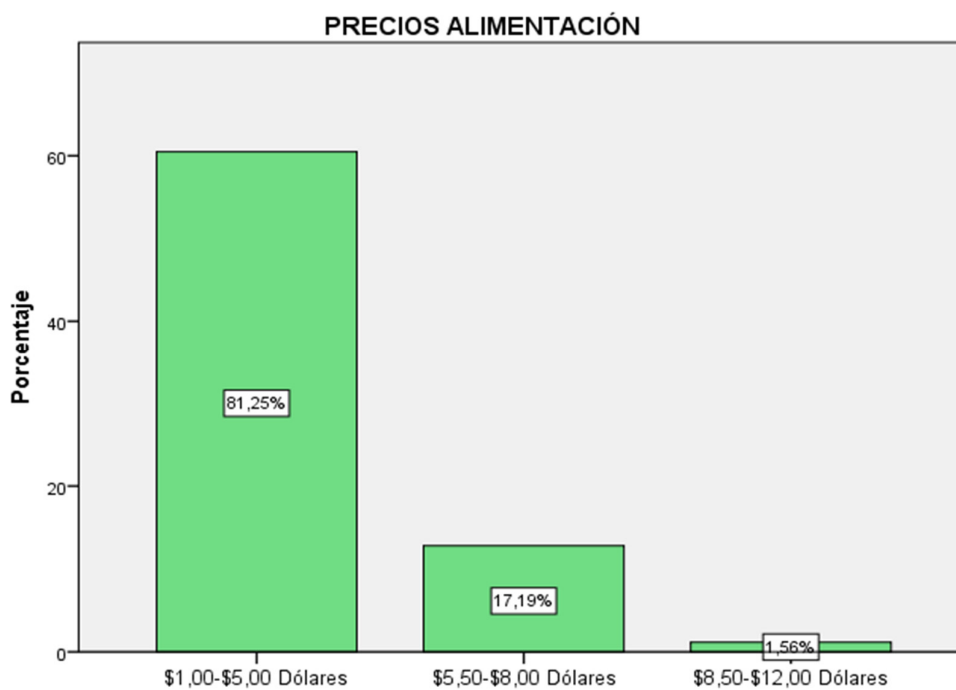


Figura 93 Precios alimentación

Los establecimientos poseen un estándar de precios entre \$1,00-\$5,00 Dólares por persona siendo este el 81,25%, esto muestra que la gente acude por precios convenientes a su bolsillo, además de que los servicios adicionales son escasos para que exista un precio mayor.

Tabla 42
Además de Alojamiento Otros Servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
agua caliente, parqueadero privado, baño privado	2	2,3	2,3	93,0
Alimentación, áreas recreativas, wifi, piscina, tv cable, parqueadero, salón de eventos	1	1,2	1,2	94,2
tv cable, agua caliente, baño privado	2	2,3	2,3	96,5
tv cable, agua caliente, baño privado, parqueadero privado	2	2,3	2,3	98,8
tv cable, agua caliente, baño privado, parqueadero privado, salón de eventos	1	1,2	1,2	100,0
Total	86	100,0	100,0	

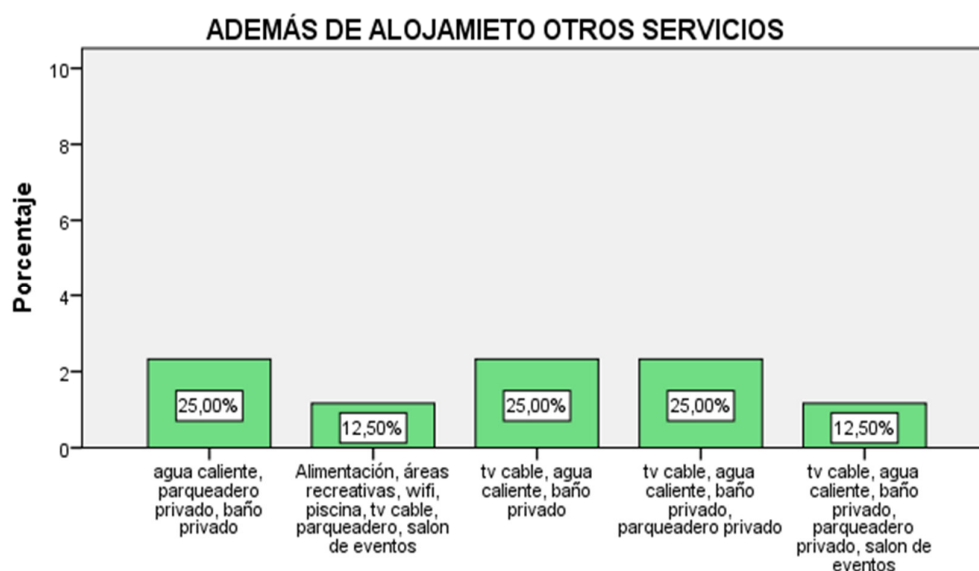


Figura 94 Otros servicios alojamiento

Esta figura muestra que los servicios con los que cuentan los establecimientos de alojamiento son básicos a comparación de otros ocasionando que los visitantes pernocten pocos días en el lugar, dando lugar a un 25% de establecimientos que tienen agua caliente, baño privado, parqueadero privado y tv cable.

Tabla 43
Precios de Alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$5,00-\$ Dólares	10,00	6	7,0	7,0	93,0
\$10,01-\$ Dólares	21,00	0	0,0	0,0	93,0
\$21,01-\$30,00 Dólares		2	2,3	2,3	100,0
\$30,01 o más dólares		0	0,0	0,0	100,0
Total		86	100,0	100,0	

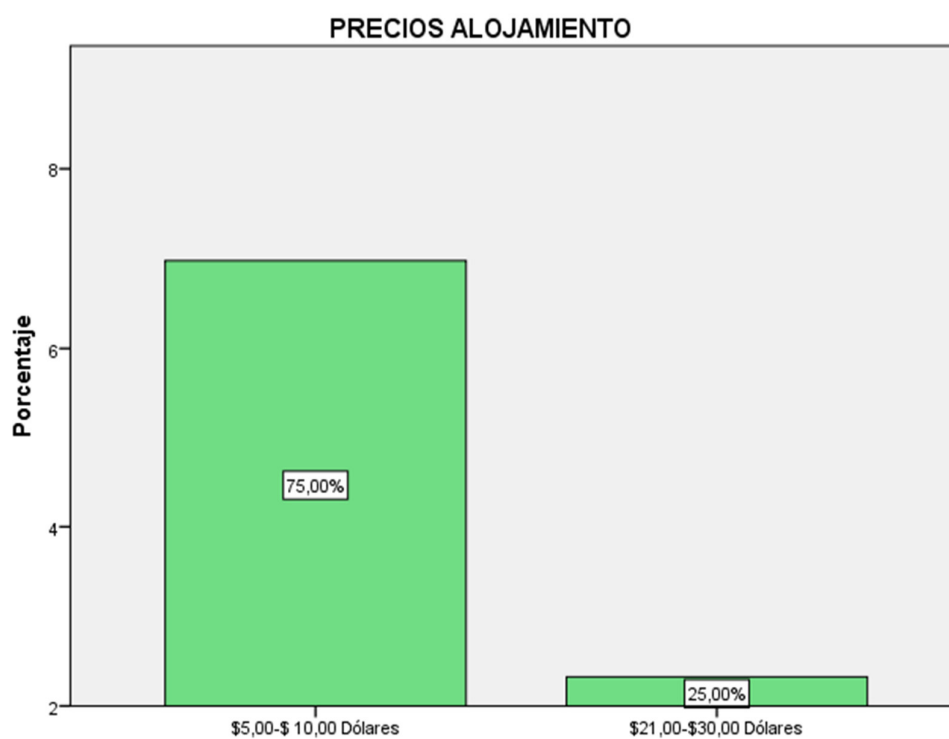


Figura 95 Precios alojamiento

De acuerdo a la gráfica el precio por habitación por pax en los establecimientos de alojamiento son de \$ 5,00 - \$10,00 Dólares por noche, debido a que no existe una gran demanda de este servicio, comparado con los de alimentación y recreación.

Tabla 44
Servicios que Brinda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
área de camping, canchas de futbol, piscina, cancha de tenis	3	3,5	3,5	87,2
área de camping, cancha de futbol, juegos infantiles	1	1,2	1,2	88,4
área de camping, piscina, cancha de futbol, cancha de tenis, cancha de básquet, juegos infantiles	2	2,3	2,3	90,7
área de camping, piscina, cancha de futbol, juegos infantiles	3	3,5	3,5	94,2
áreas de camping	1	1,2	1,2	95,3
Canchas de Fútbol	4	4,7	4,7	100,0
Total	86	100,0	100,0	

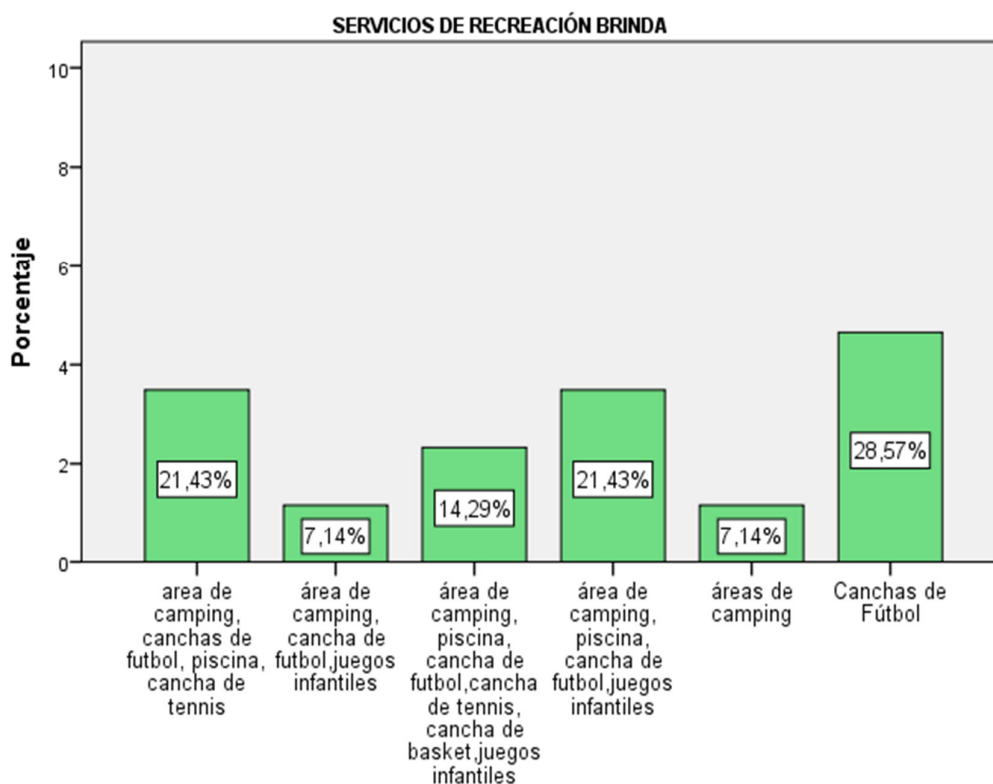


Figura 96 Servicios de Recreación

Los establecimientos de recreación se enfocan más en la creación de canchas de fútbol con un 28,57% debido a que este es uno de los deportes con mayor demanda a nivel nacional, generando una necesidad de practicarlo entre familia y amigos.

Tabla 45
Además de áreas recreativas otros servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alimentación y parqueadero privado	2	2,3	2,3	87,2
Alimentación, gimnasio, parqueadero privado	1	1,2	1,2	88,4
Alimentación, wifi, gimnasio, salón de eventos, parqueadero privado	1	1,2	1,2	89,5
alimentación, parqueadero privado, salón de eventos	2	2,3	2,3	91,9
alimentación, parqueadero privado, salón de eventos	3	3,5	3,5	95,3
Alimentación ,wifi, parqueadero privado, salón de eventos	1	1,2	1,2	96,5
Parqueadero privado	1	1,2	1,2	97,7
Parqueadero privado ,salón de eventos	2	2,3	2,3	100,0
Total	86	100,0	100,0	

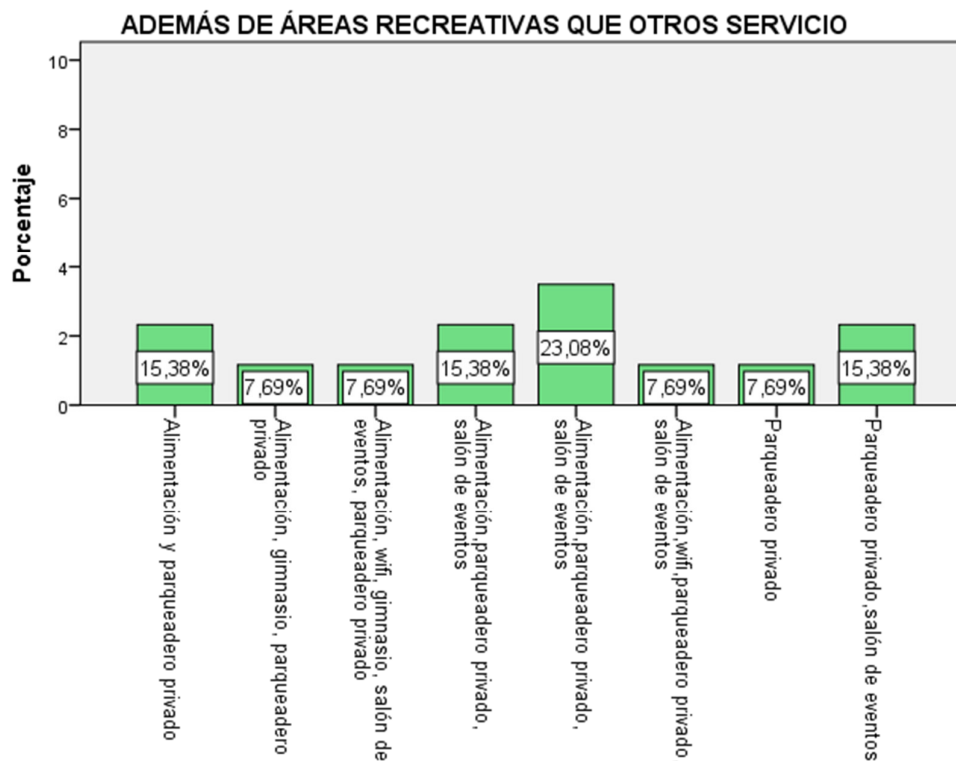


Figura 97 Otros servicios de Recreación

Se puede observar que la mayoría de establecimientos ha optado por aumentar sus ingresos con la estrategia de brindar diferentes servicios adicionales como son la alimentación, parqueadero privado y salón de eventos con el fin de atraer más clientes, de esta manera aumentar sus ingresos.

Tabla 46
Costo de Ingreso Recreación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
gratuito	2	2,3	2,3	88,4
\$ 0,50-\$ 5,00 Dólares	3	3,5	3,5	89,5
\$5,01-\$11,00 Dólares	7	8,1	8,1	97,7
\$ 17,00 Dólares o más	1	1,2	1,2	100,0
Total	86	100,0	100,0	

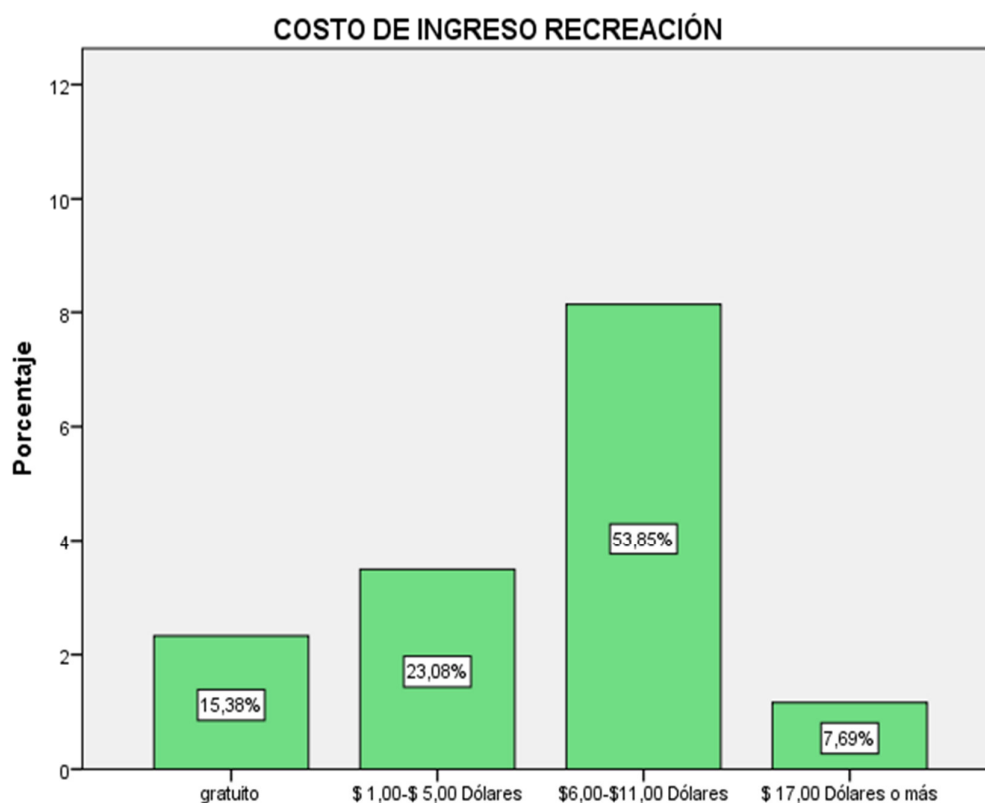


Figura 98 Costo de recreación

La mayoría de los establecimientos de recreación cobra su entrada de ingreso entre \$ 6,00- \$11,00 Dólares por persona, siendo un precio razonable por los servicios que brindan, seguido por un 23,8% de establecimientos que cobran de \$1-a \$5 dólares, aunque un 15,38% de los establecimientos de recreación son gratuitos, no tiene la misma afluencia de personas que los que cobran un entrada.

3.1.7. Análisis de la competencia a nivel local

Existe un alto nivel de competencia respecto a la oferta turística. Al noroeste de la parroquia de Alangasí se encuentra Conocoto, que se destaca por poseer centros de recreación como son piscinas, canchas deportivas y parques, que son atractivos para los turistas. Estos centros cuentan con diversos servicios para los clientes, brindando calidad y confort, haciendo que los turistas consideren visitar esta parroquia.

Al norte de Alangasí se encuentra la parroquia rural de Guangopolo, que se caracteriza por la fabricación y venta de canastos hechos en carrizo, al igual que los artesanos de Alangasí, que realizan las ferias de ventas de canastos y artesanías en carrizo, en la plaza central del Tingo. Estas exposiciones atraen gran número de turistas.

Al noreste de la parroquia se encuentra ubicada La Merced, que se encuentra a un lado del volcán inactivo Ilaló, por esta razón cuenta un balneario similar al del Tingo, debido a que se abastece de las mismas aguas termales que brotan del Ilaló. Convirtiéndola en una de las principales competencias para la parroquia de Alangasí.

Al sureste se encuentra Pintag, conocida por las corridas de toros populares, que se realizan en el lugar, debido a que Pintag es un sector ganadero y al igual que Alangasí, en sus fiestas se realizan desfiles de chagras y corridas de toros, donde asisten varias fincas aledañas ganaderas, formando grandes comparsas. Además de contar con amplias extensiones de terreno, perfecto para excursionistas.

En este proyecto se quiere destacar que Alangasí posee todos estos atractivos en una sola parroquia, donde se puede realizar diversas actividades recreativas, naturales y culturales. Siendo un aporte para el desarrollo turístico del país.

3.1.8. Proyección de la oferta

Según la encuesta realizada a los ofertantes de la parroquia de Alangasí, se pudo determinar que existen 31 establecimientos de servicios y productos

que poseen de 4 a 7 años de antigüedad, seguido de 28 establecimientos de 1 a 3 años de antigüedad. Estos datos muestran que los últimos 7 años ha existido un aumento en la creación de negocios, debido a la mayor afluencia de personas que se han trasladado a vivir cerca del sector.

Con este precedente se puede determinar que un negocio tanto de recreación, alimentación o alojamiento puede ser factible, a medida que vaya creciendo la demanda.

Tabla 47
Proyección de la Oferta

Años de Antigüedad	Alojamiento	Alimentación	Recreación
1-3 años	2	23	3
4-7 años	1	25	5
8-11 años	4	7	2
12 o más años	1	9	4

De acuerdo con el cuadro respecto a alojamiento la mayoría de establecimientos poseen de 8 a 11 años de antigüedad, luego baja drásticamente en un 72% es decir a 1 establecimiento que posee de 4 a 7 años y aumenta el número al 24% de negocios a 2 que se crearon de 1 a 3 años. Esto determina que la creación de negocios de alojamiento bajo hace 4 a 7 años, mientras que los últimos 3 años se duplicó el número de los años anteriores.

En los negocios de alimentación la mayoría de establecimientos poseen de 4 a 7 años de antigüedad, luego decae en un 8 % los negocios de 1 a 3 años, indicando que no existió mayor variación entre estos años, mientras que si se compara con los negocios de 8 a 11 años o los de más de doce se puede ver como se ha aumentado más del doble.

Respecto a los establecimientos de recreación en su mayoría se crearon poseen 4 a 7 años de antigüedad, luego decae en un 24 % los negocios de 1 a 3 años, indicando que no existen muchos negocios menores a 4 años. Se puede estimar que en los próximos años existirá la creación de 1 o 2 establecimientos de recreación en esta localidad por año.

3.2. Estudio de la demanda

El estudio de la demanda está determinado por las necesidades y gustos del consumidor, buscando determinar el perfil del cliente potencial que visitará la parroquia de Alangasí a través de la aplicación de encuestas enfocadas al detallar que les motiva a viajar a la parroquia, junto con un sondeo respecto a los atractivos que visitarían en un futuro.

3.2.1. Determinación del universo o población de estudio

Se ha tomado en cuenta a la población del Distrito Metropolitano de Quito, como objetivo de la demanda del presente proyecto, debido a que es una parroquia rural de la misma. Los atractivos turísticos de Alangasí no están considerados como potenciales a nivel nacional, es por esta razón que el estudio debe enfocarse en sus alrededores de Quito, para que a futuro pueda proyectarse como un potencial turístico.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del año 2010, Quito posee 2'239.191 habitantes, de los cuales la población económicamente activa según la misma fuente indica que existen 829.000 personas del Distrito Metropolitano de Quito, entre hombres y mujeres, que se son los posibles turistas con los medios económicos para realizar turismo, esto se determinará mediante la encuesta el posible número de visitantes al año.

3.2.2. Determinación de la muestra

La población económicamente activa en el Distrito Metropolitano de Quito son 829.000 habitantes, esto quiere decir que sobrepasa los 100.000 habitantes que se necesitan para realizar una muestra finita, por esta razón se utilizará la muestra infinita, para determinar el número de encuestas a realizar para obtener el perfil del cliente que visitará y que visita la parroquia de Alangasí.

Los datos para realizar la formula infinita son:

n = Muestra a determinar

e = Error de la muestra (5%)

Z = Nivel de confianza (95% = 1,96)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

El tamaño de la muestra se basa en una ponderación de confianza que va del 90% al 99%, según la veracidad de los estudios.

Tabla 48
Técnica de muestreo

90%	91%	92%	93%	94%	95%
1.65	1.69	1.75	1.81	1.88	1.96

Se utilizará el nivel de confianza debido a que se basa en un estudio previo de una institución confiable como es el INEC.

Z= nivel de confianza 95% que equivale 1.96

p=0.5

q=0.5

e=0.05

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.05)^2} \quad n = 384$$

Dando un resultado la cantidad de 384 personas a realizar la encuesta en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.2.3. Técnicas de muestreo

Para el presente estudio se realizará la técnica probabilística de muestreo aleatorio simple para determinar la muestra infinita, que en este caso es el perfil del cliente que visitará y visitó la parroquia de Alangasí.

3.2.4. Instrumentos de recolección de información

El instrumento de recolección de información será la encuesta en la cual se detalla los motivos de visita, tiempo de permanencia y los atractivos tanto, naturales como culturales más conocidos por el turista, con el fin de proponer rutas turísticas para el beneficio económico y social de la localidad.

Las encuestas se realizarán en cuatro puntos importantes de la ciudad que son el Norte, Centro, Sur y los Valles en las fechas lunes 7 de marzo al domingo 13 de marzo del 2016 en un período de 8 horas al día, con una hora de descanso.

Encuesta Demanda

Objetivo: Determinar el perfil del cliente acerca de la creación de rutas turísticas en la parroquia rural de Alangasí del Distrito Metropolitano de Quito.

Instrucciones:

- Coloque una X en el cuadro al cual corresponda su respuesta
- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva.

¿Sabía usted que el nombre Alangasí proviene de Alanga =Aguacate y shi= cosa alargada cilíndrica, se refiere a la fruta llamada guaba?

Si		No	
----	--	----	--

Género:

F		M	
---	--	---	--

Edad:

18-23 años		24-29 años		30-35 años		36-41 años		42 años -en adelante	
------------	--	------------	--	------------	--	------------	--	----------------------	--

¿Dónde Vive?

Norte		Sur		Centro		Valles	
-------	--	-----	--	--------	--	--------	--

1. ¿Conoce usted la parroquia de Alangasí? **Si su respuesta es Sí, continúe con la pregunta 3 por favor.**

Si		No	
----	--	----	--

2. ¿Le gustaría visitar la parroquia de Alangasí? **Si su respuesta es No, le agradecemos su tiempo invertido.**

Si		No	
----	--	----	--

Si su respuesta es Sí, continúe a la pregunta 12 por favor

3. Con qué frecuencia visita la parroquia rural de Alangasí?

1 vez al mes		2 veces al mes		3 veces al mes		Más de 3 veces	
--------------	--	----------------	--	----------------	--	----------------	--

4. ¿Qué le motiva a visitar la parroquia rural de Alangasí?

Comida Típica		Turismo		Visitas Familiares		Negocios		Otros	
---------------	--	---------	--	--------------------	--	----------	--	-------	--

5. ¿Con quién visitó la parroquia rural de Alangasí?

Solo		Familia con hijos		Con Amigos		Pareja		Otros	
------	--	-------------------	--	------------	--	--------	--	-------	--

6. ¿Cuánto tiempo es su permanencia en la parroquia rural de Alangasí?

Medio día		Día completo		Más de un día	
-----------	--	--------------	--	---------------	--

7. ¿Qué medio de transporte utiliza para movilizarse a esta parroquia?

Bus de línea		Bus turístico		Vehículo particular		Moto		Bicicleta		Taxi-camioneta	
--------------	--	---------------	--	---------------------	--	------	--	-----------	--	----------------	--

8. ¿Qué atractivos conoce?

Termas		Gastronomía		Fiestas		Caminatas al llaló		Visita a Iglesias	
--------	--	-------------	--	---------	--	--------------------	--	-------------------	--

9. ¿Cómo se enteró que existe estos atractivos?

Prensa escrita		Televisión		Referencias personales		Facebook		Correo Electrónico		Radio	
----------------	--	------------	--	------------------------	--	----------	--	--------------------	--	-------	--

10. Califique del 1 al 5 su nivel de satisfacción en su visita a los atractivos turísticos.

Excelente=1	atractivos	1	2	3	4	5
Muy bueno=2	Atractivos naturales					
Bueno=3	Atractivos Culturales					
Malo=4	Atractivos Gastronómicos					

Pésimo= 5

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

	\$10-20 dólares	\$20-30 dólares	\$30-40 dólares	\$40-50 dólares	\$50 dólares o más
Alimentación					
Transporte Turístico					
Entradas atractivos					

12. ¿Usted cree necesario la creación de rutas turísticas en la Parroquia rural de Alangasí?

Si		No	
----	--	----	--

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

3.2.5. Situación de la demanda actual

Se determinó que del total de encuestados, existe un conocimiento de los atractivos turísticos de la parroquia de Alangasí, pero que no han sido aprovechado por los habitantes para atraer mayor número de turistas a la localidad.

Encuesta Demanda:

Tabla 49

Género de encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	F 213	55,5	55,5	55,5
	M 171	44,5	44,5	100,0
	To 384	100,0	100,0	
	tal			

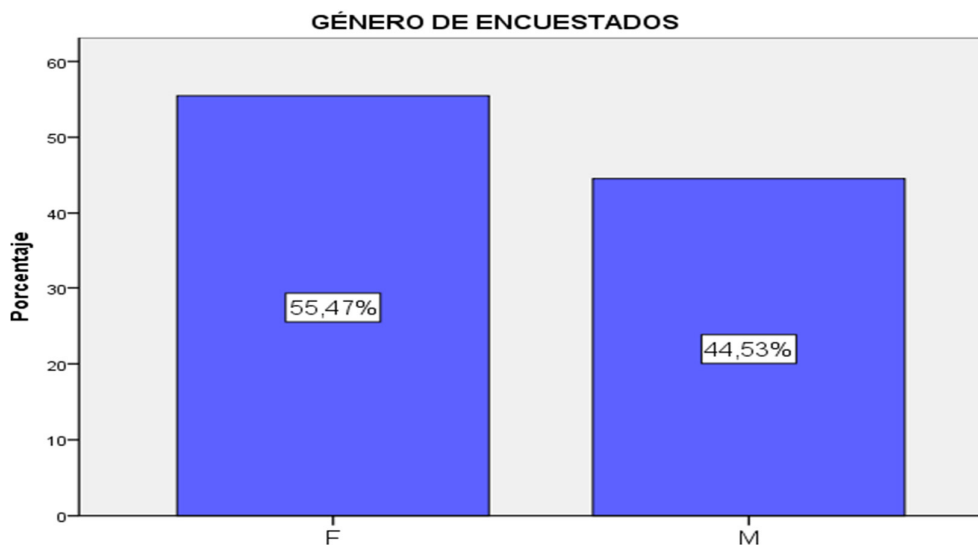


Figura 99 Género

Se determinó que la mayoría de personas encuestadas en el Distrito Metropolitano de Quito son de género femenino con un 55,47%, debido a que por parte del género femenino hubo mayor apertura en realizar las encuestas, por otra parte puede influir la mayor cantidad de mujeres en Quito de acuerdo al censo realizado en el año 2010.

Tabla 50
Edad de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-23 AÑOS	46	12,0	12,0	12,0
	24-29 AÑOS	127	33,1	33,1	45,1
	30-35 AÑOS	112	29,2	29,2	74,2
	36-41 AÑOS	68	17,7	17,7	91,9
	42 AÑOS EN ADELANTE	31	8,1	8,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

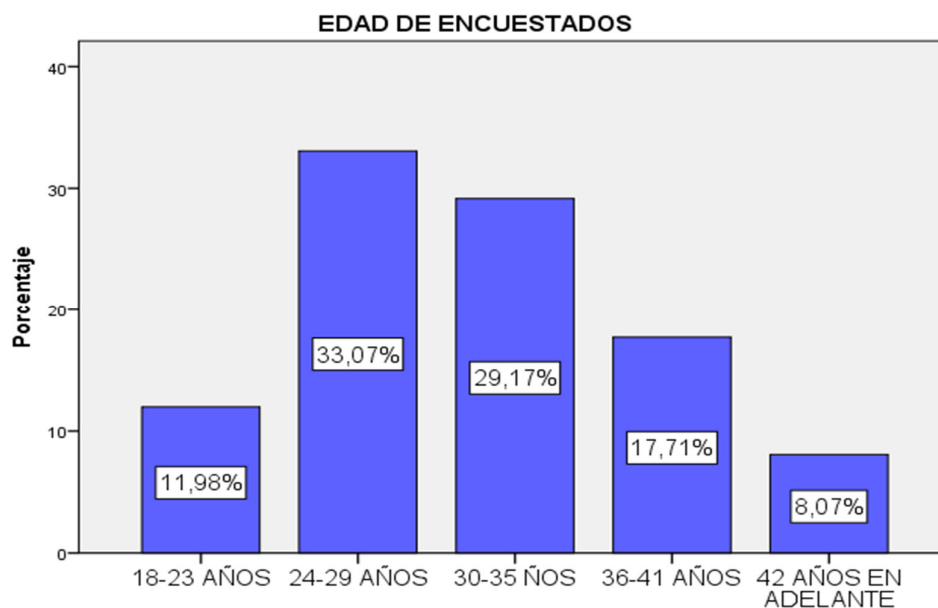


Figura 100 Edad

De acuerdo a las estadísticas el 33,07% de encuestados en todo el Distrito Metropolitano de Quito poseen una edad entre 24 a 29 años, seguido de un 29,17% de 30 a 35 años, mostrando en las estadísticas que es una población joven, además de pertenecer al rango de población económicamente activa.

Tabla 51
Dónde Vive

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NORTE	81	21,1	21,1	21,1
	SUR	88	22,9	22,9	44,0
	CENTRO	87	22,7	22,7	66,7
	VALLES	128	33,3	33,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

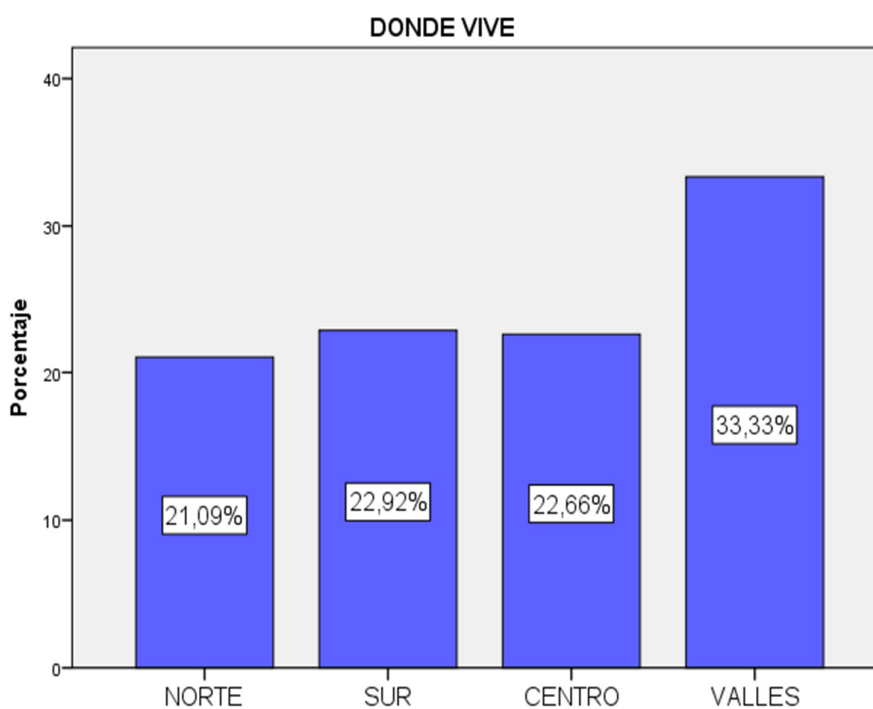


Figura 101 Dónde Vive

Las encuestas se realizaron en 4 zonas del Distrito Metropolitano de Quito Norte, Sur, Centro y Valles, siendo Tumbaco y el valle de los Chillos, los lugares con mayor número de encuestados con un 33,33%, seguido del sector sur con un 22,92%. Este dato muestra que la afluencia de turistas a Alangasí proviene de lugares cercanos a la parroquia y el sur de Quito.

Tabla 52
Conoce la parroquia de Alangasí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	SI	281	73,2	73,2	73,2
	NO	103	26,8	26,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

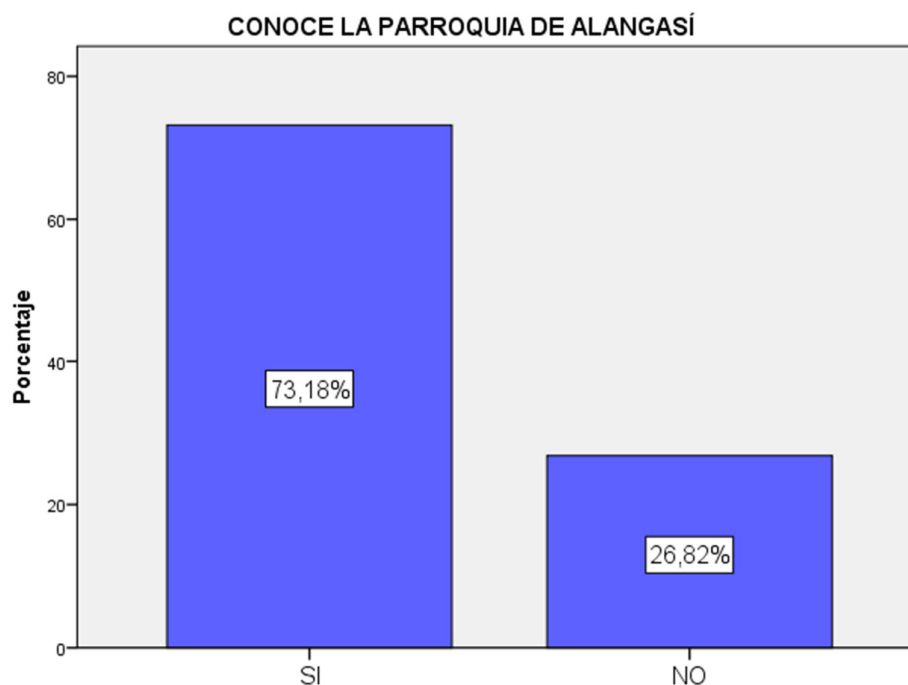


Figura 102 Conoce la parroquia de Alangasí

Debido al alto número de personas que respondieron a la encuesta, viven en los valles, el porcentaje de esta pregunta, que conocen la parroquia de Alangasí es de un 73,18%, por la cercanía a la misma, siendo un restante de 26,82% de encuestados que no conocen la parroquia.

Los encuestados que contestaron NO continúan a la pregunta número 2 y los que respondieron SÍ continúan a la pregunta 3.

Tabla 53
Le gustaría visitar la parroquia de Alangasí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	33	8,6	32,0	32,0
	NO	70	18,2	68,0	100,0
	Total	103	26,8	100,0	
Perdidos	Sistema	281	73,2		
Total		384	100,0		

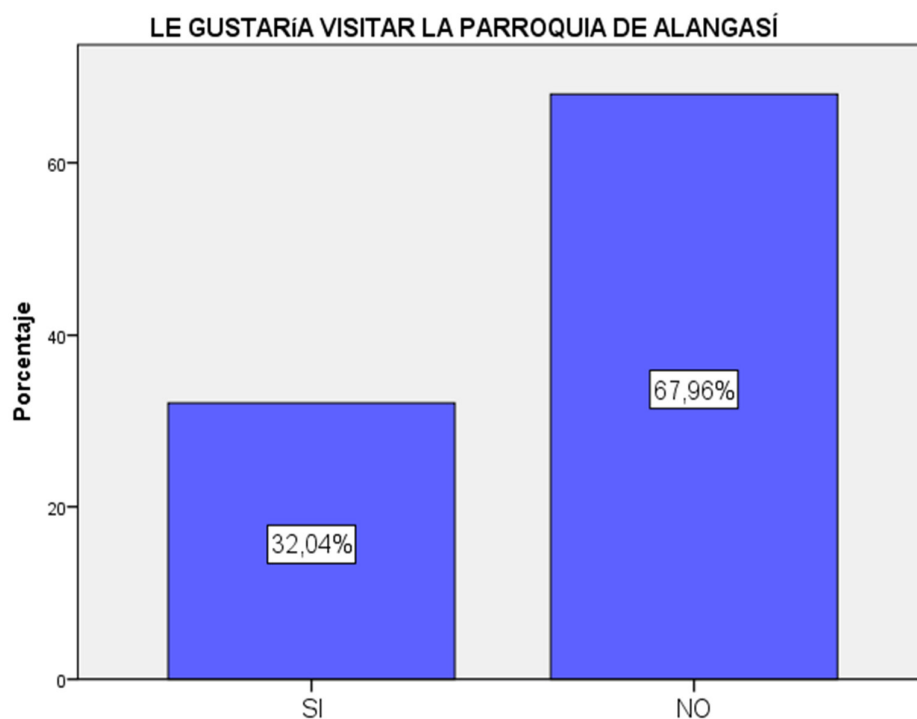


Figura 103 Le gustaría visitar la parroquia de Alangasí

El número de encuestados que respondieron NO en la pregunta 1, son las personas que responden esta pregunta. Del total antes mencionado, el 67,96% respondieron que no desea visitar la parroquia de Alangasí, por lo tanto para estas personas la encuesta finalizó con esta pregunta. El 32,04% restante que sí desean conocer la parroquia, se les dirigió a la pregunta 12.

**Tabla 54
Con qué frecuencia visita la parroquia de Alangasí**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 VEZ AL MES	124	32,3	44,1	44,1
	2 VECES AL MES	94	24,5	33,5	77,6
	3 VECES AL MES	39	10,2	13,9	91,5
	MÁS DE 3 VECES	24	6,3	8,5	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

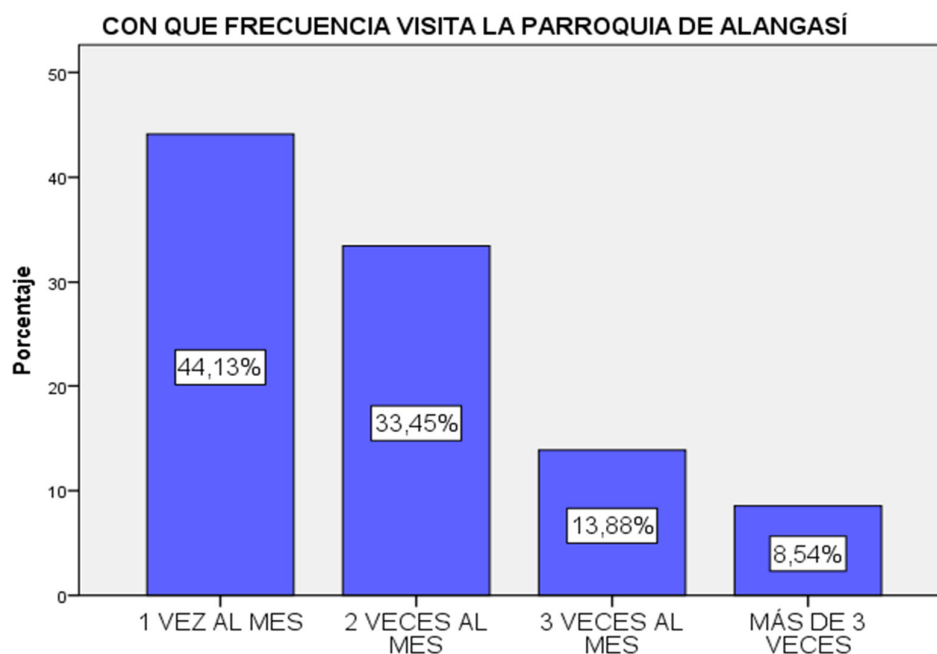


Figura 104 Con qué frecuencia visita la parroquia de Alangasí

A partir de esta pregunta el número que responde estas preguntas es de 281 encuestados, de este total respondieron el 44,13% visita la parroquia de Alangasí una vez al mes, seguido de un 33,45% que visita 2 veces al mes la parroquia de Alangasí, destacando que los visitantes viajan a este lugar no tan frecuentemente, siendo esto un resultado favorable para el turismo, debido a que el turista en cada visita encuentra un entretenimiento diferente en cada visita, saliendo de la monotonía. Los días que más visitan turistas son viernes, sábado y domingo.

Tabla 55
Que le motiva a visita la parroquia rural de Alangasí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	COMIDA TÍPICA	137	35,7	48,8	48,8
	TURISMO	101	26,3	35,9	84,7
	VISITAS FAMILIARES	22	5,7	7,8	92,5
	NEGOCIOS	13	3,4	4,6	97,2
	OTROS	8	2,1	2,8	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

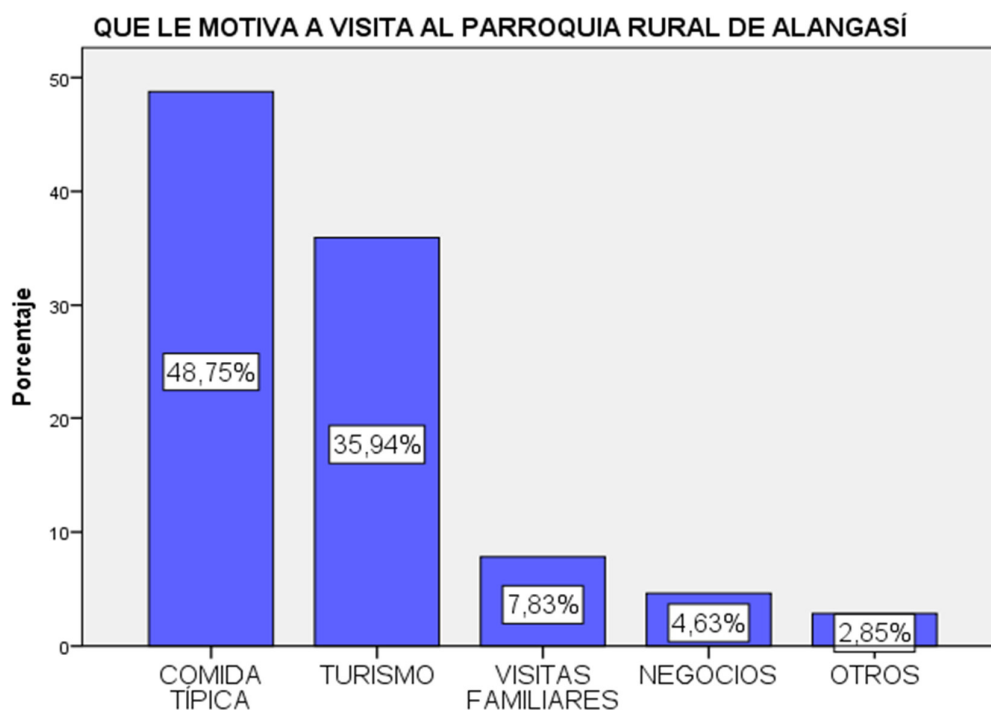


Figura 105 Con qué frecuencia visita la parroquia de Alangasí

El mayor motivo de visita a la parroquia de Alangasí con un 48,75% es la degustación de la comida típica, debido a su sabor único y tradicional, siendo este un impulso a visitar la parroquia de Alangasí, seguido del turismo con un 35,94% por sus atractivos naturales y culturales, que destacan por ser únicos.

**Tabla 56
Con quien visitó la parroquia rural de Alangasí**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SOLO	15	3,9	5,3	5,3
	FAMILIA CON HIJOS	127	33,1	45,2	50,5
	CON AMIGOS	88	22,9	31,3	81,9
	PAREJA	39	10,2	13,9	95,7
	OTROS	12	3,1	4,3	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

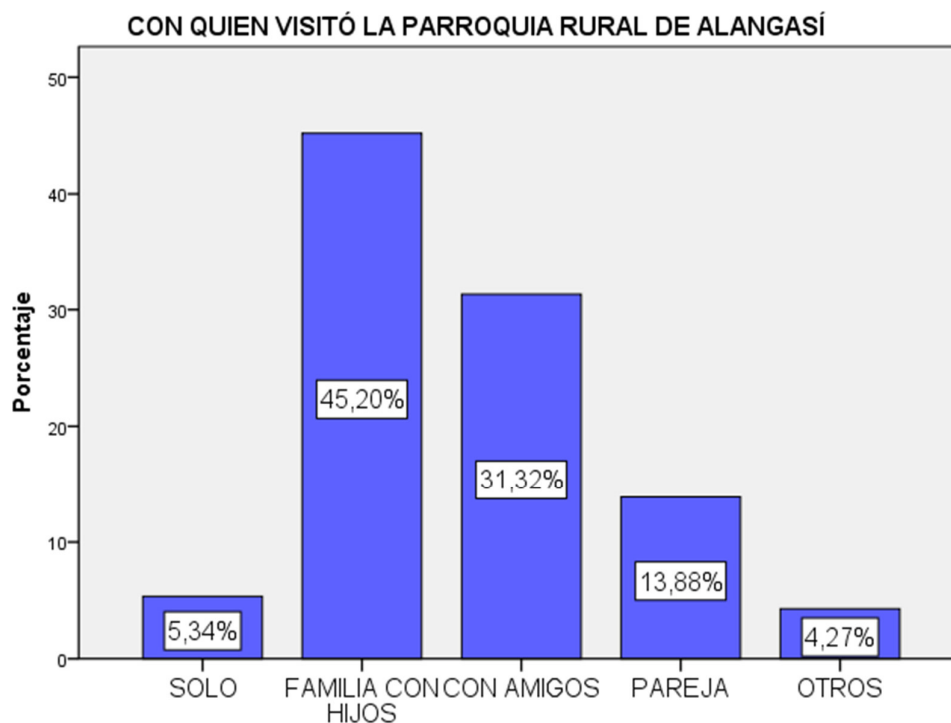


Figura 106 Con quien visitó la parroquia de Alangasí

El 45,20% de encuestados respondió que visita la parroquia de Alangasí con familia e hijos, razón por la cual es un lugar familiar de descanso y recreación preferido por los quiteños, seguido de un 31,32% de encuestados que vistan junto con sus amigos, buscando nuevas experiencias fuera de lo cotidiano.

Tabla 57

Cuanto tiempo es su permanencia en la parroquia de Alangasí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO DIA	133	34,6	47,3	47,3
	DÍA COMPLETO	122	31,8	43,4	90,7
	MÁS DE 1 DÍA	26	6,8	9,3	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

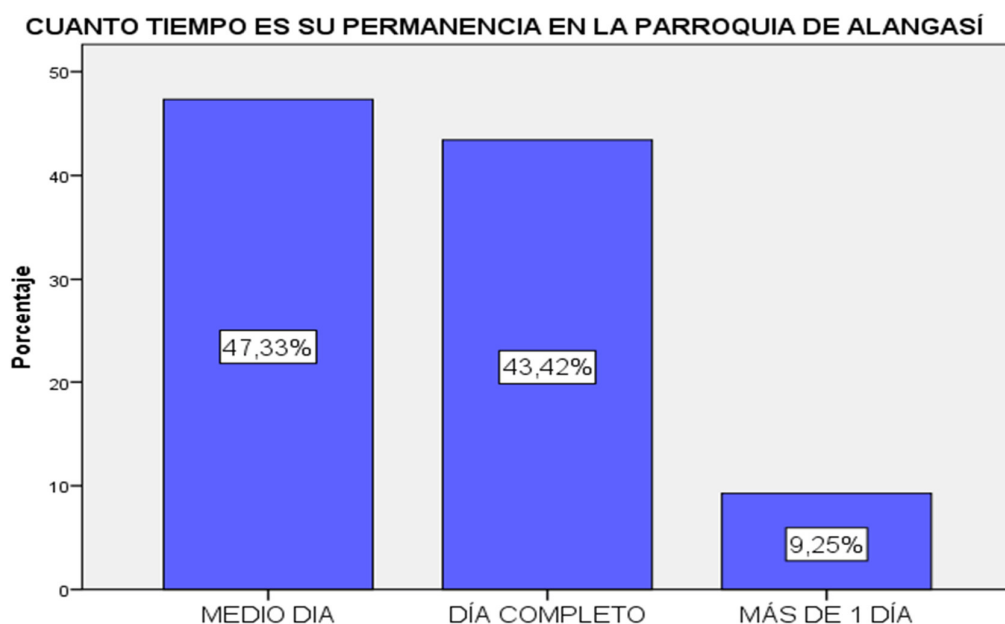


Figura 107 Cuanto tiempo es su permanencia en la parroquia de Alangasí

Las personas respondieron con un 47,33% que permanece medio día, siendo mayor a un 43,42% que respondió que permanece un día completo, esto quiere decir que los visitantes acuden a Alangasí a realizar diferentes actividades recreativas, además de alimentación, por motivos de encontrarse cerca de sus residencias no se lo toma como punto de permanencia de más de un día.

Tabla 58

¿Qué medio de transporte utiliza para movilizarse a la parroquia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUS DE LÍNEA	74	19,3	26,3	26,3
	BUS TURÍSTICO	23	6,0	8,2	34,5
	VEHÍCULO PARTICULAR	112	29,2	39,9	74,4
	MOTO	35	9,1	12,5	86,8
	BICICLETA	9	2,3	3,2	90,0
	TAXI-CAMIONETA	28	7,3	10,0	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistemas	103	26,8		
Total		384	100,0		

QUE MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZA PARA MOVILIZARSE A LA PARROQUIA

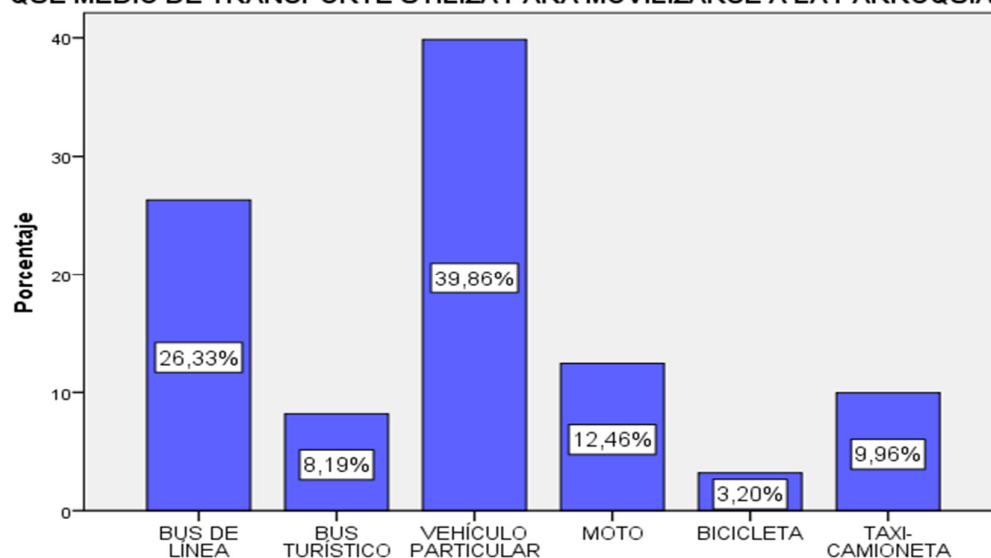


Figura 108 Medio de transporte utiliza para movilizarse a la parroquia

El transporte más utilizado para viajar a Alangasí es el vehículo particular con un 39,86%, debido a que acuden en familia con hijos siendo este medio el más cómodo como para trasportarse, seguido de un 26,33% de personas que viajan en bus de línea, ya que es un medio económico para los visitantes, debido a su cercanía con el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 59
Que atractivos conoce

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TERMAS	82	21,4	29,2	29,2
	GASTRONOMÍA	136	35,4	48,4	77,6
	FIESTAS	33	8,6	11,7	89,3
	CAMINATA ILALÓ	12	3,1	4,3	93,6
	VISITA IGLESIAS	18	4,7	6,4	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

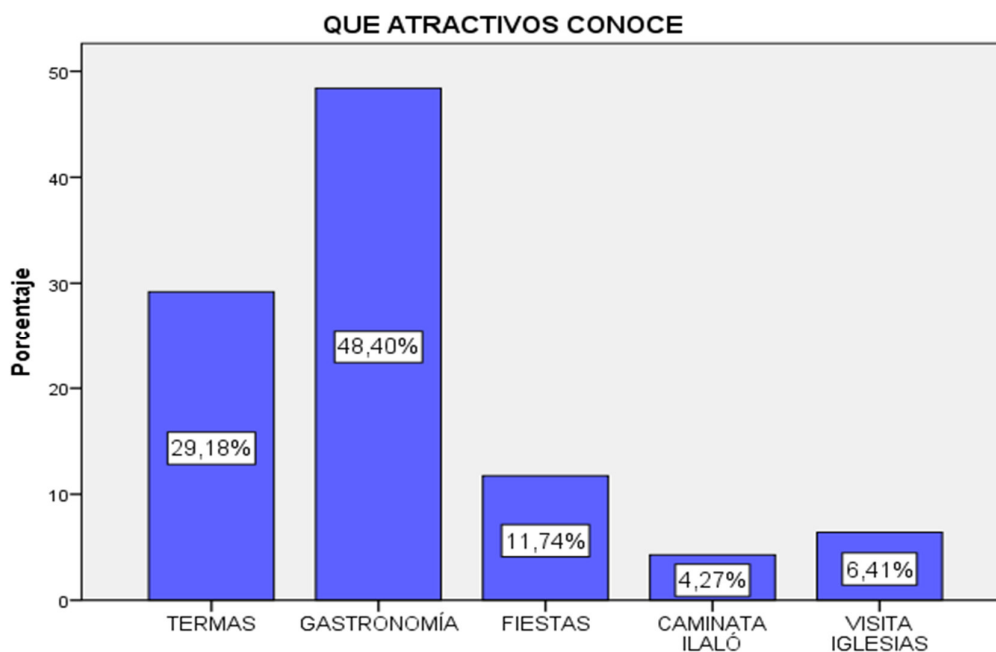


Figura 109 Atractivos que conoce

Como se mencionó anteriormente el atractivo más conocido del lugar es la gastronomía con un 48,40%, factor a ser considerado en ruta gastronómica del sector, debido a que existe gran afluencia de personas que asiste a Alangasí por este motivo. Con el 29,18% el segundo atractivo más conocido son las termas, sus balnearios poseen un prestigio por sus propiedades medicinales que a través de los años ha ido en aumento.

Tabla 60
Como se enteró que existen estos atractivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PRENSA ESCRITA	21	5,5	7,5	7,5
	TV	40	10,4	14,2	21,7
	REFERENCIAS PERSONALES	144	37,5	51,2	73,0
	FACEBOOK	57	14,8	20,3	93,2
	CORREO ELECTRÓNICO	4	1,0	1,4	94,7
	RADIO	15	3,9	5,3	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

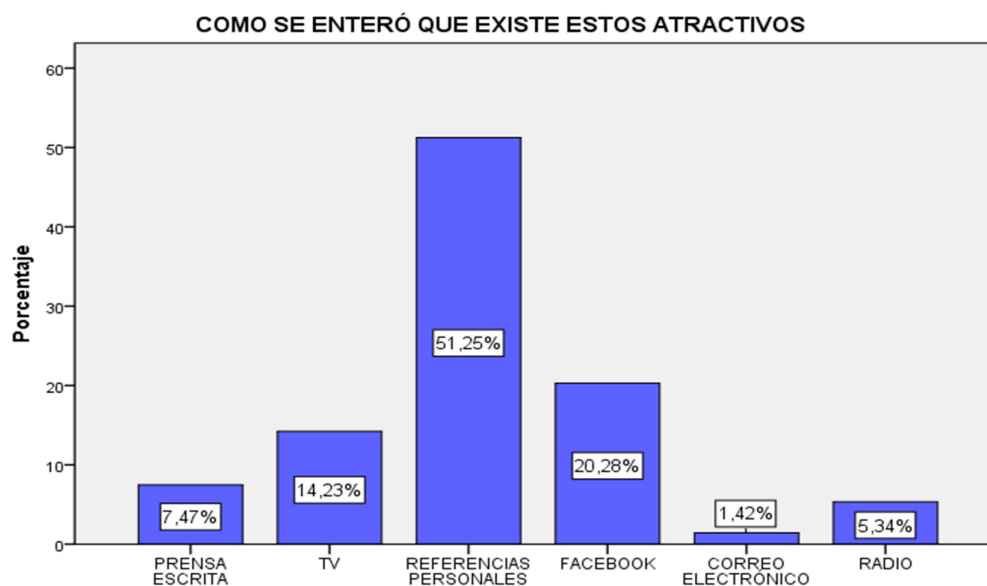


Figura 110 Como se enteró de los atractivos

El 51,25% de los encuestados se enteraron de los atractivos por las referencias personales de personas allegadas que recomendaron el lugar, superando al 20,28% de encuestados que utilizaron la red de Facebook para enterarse de Alangasí, debido a que es un método de comunicación más utilizado por generaciones jóvenes, que son los rangos de 24 a 35 años de los encuestados.

Tabla 61

Califique del 1 al 5 su nivel de satisfacción atractivos naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EXCELENTE	50	13,0	17,8	17,8
	MUY BUENO	127	33,1	45,2	63,0
	BUENO	77	20,1	27,4	90,4
	MALO	20	5,2	7,1	97,5
	PÉSIMO	7	1,8	2,5	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

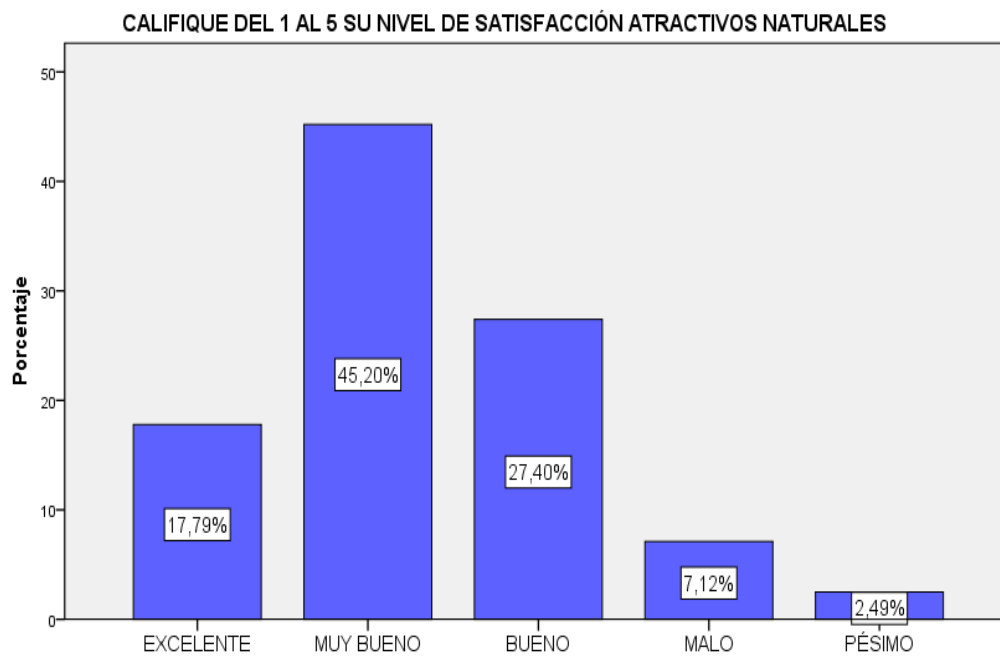


Figura 111 Nivel de satisfacción atractivos naturales

En los atractivos naturales los encuestados respondieron con un 45,20% siendo esta una satisfacción muy buena, para los atractivos naturales, seguida con una satisfacción buena del 27,40%, esto muestra que los turistas perciben a los atractivos naturales como algo interesante para visitar.

Tabla 62
Califique del 1 al 5 su nivel de satisfacción atractivos culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EXCELENTE	136	35,4	48,4	48,4
	MUY BUENO	107	27,9	38,1	86,5
	BUENO	28	7,3	10,0	96,4
	MALO	8	2,1	2,8	99,3
	PÉSIMO	2	,5	,7	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

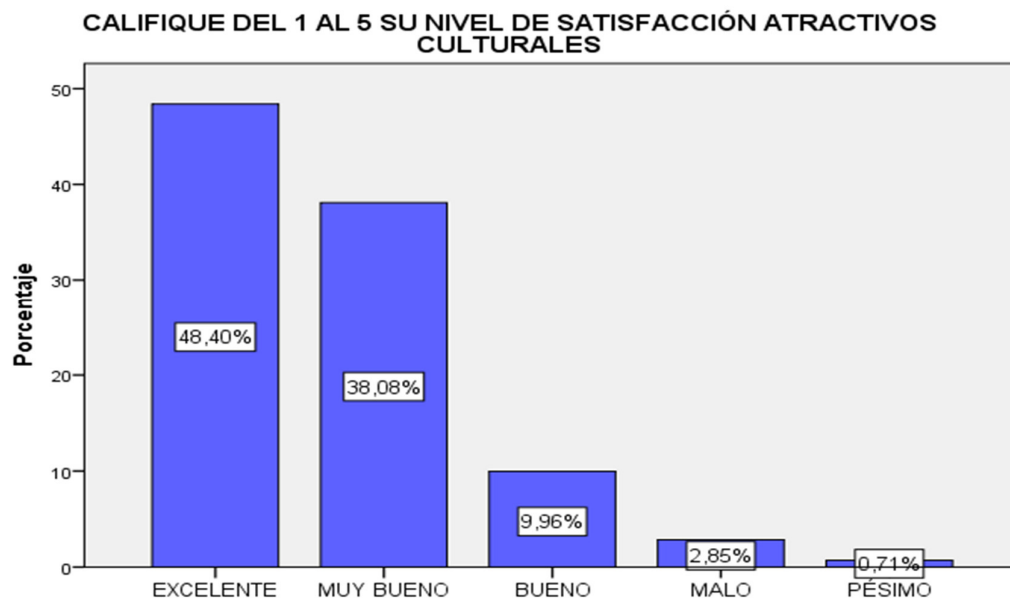


Figura 112 Nivel de satisfacción atractivos culturales

Los encuestados respondieron con un 48,40% con una calificación de excelente respecto a su satisfacción en los atractivos culturales, seguido de un 38,08% de muy bueno, cabe recalcar que esta pregunta engloba fiestas, artesanías y todo tipo de evento cultural. Este resultado muestra que los turistas están satisfechos respecto al ámbito cultural de la parroquia de Alangasí.

Tabla 63

Califique del 1 al 5 su nivel de satisfacción atractivos gastronómicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EXCELENTE	144	37,5	51,2	51,2
	MUY BUENO	120	31,3	42,7	94,0
	BUENO	12	3,1	4,3	98,2
	MALO	3	,8	1,1	99,3
	PÉSIMO	2	,5	,7	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

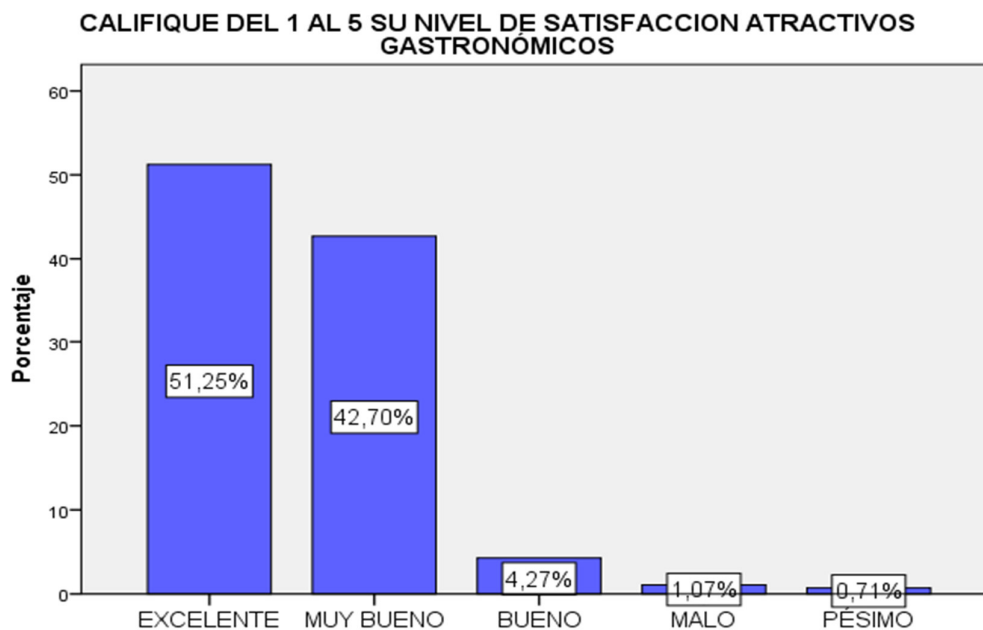


Figura 113 Nivel de satisfacción atractivos gastronómicos

El resultado de satisfacción acerca de atractivos gastronómicos es de 51,25% con una calificación de excelente, seguido por un 42,70% de muy bueno. Esto se debe a que en Alangasí se ofertan diferentes platos típicos con una sazón única y tradicional que es el motivo de viaje de los turistas.

Tabla 64
Cuanto estaría dispuesto a pagar por alimentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$10,00-\$20,00 DÓLARES	159	41,4	56,6	56,6
	\$20,01-\$30,00 DÓLARES	81	21,1	28,8	85,4
	\$30,01-\$40,00 DÓLARES	34	8,9	12,1	97,5
	\$40,01-\$50,00 DÓLARES	7	1,8	2,5	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

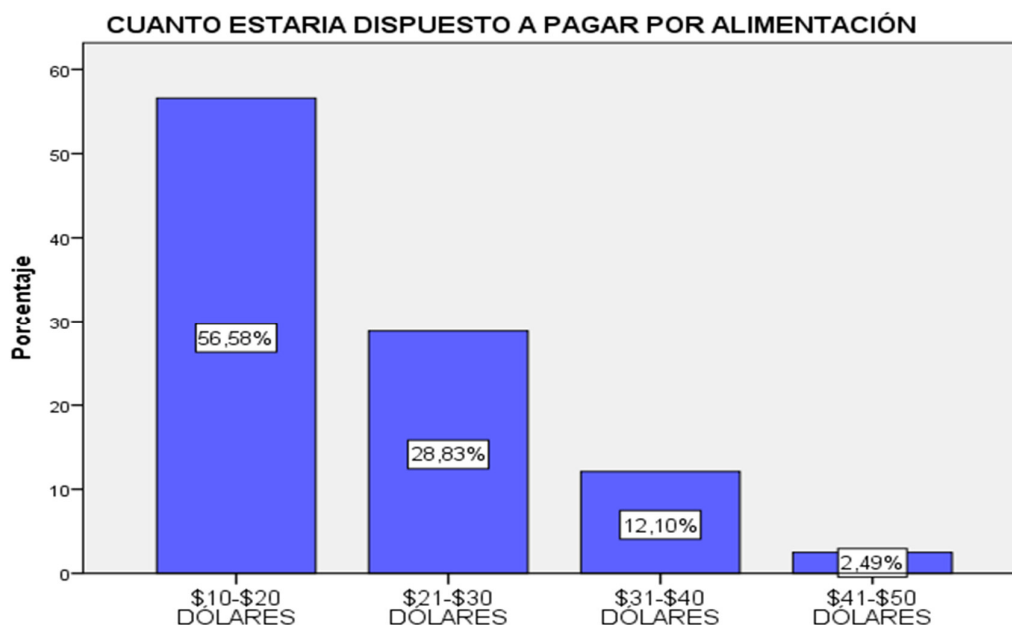


Figura 114 Pagos por alimentación

Según las personas encuestadas el 56,58%, estaría dispuesto a gastar de \$10 a \$20 dólares en alimentación por persona, buscando un ahorro para el bolsillo del turista respecto a la economía actual, por ende los ofertantes tratan de dar un buen producto a bajo costo.

Tabla 65

Cuanto estaría dispuesto a pagar por transporte turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$10,00-\$20,00 DÓLARES	244	63,5	86,8	86,8
	\$20,01-\$30,00 DÓLARES	33	8,6	11,7	98,6
	\$30,01-\$40,00 DÓLARES	4	1,0	1,4	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

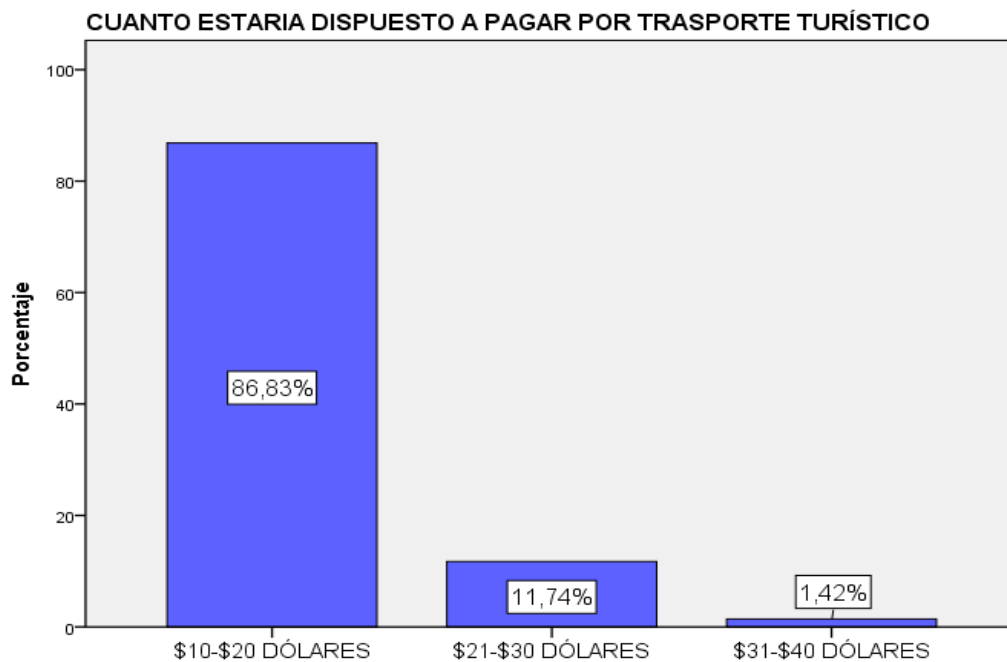


Figura 115 Pago por transporte

Debido a la cercanía de este lugar al Distrito Metropolitano de Quito las personas están dispuestas a gastar de \$10,00 a \$20,00 dólares con un total de 86,83% en transporte turístico, además de que la mayoría opta por ir en vehículo particular.

Tabla 66
Cuanto estaría dispuesto a pagar por entradas a atractivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$10,00-\$20,00 DÓLARES	247	64,3	87,9	87,9
	\$20,01-\$30,00 DÓLARES	33	8,6	11,7	99,6
	\$30,01-\$40,00 DÓLARES	1	,3	,4	100,0
	Total	281	73,2	100,0	
Perdidos	Sistema	103	26,8		
Total		384	100,0		

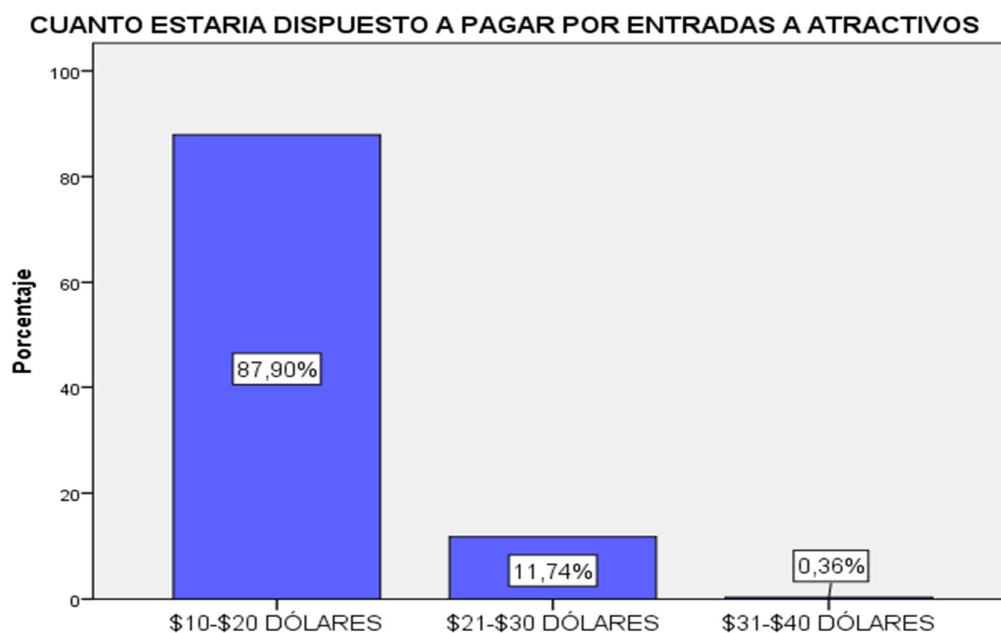


Figura 116 Pago por atractivos

La mayoría de encuestados respondieron que estaría dispuestos a pagar de \$10,00 a \$20,00 dólares por persona en entradas a atractivos turísticos, siendo este el 87,90% del total de personas, debido a que no se quiere perjudicar el presupuesto designado para otros gastos en el lugar como por ejemplo alimentación y transporte.

Tabla 67
Usted cree necesario la creación de rutas turísticas en la parroquia de Alangasí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	290	75,5	92,4	92,4
	NO	24	6,3	7,6	100,0
	Total	314	81,8	100,0	
Perdidos	Sistema	70	18,2		
Total		384	100,0		

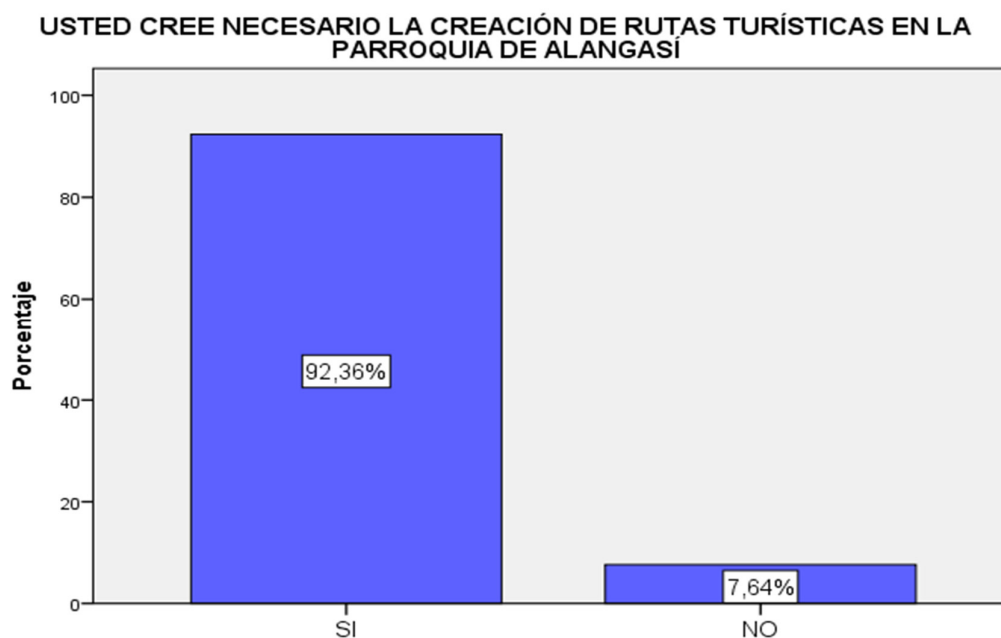


Figura 117 Creación de rutas turísticas

Esta pregunta está involucrada respecto al proyecto de titulación con el fin de desarrollar nuevas rutas turísticas en la parroquia de Alangasi. El 92,36% de los encuestado opina que es necesario la creación de rutas, por esta razón se fundamenta la propuesta antes mencionada en el presente estudio.

3.2.6. Definición del perfil del cliente

Se determinó que el perfil del cliente que visita la parroquia de Alangasi. Posee de 24 a 41 años, vive en los Quito, visita la parroquia aproximadamente una vez al mes por motivos de comida típica y turismo para actividades de integración, acompañada de su familia e hijos, además de amigos, su estancia es tan solo de medio día, acude en vehículo propio o en bus de línea, conoce de estos atractivos por referencias personales y esa dispuesto a pagar por alimentación, transporte turístico y entradas a atractivos de \$10,00 a \$20,00 dólares por grupo, esto muestra que el perfil del cliente es de status económico medio y bajo.

3.2.7. Proyección de la demanda.

La proyección de la demanda basará en la población económicamente activa de Quito que son 829.000 habitantes, esto representa a 384 encuestas según la muestra finita, la encuesta realizada está dividida en personas que

conocen y no conocen la parroquia, las personas que no conocen la parroquia pero que desean visitarla son 33 personas las cuales representan el 8.59% del total. Estas cifras llevadas a los 829.000 habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, da un total de 71.211 personas que Sí desean visitar la parroquia de Alangasí al año. Esta cifra es en año 2016 y se provee que con la correcta promoción de la parroquia de Alangasí estos números pueden aumentar.

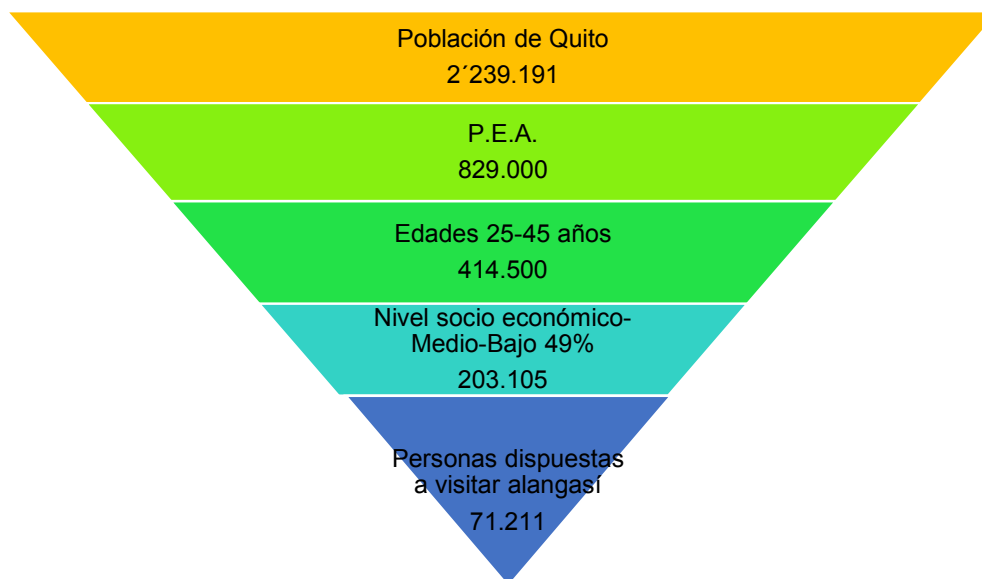


Figura 118 Proyección de la Demanda

Fuente: (INEC, 2015)

3.3. Análisis de precios.

Refiere a una investigación acerca al análisis de oferta y demanda del presente proyecto recabado a lo largo de la parroquia de Alangasí.

3.3.1. Determinación de política de precios

Basándose en el análisis de las encuestas realizadas en el año 2016 del proyecto de titulación se ha determinado que la oferta en alimentación busca llegar al cliente mediante una estrategia de precios, por lo que la mayoría de restaurantes ofertan platos de \$1,00 a \$5,00 dólares siendo acorde a la demanda del consumidor de un 56,58% que gastaría de \$10,00 a \$20,00 dólares y un 28,83% que gastaría de \$21,00-\$30,00 dólares por alimentación con su familia o grupo de amigos en este sector.

Respecto a la oferta en recreación la mayoría de establecimientos cobran por entrada de \$ 6,00 a \$11,00 dólares de acuerdo a los servicios que brindan,

por otro lado el turista estaría dispuesto a gastar de \$10,00 a \$20,00 dólares siendo un 87,90% de los encuestados por entradas a establecimientos de recreación. Por motivo de transporte turístico 83,86% de personas estaría dispuestas a pagar entre \$10,00 a \$20,00 dólares.

3.3.2. Percepción del precio por el consumidor

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los ofertantes y las encuestas realizadas a los consumidores, se comprobó la satisfacción del cliente conforme al precio de los ofertantes, debido a que es un precio accesible para el bolsillo, para las personas que visitan Alangasí. Acorde al sondeo realizado por las encuestas, la única observación por la mayoría de encuestados fue que los precios actuales se mantengan por más tiempo.

3.4. Canales de distribución

Son los medios por los cuales las personas conocen acerca de un determinado lugar, producto o servicio.

3.4.1. Canales de distribución

Respecto a un análisis en base a la encuesta realizada, los canales de distribución más utilizados son las referencias personales, más conocidos como publicidad boca a boca, los cuales tiene mayor impacto en el consumidor al momento de elegir un producto o servicio. Parte de la propuesta es realizar capacitación al personal de los establecimientos y las personas que deseen incluirse en esta actividad turística.

Seguido por la red social de Facebook, que en la actualidad es el mejor referente publicitario BTL, que no genera grandes gastos para su publicidad y llega a usuarios de todo el mundo, al igual que el diseño de volantes y trípticos que pueden ser utilizados para promocionar Alangasí.

3.4.2. Evaluación de canales de distribución

Por medio de las encuestas antes mencionadas, se determinó que el mejor método para publicitar un lugar, producto o servicio es las referencias personales, pero para impulsar este medio de publicidad, se busca llegar de manera directa al consumidor, por lo cual la utilización de redes sociales como

Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y la creación de una página web gratuita, son la mejor manera de impulsar al turista a visitar Alangasí.

CAPÍTULO IV

Producto de la recategorización realizada en la presente investigación de los atractivos culturales y naturales se determinó que los atractivos turísticos existentes en la localidad tienen potencialidad para ser aprovechados en difidentes estrategias turísticas para el desarrollo de Alangasí.

4.1. Organización

4.1.1. Participantes

El Gobierno Descentralizado de Alangasí y la comunidad son participes del proyecto de titulación y su desarrollo a continuación se detallará su participación:

4.1.1.1. Gobierno Descentralizados de Alangasí

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Alangasí concederá del presupuesto total la cantidad necesaria para desarrollar las charlas de capacitación, manejo de medios BTL y distribución masivas de volantes y trípticos además de proporcionar la autorización para que las capacitaciones se desarrollen en el centro cultural de Alangasí.

4.1.1.2. Comunidad Alangasí

La comunidad de Alangasí colaboró con la información y apertura para realizar el censo de la oferta, además la contar con la colaboración y asistencia en las capacitaciones que realizarán acerca servicio al cliente, manejo de alimentos, guianza entre otras.

4.2. Análisis de productos turísticos

4.2.1. Identificación y re-jerarquización de productos turísticos

Los atractivos que posee Alangasí mediante la utilización de las fichas de atractivos del MINTUR, donde se detalla la ubicación, latitud, longitud, centro

urbanos más cercanos, características físicas, estado de conservación, estado de conservación del entorno, infraestructura vial, infraestructura, ruta de buses, difusión del atractivo y fotografías de cada uno de estos para que los turistas puedan identificarlo, dichas fichas se encuentran en la sección de Anexos. El número total de atractivos son 50 como lo muestra la tabla.

Tabla 68
Re jerarquización atractivos turísticos

Tipo	Número
Atractivo natural	16
Atractivo cultural	34
Total	50

4.2.2. Planta turística de la Parroquia de Alangasí

Basado en un censo en la parroquia de Alangasí, se determinó la planta turística de la localidad en el siguiente cuadro:

Tabla 69
Planta turística

Categoría/Establecimiento	Alojamiento	Alimentación	Recreación
Primera	2	4	4
Segunda	1	23	10
Tercera	5	37	0
TOTAL	8	64	14

4.3. Rutas turísticas en la Parroquia de Alangasí

La mayoría de rutas inician en el parque de Alangasí o sus alrededores, este es un mapa de cómo llegar al centro de la parroquia desde la autopista General Rumiñahui, siguiendo la avenida Ilaló hasta la parroquia de Alangasí.

Con el perfil del cliente se enfocará a la creación de rutas turísticas y promoción de la parroquia de Alangasí, además de la creación de estrategias que aportarán a los proyectos vinculados con el turismo en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí.

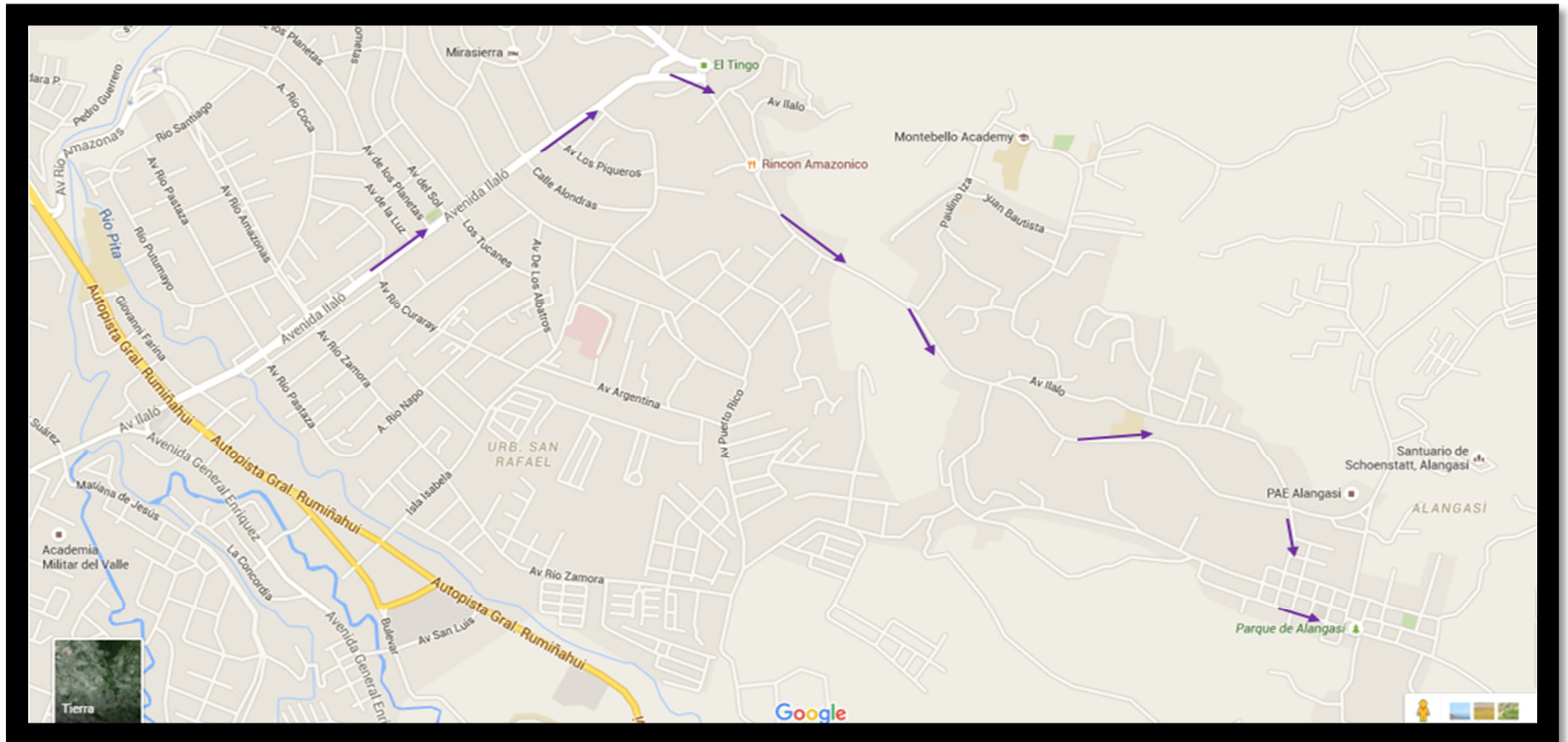


Figura 119 Mapa de Ubicación Parroquia de Alangasi
Fuente: (Maps, 2016)

Nombre de Ruta:

TRADISIONALÍSIMA

Itinerario**Tabla 70****Ruta Turística 1****RUTA**

	Horario
1. Reunión en la Iglesia El Tingo	7:00 am – 7: 30 am
2. Caminata Capilla San José del Tingo	7:30 am – 8:10 am
3. Receso y refrigerio	8:15 am – 8:45 am
4. Descenso	8:45 am – 9:15 am
5. Entrada al balneario del Tingo	9:30 am – 12:00 pm
6. Almuerzo Libre	12:00 pm – 13:00 pm
7. Recorrido a Alangasí	13:00 pm – 13:15 pm
8. Visita Iglesia, Centro Cultural y Parque Iconográfico	13:15 pm – 14:45 pm
9. Visita Iglesia de Shoenstatt	15:00 pm – 15:45 pm
Fin del recorrido	

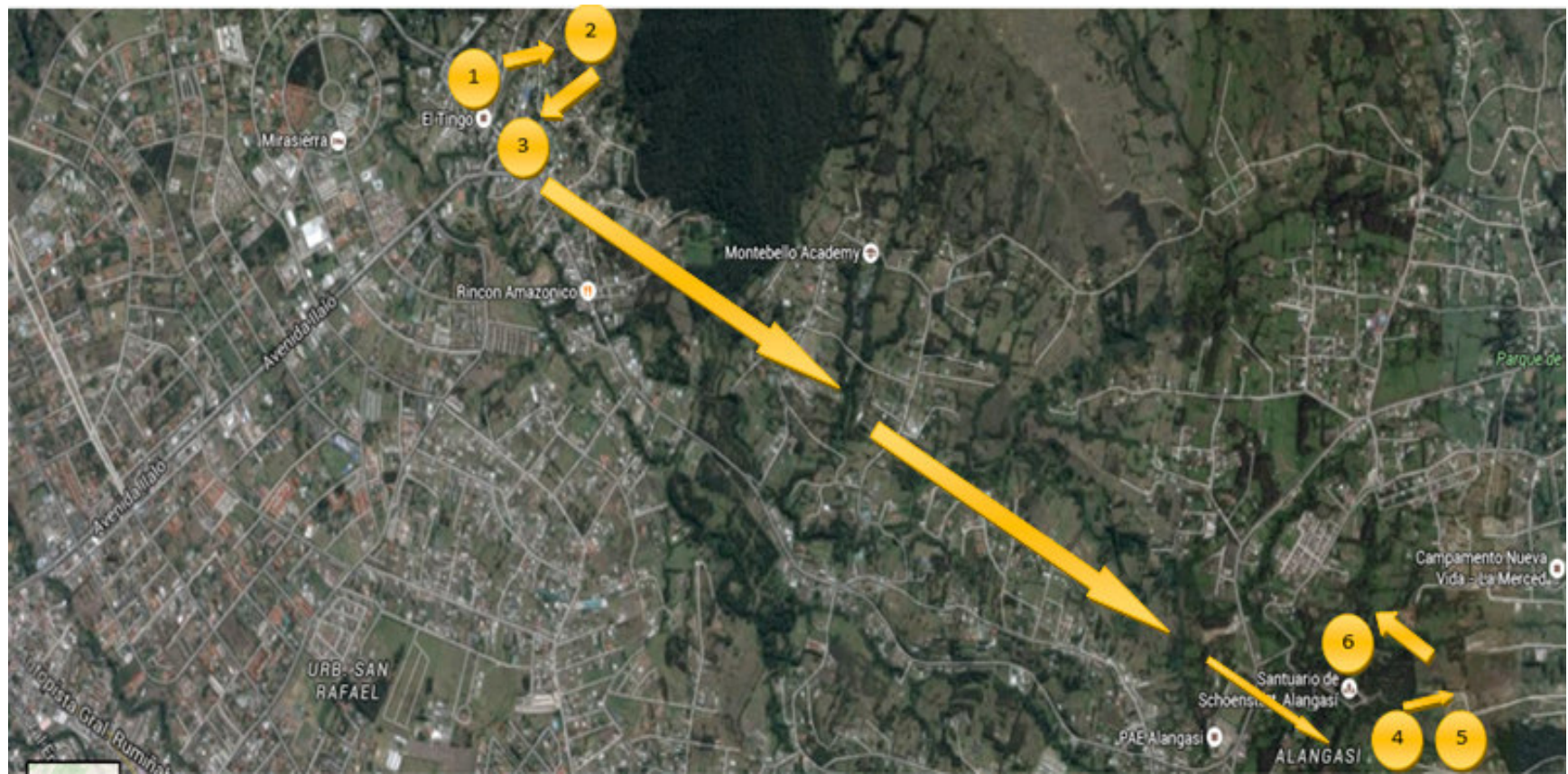
Costo para el público

- \$10,00 por persona
- Incluye entradas, guianza, refrigerios.
- No incluye transporte y almuerzo.

Costo

- \$ 3,00 dólares por persona guianza
- \$ 2,75 dólares por persona refrigerios
- \$ 2,50 dólares por persona entrada

\$1,75 dólares ganancia neta

Dibujo de la Ruta:**Figura 120 Ruta turística 1**

Fuente: (Maps, 2016)

Nombre de Ruta:

DE TODO UN POQUITO

Itinerario**Tabla 71****Ruta Turística 2****RUTA**

	Horario
1. Reunión en el San Luis Shopping entrada Principal	7:00 am – 7: 30 am
2. Recorrido hacia el Gringo Loco	7:30 am – 8:00 am
3. Gringo Loco recorrido y juegos lúdicos	8:00 am – 8:45 am
4. Receso y refrigerio	8:45 am – 9:10 am
5. Visita a la iglesia de Betania	9:15 am – 9:45 am
6. Entrada a Balneario Fuentes Cristalinas	9:10 am – 12:30 pm
7. Almuerzo- Hornados Ushimana	12:30 pm – 13:30 pm
8. Recorrido Capilla de Ushimana	13:30 pm – 14:00 pm
9. Recorrido Capilla de San Carlos	14:00pm–14:50 pm
10. Complejo deportivo El Tingo	15:00 pm – 15:15 pm
11. Refrigerio	15:15 pm – 16:30 pm
Fin del recorrido	

Costo para el público

\$25,00 por persona

Incluye entradas, guianza, refrigerios y almuerzo. No incluye transporte.

Costo

\$ 3,00 dólares por persona guianza

\$ 1,00 dólares por persona entrada Gringo Loco

\$ 2,75 dólares por persona refrigerios

\$ 8,00 dólares por persona entrada balneario

\$ 6,00 dólares por persona almuerzo

\$1,75 dólares ganancia neta

Nombre de Ruta:

TOROS, CHAGRAS Y CUEROS

Itinerario:**Tabla 72**
Ruta Turística 3

RUTA	
	Horario
1. Parque Central de Alangasí	8:00 am – 8: 30 am
2. Guianza Básica de los toros de pueblo	8:30 am – 8:50 am
3. Desfile del Chagra	9:00 am – 11:30 am
4. Almuerzo Libre	12:00 pm – 13:00 pm
5. Recorrido Artesanal	13:10 pm –14:00 pm
6. Toros de Pueblo	14:30 pm – 17:00 pm
7. Refrigerio	17:00 pm – 18:00 pm
8. Baile Popular con la Orquesta	18:10 pm – 21:00 pm
Fin del recorrido	

Costo para el público

\$10,00 por persona

Incluye entradas, guianza, refrigerios.

No incluye transporte ni almuerzo.

Costo

\$ 3,00 dólares por persona guianza

\$ 1,00 dólares entrada a la plaza de toros

\$ 4,00 dólares por persona refrigerios

\$2,00 dólares ganancia neta

Dibujo de la Ruta:

Figura 124 Ruta turística 3
Fuente: (Maps, 2016)

Nombre de Ruta:

ALANGASÍ ENFIESTADO

Itinerario:**Tabla 73****Ruta Turística 4****RUTA**

	Horario
1. Parque Central de Alangasí y refrigerio	8:30 am – 9: 00 am
2. Desfile de la confraternidad	9:00 am – 12:00 pm
3. Almuerzo Libre	12:00 pm – 13:00 pm
4. Exposición de Canastos de carrizo	13:15 pm – 14:30 pm
5. Pregón de Fiestas	16:10 pm –17:00 pm
6. Novena de la Virgen de la Candelaria	17:30 pm – 18:30 pm

Fin del recorrido**Costo para el público**

\$10,00 por persona

Incluye entradas, guianza, refrigerios.

No incluye transporte, ni almuerzo.

Costo

\$ 3,00 dólares por persona guianza

\$ 5,00 dólares por persona refrigerios

\$2,00 dólares ganancia neta

Dibujo de la Ruta:

Figura 125 Ruta turística 4
Fuente: (Maps, 2016)

Nombre de Ruta:

SANTO PECADO

Itinerario:**Tabla 74****Ruta Turística 5****RUTA**

Lugar	Horario
1. Parque Central de Alangasí- encuentro y refrigerio	7:30 am – 8: 00 am
2. Convivencia con los habitantes de Alangasí Diablos de Semana Santa	8:00 am – 10:00 am
3. Viacrucis	10:00 am – 12:00 pm
Almuerzo Libre	12:00 pm – 13:00 pm
4. Misa de Crucifixión	13:10 pm –15:00 pm
5. Convivencia con los habitantes de Alangasí turbantes de Semana Santa	15:00 pm – 17:30 pm
6. Misa Descendimiento	18:00 pm – 20:00 pm
7. Procesión	20:00 pm – 22:00 pm
Fin del recorrido	

Costo para el público

\$10,00 por persona

- Incluye entradas, guianza, refrigerios.
- No incluye transporte ni almuerzo.

Costo

\$ 3,00 dólares por persona guianza

\$ 1,50 dólares entrada a la plaza de toros

\$ 5,00 dólares por persona refrigerios

\$0,50 dólares ganancia neta por persona

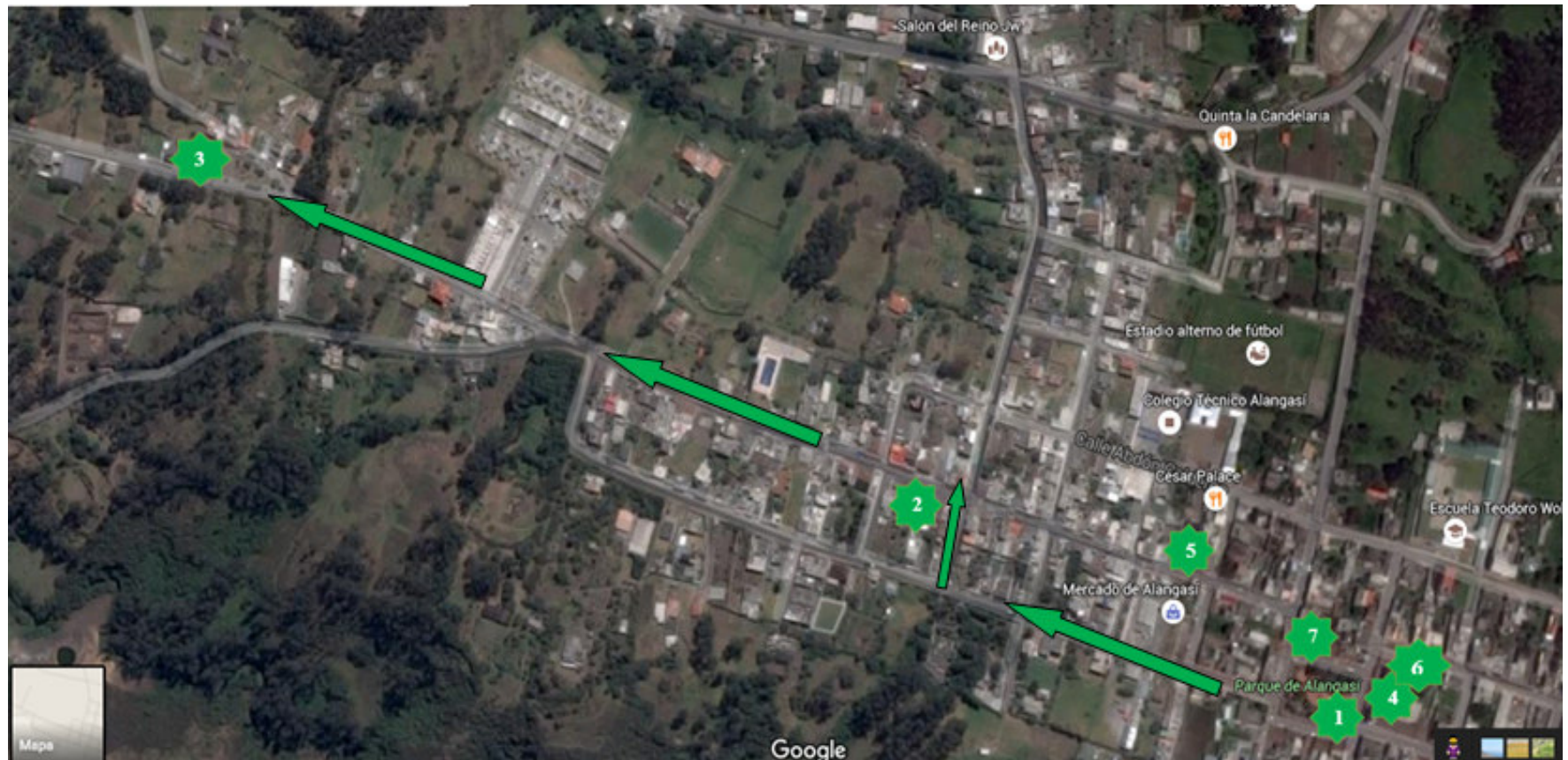
Dibujo de la Ruta:

Figura 126 Ruta Turística 5
Fuente: (Maps, 2016)

4.4. Diseño del programa de Capacitación

PLAN DE CAPACITACIÓN

PRESENTACIÓN

El Plan de Capacitación Alangasí turístico, tiene como objetivo capacitar a los habitantes de la parroquia de Alangasí que desean formar parte de una red de guías locales para la localidad.

Brindando así oportunidades de trabajo, de igual forma desarrollando el turismo de Alangasí para que se convierta a futuro en un potencial nacional de turismo.

JUSTIFICACIÓN

La idea de capacitación surge a partir del desarrollo del presente proyecto, reforzado por las encuestas realizadas, donde se visualiza la falta de personal preparación en el área de turismo.

Esta capacitación se realizara enfocándose a la creación de rutas turísticas de Alangasí, preparando a las personas en diferentes áreas de conocimiento que deseen aprender acerca de turismo.

ALCANCE

El plan de capacitación es de aplicación para todas las empresas y personas que estén involucradas e interesadas en el desarrollo económico y turístico.

OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

Objetivos Generales

- Preparar a las empresas y a los interesados en el ámbito turístico, mediante capacitaciones de servicio al cliente y turismo, para el desarrollo de la localidad de Alangasí en el turismo

Objetivos Específicos

- Proporcionar información respecto al servicio de clientes y la comunicación asertiva
- Proveer conocimientos acerca de guianza y expresión oral.
- Elevar el nivel de eficiencia individual y rendimiento colectivo.
- Apoyar a la comunidad y su desarrollo empresarial.

ACCIONES A DESARROLLAR

Las acciones para el desarrollo del plan de capacitación están respaldadas por los temarios que permitirán a los asistentes a capitalizar los temas, y el esfuerzo realizado que permitirán mejorar la calidad de los recursos humanos, para ello se está considerando lo siguiente:

TEMAS DE CAPACITACIÓN**HISTORIA DE ALANGASÍ**

- Antecedentes
- Inicios de Alangasí
- Atractivos Naturales
- Atractivos Culturales

SERVICIO AL CLIENTE

- Tipos de clientes
- Hospitalidad
- Gestión del Cambio

IMAGEN Y TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL

- Comunicación asertiva
- Relaciones Humanas

LIDERAZGO

- Administración por Valores
- Líderes y anti líderes
- Colaboración en grupo

PRIMEROS AUXILIOS

- Fundamentos de los Primeros Auxilios
- Los Signos Vitales
- ABC de la Emergencia
- Botiquines
- Vendaje y Transporte de víctimas
- Reanimación Cardio Pulmonar RCP

TÉCNICAS DE GUIAR

- Saludos e introducción
- Antes de salir
- Ubicación del Guía durante tramos de caminata
- Descripción de edificios
- Ubicación del Guía respecto del grupo
- Cruce de calles
- Tono de voz
- Información
- Despedida final del grupo

MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

- Higiene alimentaria
- Contaminación, Conservación y almacenamiento de los alimentos
- Tipos de contaminantes y peligros
- Enfermedades de transmisión alimentaria
- Higiene de los manipuladores

4.4.1. Financiamiento

El monto de inversión de este plan de capacitación, será financiada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí.

**Tabla 75
Financiamiento**

Material	Cantidad	Unidad	Precio
Papel	50	\$0,03	\$1,50
Impresiones /copias	50	\$0,15	\$7,50
Esferos	25	\$0,40	\$10,00
Mantenimiento del Centro Cultural de Alangasí	25 sillas y 25 mesas	\$3,00	\$150,00
Capacitador	2 semanas	\$50,00 semanal	\$100,00
Certificados	25	\$2,00	\$50,00
Folleto	25	\$4,00	\$100,00
Alquiler de infocus	1	\$40	\$40
Internet	2 semanas	\$10	\$20
Total			\$479,00

4.4.2. Cronograma

**Tabla 76
Cronograma**

Día	Actividad	Horario	Responsable	Lugar
Día 1	HISTORIA DE ALANGASÍ		Ing. Edgar Lucio Chango	Centro Cultural de Alangasí
	Antecedentes	16:30-16:50		
	Inicios de Alangasí	16:51-17:05		
	Atractivos Naturales	17:06-17:17		
	Atractivos Culturales	17:18-17:30		
	SERVICIO AL CLIENTE			
	Tipos de clientes	17:31-17:50		
	Hospitalidad	17:51-18:05		
	Gestión del Cambio	18:06-18:30		
Día 2	IMAGEN Y TECNICAS DE EXPRESION ORAL		Ing. Edgar Lucio Chango	Centro Cultural de Alangasí
	Comunicación asertiva	16:30-17:05		
	Relaciones Humanas	17:06-17:30		
	LIDERAZGO			
	Administración por Valores	17:31-17:50		
	Líderes y anti líderes	17:51-18:05		
	Colaboración en grupo	18:06-18:30		

Continúa 

Día 3	PRIMEROS AUXILIOS		Ing. Edgar Lucio Chango	Centro Cultural de Alangasí
	Fundamentos de los Primeros Auxilios	16:30-16:50		
	Los Signos Vitales	16:51-17:16		
	ABC de la Emergencia	17:17-17:30		
	Botiquines	17:31-17:50		
	Vendaje y Transporte de víctimas	17:51-18:05		
	Reanimación Cardio Pulmonar RCP	18:06-18:30		
Día 4	TECNICAS DE GUIAR		Ing. Edgar Lucio Chango	Centro Cultural de Alangasí
	Saludos e introducción	16:30-16:45		
	Antes de salir	16:46-17:08		
	Ubicación del Guía durante tramos de caminata	17:09-17:19		
	Descripción de edificios	17:20-17:30		
	Ubicación del Guía respecto del grupo	17:31-17:43		
	Tono de voz	17:44-17:50		
	Información	17:51-18:05		
	Despedida final del grupo	18:06-18:30		

4.5. Promoción de los atractivos

Los atractivos se promocionarán por redes sociales y manejo de material POP de esta manera se contribuirá con el incremento de turistas en la parroquia de Alangasí.

4.5.1. Manejo BTL

A continuación se detallara los que se utilizarán en la campaña de Alangasí, posteriormente se entregará la información de las cuentas para que puedan manejar constantemente las redes sociales con el fin de que no se pierdan.

4.5.1.1. Facebook

Esta red social importante a nivel mundial, una de las más utilizadas en América, que permite la conexión de personas, mediante chats, imágenes,

videos, que se pueden compartir, comentar y expresar su opinión mediante símbolo que el usuario pueda escoger.

La creación de una página de Facebook de la parroquia de Alangasí, con el fin de llegar al público objetivo según las encuestas personas de 24 a 41 años que poseen cuentas de Facebook por las cuales podrán informarse este lugar, así como de atractivos naturales y culturales que existen, además de recomendar a otras personas mediante el mismo medio.

La página posee videos publicitarios de las fiestas, atractivos e invitaciones por parte de los pobladores de Alangasí compartidos desde YouTube, al igual que imágenes compartidas desde Instagram.



Figura 127 Facebook Alangasí

4.5.1.2. Instagram

Red social para compartir imágenes y videos cortos, utilizado en Latinoamérica por la población joven, donde se promocionará paisajes, gastronomía, balnearios de la parroquia de Alangasí, las mismas que se enlazarán con Facebook.

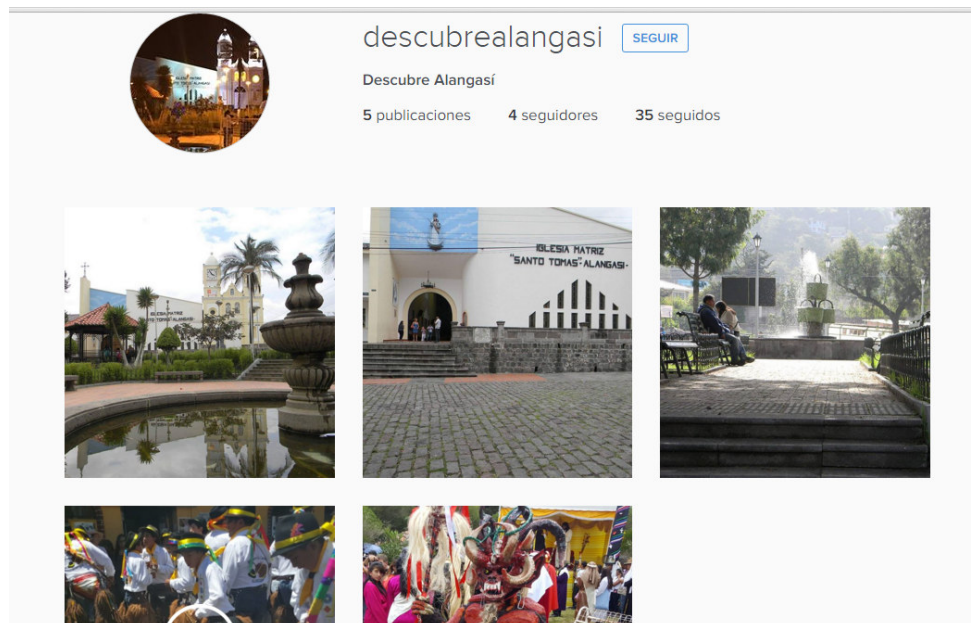


Figura 128 Instagram Alangasí

4.5.1.3. Twitter

Esta red social comparte información al momento a todos sus seguidores y personas interesadas, creando tendencia mediante hashtag, que con tan solo una palabra se podrá conocer todo lo que los usuarios han compartido sobre esta.

Con la página de twitter de Alangasí que es Descubre Alangasí, se planea crear una tendencia al momento de promocionar este atractivo.



Figura 129 Twitter Alangasí

4.5.1.4. YouTube

Este sitio del internet sirve para compartir videos con otros usuarios en diferentes redes sociales, dinamizando cada una de las mencionadas.

Alangasí tiene un canal llamado Turismo Alangasí, donde se suben videos promocionales de atractivos y fiestas para compartirlos en las redes sociales.

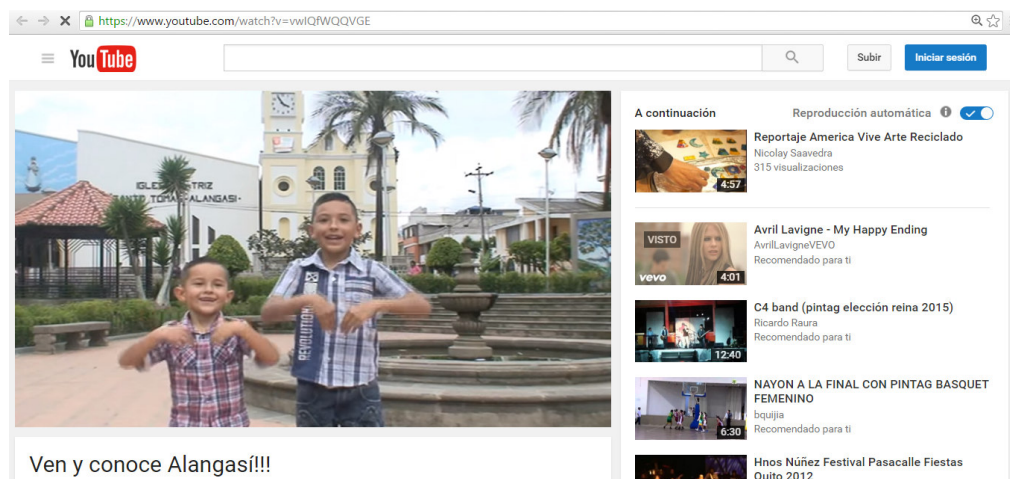


Figura 130 Youtube Alangasí

4.5.2. Manejo POP

En el manejo de promoción POP se promocionara mediante dos opciones. La primera es el diseño de volantes que promocionen la visita a Alangasí destacando su historia, atractivos y tradiciones, al igual que promocionar la página Descubre Alangasí en las redes sociales.

La segunda es mediante el diseño de trípticos, con la mención de algunas de las rutas a destacar, al igual que información de Alangasí, que se podrán distribuir en diferentes ferias, agencias de viajes, fiestas de la parroquia y lugares con gran afluencia de personas para maximizar la publicidad.

4.5.2.1. Volante

El diseño de este material de promoción consiste en una fotografía de fondo con la imagen de un huiracchuro, ave endémica los andes, que se puede encontrar en gran cantidad en la parroquia de Alangasí, además del maíz que representa a la agricultura de Alangasí en las faldas del volcán inactivo Ilaló, en

el lado izquierdo se encuentra una frase que expresa la finalidad del volante en mayúsculas para llamar la atención del público, bajo la esta frase se encuentra dos fotografías que representan la identidad de Alangasí la gran variedad de Iglesias existentes y las fiestas, junto con las tradiciones más importantes de Alangasí. Siguiendo el orden descendente se observa la frase “VEN, DESCUBRE Y DIVIÉRTETE EN ALANGASÍ”.

En un recuadro verde claro contrastando con la imagen de fondo, incitando al turista a conocer los diferentes atractivos con el fin de salir de la rutina; En el lado derecho en un recuadro verde claro existe una frase que menciona lo que posee Alangasí para visitar. En la parte inferior de izquierda a derecha se encuentra el logo del Gobierno Parroquial de Alangasí debido al respaldo del GAD en el presente proyecto, juntamente con los contactos y redes sociales en las cuales las personas que quieran conocer más Alangasí lo podrán encontrar.

El volante será de 20 cm de largo por 14.5 cm de ancho, en papel couche de 100 gr a full color para una mejor presentación.



Figura 131 Medidas Volante

4.5.2.2. Tríptico

El Tríptico será de 29.5 cm de largo por 21 cm de ancho, en papel couché de 150 gr a full color para una mejor presentación. Se observa que está dividido en tres partes verticales de doble lado, en la parte izquierda se encuentra la ubicación de Alangasí y una fotografía representativa de la misma y en la parte inferior una frase que motiva a visitar la parroquia. En el centro cuenta con una parte representativa de atractivos culturales de Alangasí, invitando a conocer los atractivos y gastronomía del lugar, finalmente la imagen del huiracchuro típica ave andina y el maíz que es uno de los granos más cultivados en el Volcán inactivo Ilaló.

Tiro

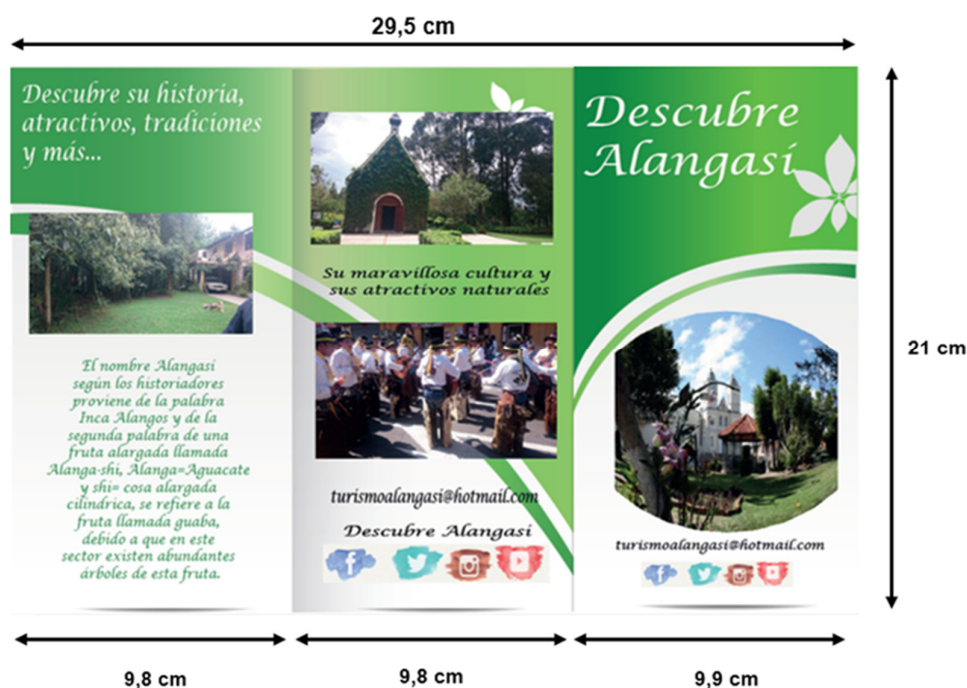


Figura 132 Tríptico tiro

En la parte posterior en el lado izquierdo la fotografía de los baños de cajón acompañada de un dato curioso que informa que significa la palabra Alangasí, continuando en el centro están dos imágenes la uno del Santuario de Shoensttad y en la parte inferior los samarreros un grupo de alangaseños que bailan en honor a la virgen de la Candelaria.

Finalizando con la portada “Descubre Alangasi” es la frase que llevará esta campaña publicitaria en las redes sociales y material POP.

Retiro

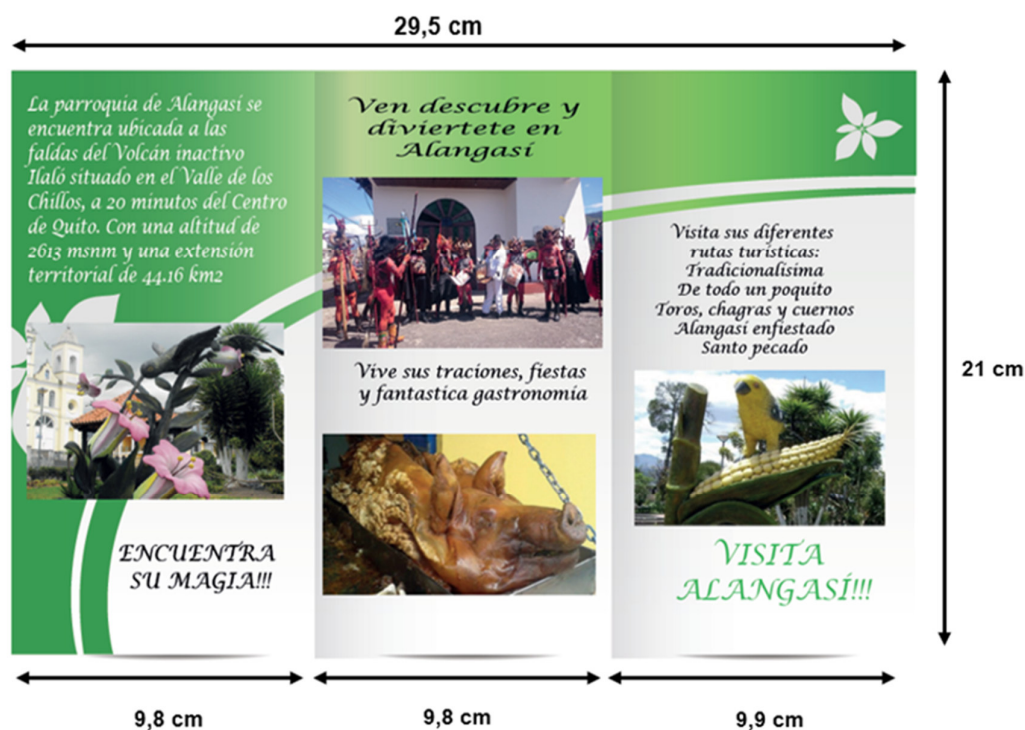


Figura 133 Tríptico Retiro

4.5.2.2.1.1. Costos

Tabla 77
Costos

Material	Cantidad	Unidad	Precio
Impresión volantes Tamaño A5 (21x14,85cm) Papel couché brillo de 150gr Impresión full color 1 lados No Barniz UV. No Troquel.	1.000	\$0,17	\$170,00
impresión trípticos Tamaño A4 (21x29,7cm) Papel couché brillo de 150gr Impresión full color 2 lados No Barniz UV. No Troquel.	1.000	\$0,23	\$230,00
Total			\$400,00

Capítulo V

5.1. Conclusiones

- Se determinó que los atractivos culturales y naturales existentes en la parroquia de Alangasí tienen potencialidad turística la cual debe ser aprovechada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí para el desarrollo de la localidad.
- Existe poca información científica formal de la parroquia de Alangasí en libros publicados, ya que la mayoría de los datos y referencias se encuentran en tesis o artículos informativos sobre la localidad; esto dificulta la obtención de información académica requerida en próximas investigaciones.
- Del diagnóstico situacional llevado a cabo en el GAD Alangasí, respecto a los factores externos de alta priorización, permitió determinar que las oportunidades más importantes son: el mayor interés del turista nacional en visitar nuevos atractivos, apoyo de Instituciones públicas y privadas al desarrollo parroquial y que el Ministerio de Patrimonio Cultural asigne recursos para rescatar el camino del Inca. Así mismo , respecto a las amenazas que más podrían repercutir en la localidad son: el bajo presupuesto por parte de los municipios para las parroquias, falta de inversionistas para negocios turísticos y la a culturización
- En cuanto al estudio de los factores internos, las fortalezas más representativas con las que cuenta el GAD Alangasí son: la diversidad de Recursos Naturales Estratégicos que potencian el turismo, la conexión vial con los barrios de la Parroquia, adecuada gestión del GAD y la variedad de atractivos culturales. Mientras que las debilidades más significativas que se deben tomar en cuenta de acuerdo al diagnóstico son: la Indiferencia al acervo ancestral de la parroquia, la falta de Trazados Viales, al igual que la falta de integración cultural de las diferentes etnias de Alangasí.
- Por las características del mercado turístico en el GAD Alangasí, se requirió de la realización de un censo con el fin de actualizar la

información en toda la parroquia respecto a los prestadores de servicios asociados al Turismo, determinándose 86 negocios identificados al sector, de los cuales el 16,28% corresponden a empresas de recreación, el 9,30% alojamiento y el 74,42% de alimentación.

- El estudio de la demanda determinó que el 79,95% de los encuestados poseen una edad de 24 a 41 años que es el público objetivo de los cuales salen de viaje en familia con amigos con un 77,58%, su principal motivación es la comida típica y realización de turismo en Alangasí siendo un 84,69% todos ellos la mayoría procedentes de Quito que se desplazan en bus de línea y vehículo particular correspondiendo al 66,19%, enterándose de estos atractivos por medio de referencias personales y redes sociales en un 71,53%, destinado de \$10,00 a \$20,00 dólares por familia para las diversas actividades comprobando que el nivel socio económico de los turistas esta entre medio y bajo.
- Debido a la cercanía de Alangasí a la Capital, las actividades turísticas realizadas en la localidad constituyen un 90,75% actividades de medio día y un día, convirtiendo a Alangasí en una ciudad de paso, debiendo el GAD Alangasí considerar este elemento como factor estratégico en la planificación de las actividades..
- La re-jerarquización de los recursos naturales y culturales, contribuyeron al diseño de rutas turísticas, las cuales deben ser promocionadas mediante utilización de estrategias BTL por el GAD Alangasí, conjuntamente con el diseño de material POP, el cual será utilizado por las autoridades competentes, ya que se requiere respaldar y potencializar los medios con que los turistas conocen sus atractivos ya que el 51.25% son por referencias personales y el 21.70% entre redes sociales y correo electrónico.

5.2. Recomendaciones

- Es recomendable que el GAD de Alangasí, desarrolle una base de datos de todos los proyectos que se han desarrollado en la localidad con el fin

de aprovechar estas investigaciones y ejecutarlas, además de obtener un registro de consulta para próximos planes de desarrollo.

- Por otra parte, resulta recomendable encomendar a instituciones gubernamental encargadas de analizar datos estadísticos para el país, actualizar su base de datos permanentemente, con el fin de ver la situación actual del país y de esta manera tomar decisiones en proyectos educativos y empresariales.
- Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí tomar en consideración el análisis FODA realizado, con el fin de implementar las estrategias planteadas en el presente estudio que contribuirán al desarrollo turístico de la parroquia y mejorará la calidad de vida de sus habitantes. Así mismo, se sugiere mantener en constante actualización la información recolectada en el presente proyecto con la finalidad de que exista un mejor control en la calidad de servicio, número de establecimientos, categoría y otros aspectos importantes para la atención al cliente.
- Es recomendable a los prestadores de servicios de Alangasí enfocarse en las necesidades de los clientes potenciales, para que a futuro se mejore la calidad en los productos y servicios ofertados a los turistas y desarrollar el sector para que sea visitado no solo por nacionales, sino también por extranjeros.
- Se recomienda a toda la comunidad del GAD de Alangasí participar activamente en las capacitaciones y demás planes y programas planificados, para generar una cultura de servicio orientado al turismo, buscando mejorar la experiencia de los turistas y potencializar a todos los negocios en general y en particular al sector turístico de la zona.

Bibliografía

- Alangasí Gobierno Parroquial*. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1llu1sk>
- Alfonzo, E. (2012). *Turismo y relaciones internacionales*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Antuña. (2012). *Manual Práctico de derechos de consumidor en el sector turístico*. Madrid: Ediciones Septem.
- Arias, L. (2010). *Tesis de Alangasí*. Quito: Facultad de Arquitectura y Urbanismo.
- Arias, L. (2014). *Nodo interconector ecológico para el desarrollo de actividades agroturísticas de la parroquia de Alangasí*. Quito.
- Ascanio, A. (2012). *Estadísticas del turismo: una manera de interpretar*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Bladex. (2012). *Bladex*. Obtenido de <http://www.bladex.com/es/latam-info/ecuador>
- Cabarcas, N. (2011). *Administración de servicios turísticos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Chiavenato, I. (2011). *Planeación Estratégica: fundamentos y aplicaciones*. Mexico D.F.: Editorial McGraw Hill.
- Cifras, T. e. (2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/indicadores-omt-organizacion-mundial-de-turismo>
- Club Pacífico*. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1TfFjB>
- Comercio, E. (2012). *Elcomercio.com*. Obtenido de <http://bit.ly/20dwPaY>
- Constituyente, A. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito.
- Crosby, A. (2010). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales*. Madrid: Editorial Centro Europeo de formación ambiental y turística.
- Curiel, E. (2013). *Turismo Cultural y Museos*. Madrid: Editorial: Dykinson.
- Delisle, M.-A. (2011). *¿Es posible otro turismo? ética protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursos*. Vol.1. Costa Rica. San José: Editorial: D - FLACSO
- Diario la Hora. (2011). *La hora.com*. Obtenido de <http://bit.ly/1lffajh>
- Diccionario Manual de la Lengua Española*. (2007). Editorial Larousse .
- Ecuador Fósil*. (2013). Obtenido de <http://bit.ly/1SqGhq4>
- Ecuador, B. C. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://bit.ly/1leK81c>

- Ecuador, B. C. (2016). *Indicadores Económicos*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- Ecuador, D. (2013). *Destino Ecuador*. Obtenido de <http://bit.ly/1NZXu1W>
- El Comercio*. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1ZFoik2>
- Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis. (2007). *turismo.gob.ec*. Obtenido de [turismo.gob.ec: http://www.turismo.gob.ec/](http://www.turismo.gob.ec/)
- Eroles, J.-L. d. (2010). *Internet Marketing 2.0*. Barcelona: Editorial Reverté.
- Escobar, A. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Estupiñán, R. (2007). *Pruebas selectivas en auditoría*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Facebook exposición de fotos antiguas Alangasí San Carlos. (2016). *Iglesia de San Carlos*. Obtenido de <https://www.facebook.com/Exposici%C3%B3n-de-fotos-antig%C3%BCas-Alangasi-barrio-San-Carlos-690894677662570/?fref=ts>
- Femenía, O. (2010). *La imagen de un destino turístico como herramienta del marketing*. Madrid: Editorial B - Olga Femenía Millet.
- Fernández, M. N. (2011). *Imagen de marca de destinos turísticos: una aproximación de la revista de Paraguaná*. Caracas: Editorial Red Universidad del Zulia.
- Flores, D. (2012). *Análisis de la competencia en la actividad turística*. Madrid: Ediciones: Septem.
- Francisco, M. (2011). *Removiendo las estancadas aguas del turismo*. Madrid: Editorial ProQuest.
- GAD, A. (2011). *Calendario de Fiestas*. Obtenido de <http://bit.ly/238Ymg6>
- Galán, A. (2010). *Estudios de turismo rural y cooperación entre Castilla y León y Porugal*. Salamanca: Editorial Universidad de Salamanca.
- Galicia, L. (2015). *Entorno e información de mercados: Aproximación a la investigación comercial*. Madrid: Editorial Ideas propias .
- García, J. (2007). *Turismo: variantes e impactos*. La Habana: Editorial Universitaria.
- Gobierno Autónomo Parroquial de Alangasí. (2014). *Gobierno de Aalngasí*. Obtenido de <http://alangasi.gob.ec/>
- Goeldner, C. (2011). *Turismo,Planeación,Aministración y Perspectivas*. México: Editorial Limusa.
- González, M. (2013). *Manual turismo para agentes emprendedores de negocios en PIMES*. Madrid: Editorial CEP, S.L.

- Google. (2015). *Google Maps*. Obtenido de <http://bit.ly/1RoCdoV>
- Guerrero, P. &. (2014). *Introducción al turismo México*. México D.F: Grupo Editorial Patria.
- Guerrero, P. (2014). *Introducción al turismo*. México D.F: Editorial Patria .
- Guia local*. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1Ualncm>
- Hereu, R. A. (2010). *Gestión Pública del turismo*. España: Editorial UOC.
- Ilaló, T. M. (2014). *Tatoo Mapa Ilaló*. Obtenido de <https://tatoo.ws/cl/a/tatoo-mapa-ilalo-rutas-mtb-y-trekking/5190>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- INEC. (2015). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Informe_Ejecutivo_Mar15.pdf
- Jiménez, L. (2010). *Ecoturismo oferta y desarrollo sistémico regional*. Bogotá: Editorial ECOE .
- Jimenez, L. J. (2013). *Turismo:Tendencias Globales y Planificación Estratégica*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Krajewski, L. J. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Mexico D.F.: Editorial Pearson Educación.
- Krugman, P. (2008). *Fundamentos de la Economía*. Barcelona: Editorial Reverté.
- La Hora*. (2013). Obtenido de Noticias de Quito: <http://bit.ly/1TfxJ5f>
- LaOtra. (2016). *Quito y Rumuñahui no tienen un catastro actualizado*. Obtenido de <http://www.laotra.com.ec/?p=1905>
- Larraín, F. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos : Aires.
- Lobato, F. (2004). *Investigación comercial*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- Local, G. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1Pp1Fp7>
- Lodge, C. (2012). *Cuyabeno Lodge*. Obtenido de <http://www.cuyabenolodge.com/turismo-amazonas/clima-de-ecuador.htm>
- López, F. (2006). *Administración, organización (y “empresa”): un intento de acotación semántica*. Bogotá: Editorial Red Universidad Eafit.
- Maldonado, M. (2012). *Turismo y religión*. Mexico D.F.: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). México D.F, México: Pearson Educación.
- Maps, G. (2016). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/#q=google+maps>
- Maqueda, J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Bogotá: Ediciones Ecoe .
- Milanés, E. P. (2012). *El ferrocarril como elemento dinamizador del turismo* . Madrid: Ediciones Septem.
- Ministerio del Deporte. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1cl6Pi7>
- Mochón, F. (2008). *Economía y Turismo*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.
- Mochón, F. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones de América Latina*. México D.F.: Editorial McGraw Hill.
- Montero, G. F. (2010). *Investigaciones, métodos y análisis del turismo*. Madrid: Ediciones Septem.
- Monterrubio, J. (2011). *Turismo y Cambio sociocultural*. México D.F: Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Monzó, R. (2006). *Concepto de Competencia en la evaluación*. México D.F.: Publicaciones Cruz O. S.A.
- Morales, L. (2009). *Plan de Desarrollo Estratégico de Alangasí*. Quito.
- Mourelle, L. (2009). *Técnicas Hidrotermales y Estética del Bienestar*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Mullá, A. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.
- Nacional, A. (2013). *Asamblea Nacional*. Obtenido de Tratados e instrumentos internacionales: <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/legislamos/tratados-instrumentos-internacionales-aprobados-por-la-asamblea-nacional-2013-2017>
- Nieves, T. (2011). *Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística*. Madrid: Editorial Universidad Complutense de Madrid.
- Paritula teatral Blog. (2012). *Partícula teatral Blog*. Obtenido de <http://bit.ly/1PwnKIY>
- Parra, E. (2007). *Estadística para turismo*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.
- Perez, L. R. (2010). *Modelo y procedimiento para la gestión de la demanda de un destino turístico* . La Habana: Editoria Universitaria.

- Pichincha, C. P. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de Alangasí*. Quito.
- Pichincha, G. d. (2012). *Plan de desarrollo*. Obtenido de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/pdot_alangasi.pdf
- Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: el turismo en el Ecuador*. Quito: Editorial FLACSO.
- Pulido, J. (2012). *Política Económica del Turismo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Quito Capital cultura 2011. (2011). *Quito Capital cultura 2011*. Obtenido de <http://bit.ly/1SqEP72>
- República, P. d. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y descentralización*. Quito.
- Reyes, J. (2011). *Latin American economy development*. New York: Editorial Routledge.
- Romero, A. (2010). *Contaminación ambiental y calentamiento global*. Mexico D.F.: Editorial Trillas.
- Santos, B. d. (2013). *Justicia indígena, plurinacionalidad e interculturalidad en Ecuador*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Saw, J. C. (1991). *Gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- SENPLADES. (2013). <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>. Recuperado el 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>: <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>
- SENPLADES. (2013). *Mapa zonal Ecuador*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Sierra, H. M. (2009). *Hostal Mira Sierra*. Obtenido de <http://www.hosteriamirasierra.com/>
- Talaya, Á. (2008). *Principios del Marketing*. Madrid: Editorial Esic.
- the flight of the zamarrito*. (2013). Obtenido de <http://the-flight-of-the-zamarrito.blogspot.com/2013/03/saturday-23.html>
- Torres, Z. (2014). *Teoría General de la Administración*. México D.F: Grupo Editorial Patria .
- Troitiño, N. (2011). *Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística*. Madrid: Editorial Universidad Complutense de Madrid.
- Wikimedia. (2014). *Mapa de Alangasí*. Obtenido de <http://bit.ly/1RKwzgA>
- Wikipedia. (2016). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>
- Wix, S. (2015). *ALangasí Parroquia Turística*. Obtenido de <http://bit.ly/1PE3YF6>

Zuidema, T. (2012). *La religión Inca* . Madrid: Editorial Trotta S.A.

Referencias

Alangasí Gobierno Parroquial. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1llu1sk>

Alfonzo, E. (2012). *Turismo y relaciones internacionales*. Madrid: Editorial Dykinson.

Antuña. (2012). *Manual Práctico de derechos de consumidor en el sector turístico*. Madrid: Ediciones Septem.

Arias, L. (2010). *Tesis de Alangasí*. Quito: Facultad de Arquitectura y Urbanismo.

Arias, L. (2014). *Nodo interconector ecologico para el desarrollo de actividades agroturisticas de la parroquia de Alangasí*. Quito.

Ascanio, A. (2012). *Estadísticas del turismo: una manera de interpretario*. Bogotá: Ediciones de la U.

Bladex. (2012). *Bladex*. Obtenido de <http://www.bladex.com/es/latam-info/ecuador>

Cabarcas, N. (2011). *Administración de servicios turísticos*. Bogotá: Ediciones de la U.

Chiavenato, I. (2011). *Planeación Estratégica: fundamentos y aplicaciones*. Mexico D.F.: Editorial McGraw Hill.

Cifras, T. e. (2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/indicadores-omt-organizacion-mundial-de-turismo>

Club Pacífico. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1TfFiJb>

Comercio, E. (2012). *Elcomercio.com*. Obtenido de <http://bit.ly/20dwPaY>

Constituyente, A. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito.

Crosby, A. (2010). *Desarrollo y gestion del turismo en áreas rurales y naturales*. Madrid: Editorial Centro Europeo de formación ambiental y turística.

Curiel, E. (2013). *Turismo Cultural y Museos*. Madrid: Editorial: Dykinson.

Delisle, M.-A. (2011). *¿Es posible otro turismo? ética protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursoso. Vol.1. Costa Rica*. San José: Editorial: D - FLACSO

Diario la Hora. (2011). *La hora.com*. Obtenido de <http://bit.ly/1lffajh>

Diccionario Manual de la Lengua Española. (2007). Editorial Larousse .

- Ecuador Fósil*. (2013). Obtenido de <http://bit.ly/1SqGhq4>
- Ecuador, B. C. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://bit.ly/1leK81c>
- Ecuador, B. C. (2016). *Indicadores Económicos*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- Ecuador, D. (2013). *Destino Ecuador*. Obtenido de <http://bit.ly/1NZXu1W>
- El Comercio*. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1ZFoik2>
- Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis. (2007). *turismo.gob.ec*. Obtenido de [turismo.gob.ec: http://www.turismo.gob.ec/](http://www.turismo.gob.ec/)
- Eroles, J.-L. d. (2010). *Internet Marketing 2.0*. Barcelona: Editorial Reverté.
- Escobar, A. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Estupiñán, R. (2007). *Pruebas selectivas en auditoría*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Facebook exposición de fotos antiguas Alangasí San Carlos. (2016). *Iglesia de San Carlos*. Obtenido de <https://www.facebook.com/Exposici%C3%B3n-de-fotos-antig%C3%BCas-Alangasi-barrio-San-Carlos-690894677662570/?fref=ts>
- Femenía, O. (2010). *La imagen de un destino turístico como herramienta del marketing*. Madrid: Editorial B - Olga Femenía Millet.
- Fernández, M. N. (2011). *Imagen de marca de destinos turísticos: una aproximación de la revista de Paraguaná*. Caracas: Editorial Red Universidad del Zulia.
- Flores, D. (2012). *Análisis de la competencia en la actividad turística*. Madrid: Ediciones: Septem.
- Francisco, M. (2011). *Removiendo las estancadas aguas del turismo*. Madrid: Editorial ProQuest.
- GAD, A. (2011). *Calendario de Fiestas*. Obtenido de <http://bit.ly/238Ymg6>
- Galán, A. (2010). *Estudios de turismo rural y cooperación entre Castilla y León y Portugal*. Salamanca: Editorial Universidad de Salamanca.
- Galicia, L. (2015). *Entorno e información de mercados: Aproximación a la investigación comercial*. Madrid: Editorial Ideas propias .
- García, J. (2007). *Turismo: variantes e impactos*. La Habana: Editorial Universitaria.
- Gobierno Autónomo Parroquial de Alangasí. (2014). *Gobierno de Aalngasí*. Obtenido de <http://alangasi.gob.ec/>

- Goeldner, C. (2011). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. México: Editorial Limusa.
- González, M. (2013). *Manual turismo para agentes emprendedores de negocios en PIMES*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Google. (2015). *Google Maps*. Obtenido de <http://bit.ly/1RoCdoV>
- Guerrero, P. &. (2014). *Introducción al turismo México*. México D.F: Grupo Editorial Patria.
- Guerrero, P. (2014). *Introducción al turismo*. México D.F: Editorial Patria .
- Guia local*. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1Ualncm>
- Hereu, R. A. (2010). *Gestión Pública del turismo*. España: Editorial UOC.
- Ilaló, T. M. (2014). *Tatoo Mapa Ilaló*. Obtenido de <https://tatoo.ws/cl/a/tatoo-mapa-ilalorutas-mtb-y-trekking/5190>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- INEC. (2015). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Informe_Ejecutivo_Mar15.pdf
- Jiménez, L. (2010). *Ecoturismo oferta y desarrollo sistémico regional*. Bogotá: Editorial ECOE .
- Jimenez, L. J. (2013). *Turismo: Tendencias Globales y Planificación Estratégica*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Krajewski, L. J. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Mexico D.F.: Editorial Pearson Educación.
- Krugman, P. (2008). *Fundamentos de la Economía*. Barcelona: Editorial Reverté.
- La Hora*. (2013). Obtenido de Noticias de Quito: <http://bit.ly/1TfxJ5f>
- LaOtra. (2016). *Quito y Rumuñahui no tienen un catastro actualizado*. Obtenido de <http://www.laotra.com.ec/?p=1905>
- Larraín, F. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos Aires: Aires.
- Lobato, F. (2004). *Investigación comercial*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- Local, G. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1Pp1Fp7>
- Lodge, C. (2012). *Cuyabeno Lodge*. Obtenido de <http://www.cuyabenolodge.com/turismo-amazonas/clima-de-ecuador.htm>

- López, F. (2006). *Administración, organización (y "empresa"): un intento de acotación semántica*. Bogotá: Editorial Red Universidad Eafit.
- Maldonado, M. (2012). *Turismo y religión*. Mexico D.F.: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). México D.F, México: Pearson Educación.
- Maps, G. (2016). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/#q=google+maps>
- Maqueda, J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Bogotá: Ediciones Ecoe .
- Milanés, E. P. (2012). *El ferrocarril como elemento dinamizador del turismo* . Madrid: Ediciones Septem.
- Ministerio del Deporte. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1cl6Pi7>
- Mochón, F. (2008). *Economía y Turismo*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.
- Mochón, F. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones de américa latina*. Mexico D.F.: Editorial McGraw Hill.
- Montero, G. F. (2010). *Investigaciones,metodos y análisis del turismo*. Madrid: Ediciones Septem.
- Monterrubio, J. (2011). *Turismo y Cambio sociocultural*. México D.F: Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Monzó, R. (2006). *Concepto de Competencia en la evaluación*. Mexico D.F.: Publicaciones Cruz O. S.A.
- Morales, L. (2009). *Plan de Desarrollo Estratégico de Alangasí*. Quito.
- Mourelle, L. (2009). *Técnicas Hidrotermales y Estética del Bienestar*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Mullá, A. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.
- Nacional, A. (2013). *Asamblea Nacional*. Obtenido de Tratados e instrumentos internacionales: <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/legislamos/tratados-instrumentos-internacionales-aprobados-por-la-asamblea-nacional-2013-2017>
- Nieves, T. (2011). *Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística*. Madrid: Editorial Universidad Complutense de Madrid.
- Paritula teatral Blog. (2012). *Particula teatral Blog*. Obtenido de <http://bit.ly/1PwnKIY>

- Parra, E. (2007). *Estadística para turismo*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.
- Perez, L. R. (2010). *Modelo y procedimiento para la gestión de la demanda de un destino turístico*. La Habana: Editoria Universitaria.
- Pichincha, C. P. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de Alangasí*. Quito.
- Pichincha, G. d. (2012). *Plan de desarrollo*. Obtenido de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/pdot_alangasi.pdf
- Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: el turismo en el Ecuador*. Quito: Editorial FLACSO.
- Pulido, J. (2012). *Política Económica del Turismo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Quito Capital cultura 2011. (2011). *Quito Capital cultura 2011*. Obtenido de <http://bit.ly/1SqEP72>
- República, P. d. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y descentralización*. Quito.
- Reyes, J. (2011). *Latin American economy development*. New York: Editorial Routlndge.
- Romero, A. (2010). *Contaminacion ambiental y calentamiento global*. Mexico D.F.: Editorial Trillas.
- Santos, B. d. (2013). *Justicia indígena, pluriculturalidad e interculturalidad en Ecuador*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Saw, J. C. (1991). *Gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- SENPLADES. (2013). <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>. Recuperado el 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>: <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>
- SENPLADES. (2013). *Mapa zonal Ecuador*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Sierra, H. M. (2009). *Hostal Mira Sierra*. Obtenido de <http://www.hosteriamirasierra.com/>
- Talaya, Á. (2008). *Principios del Marketing*. Madrid: Editorial Esic.
- the flight of the zamarrito*. (2013). Obtenido de <http://the-flight-of-the-zamarrito.blogspot.com/2013/03/saturday-23.html>
- Torres, Z. (2014). *Teoría General de la Administración*. México D.F: Grupo Editorial Patria .
- Troitiño, N. (2011). *Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística*. Madrid: Editorial Universidad Complutense de Madrid.

Wikimedia. (2014). *Mapa de Alangasí*. Obtenido de <http://bit.ly/1RKwzgA>

Wikipedia. (2016). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>

Wix, S. (2015). *ALangasí Parroquia Turística*. Obtenido de <http://bit.ly/1PE3YF6>

Zuidema, T. (2012). *La religión Inca*. Madrid: Editorial Trotta S.A.

Trabajos citados

Alangasí Gobierno Parroquial. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1llu1sk>

Alfonzo, E. (2012). *Turismo y relaciones internacionales*. Madrid: Editorial Dykinson.

Antuña. (2012). *Manual Práctico de derechos de consumidor en el sector turístico*. Madrid: Ediciones Septem.

Arias, L. (2010). *Tesis de Alangasí*. Quito: Facultad de Arquitectura y Urbanismo.

Arias, L. (2014). *Nodo interconector ecologico para el desarrollo de actividades agroturisticas de la parroquia de Alangasí*. Quito.

Ascanio, A. (2012). *Estadísticas del turismo: una manera de interpretario*. Bogotá: Ediciones de la U.

Bladex. (2012). *Bladex*. Obtenido de <http://www.bladex.com/es/latam-info/ecuador>

Cabarcas, N. (2011). *Administración de servicios turísticos*. Bogotá: Ediciones de la U.

Chiavenato, I. (2011). *Planeación Estratégica: fundamentos y aplicaciones*. Mexico D.F.: Editorial McGraw Hill.

Cifras, T. e. (2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/indicadores-omt-organizacion-mundial-de-turismo>

Club Pacífico. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1TfFiJb>

Comercio, E. (2012). *Elcomercio.com*. Obtenido de <http://bit.ly/20dwPaY>

Constituyente, A. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito.

Crosby, A. (2010). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales*. Madrid: Editorial Centro Europeo de formación ambiental y turística.

Curiel, E. (2013). *Turismo Cultural y Museos*. Madrid: Editorial: Dykinson.

- Delisle, M.-A. (2011). *¿Es posible otro turismo? ética protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursoso. Vol.1. Costa Rica*. San José: Editorial: D - FLACSO
- Diario la Hora. (2011). *La hora.com*. Obtenido de <http://bit.ly/1lffajh>
- Diccionario Manual de la Lengua Española*. (2007). Editorial Larousse .
- Ecuador Fósil*. (2013). Obtenido de <http://bit.ly/1SqGhq4>
- Ecuador, B. C. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://bit.ly/1leK81c>
- Ecuador, B. C. (2016). *Indicadores Económicos*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- Ecuador, D. (2013). *Destino Ecuador*. Obtenido de <http://bit.ly/1NZXu1W>
- El Comercio*. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1ZFoik2>
- Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis. (2007). *turismo.gob.ec*. Obtenido de [turismo.gob.ec: http://www.turismo.gob.ec/](http://www.turismo.gob.ec/)
- Eroles, J.-L. d. (2010). *Internet Marketing 2.0*. Barcelona: Editorial Reverté.
- Escobar, A. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Estupiñán, R. (2007). *Pruebas selectivas en auditoría*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Facebook exposición de fotos antiguas Alangasí San Carlos. (2016). *Iglesia de San Carlos*. Obtenido de <https://www.facebook.com/Exposici%C3%B3n-de-fotos-antig%C3%BCas-Alangasi-barrio-San-Carlos-690894677662570/?fref=ts>
- Femenía, O. (2010). *La imagen de un destino turístico como herramienta del marketing*. Madrid: Editorial B - Olga Femenía Millet.
- Fernández, M. N. (2011). *Imagen de marca de destinos turísticos: una aproximación de la revista de Paraguná*. Caracas: Editorial Red Universidad del Zulia.
- Flores, D. (2012). *Análisis de la competencia en la actividad turística*. Madrid: Ediciones: Septem.
- Francisco, M. (2011). *Removiendo las estancadas aguas del turismo*. Madrid: Editorial ProQuest.
- GAD, A. (2011). *Calendario de Fiestas*. Obtenido de <http://bit.ly/238Ymg6>
- Galán, A. (2010). *Estudios de turismo rural y cooperación entre Castilla y León y Portugal*. Salamanca: Editorial Universidad de Salamanca.

- Galicia, L. (2015). *Entorno e información de mercados: Aproximación a la investigación comercial*. Madrid: Editorial Ideas propias .
- García, J. (2007). *Turismo: variantes e impactos*. La Habana: Editorial Universitaria.
- Gobierno Autónomo Parroquial de Alangasí. (2014). *Gobierno de Aalngasí*. Obtenido de <http://alangasi.gob.ec/>
- Goeldner, C. (2011). *Turismo,Planeación,Aministración y Perspectivas*. México: Editorial Limusa.
- González, M. (2013). *Manual turismo para agentes emprendedores de negocios en PIMES*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Google. (2015). *Google Maps*. Obtenido de <http://bit.ly/1RoCdoV>
- Guerrero, P. &. (2014). *Introducción al turismo México*. México D.F: Grupo Editorial Patria.
- Guerrero, P. (2014). *Introducción al turismo*. México D.F: Editorial Patria .
- Guía local*. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1Ualncm>
- Hereu, R. A. (2010). *Gestión Pública del turismo*. España: Editorial UOC.
- Ilaló, T. M. (2014). *Tatoo Mapa Ilaló*. Obtenido de <https://tatoo.ws/cl/a/tatoo-mapa-ilalorutas-mtb-y-trekking/5190>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- INEC. (2015). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Informe_Ejecutivo_Mar15.pdf
- Jiménez, L. (2010). *Ecoturismo oferta y desarrollo sistemico regional*. Bogotá: Editorial ECOE .
- Jimenez, L. J. (2013). *Turismo:Tendencias Globales y Planificación Estratégica*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Krajewski, L. J. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Mexico D.F.: Editorial Pearson Educación.
- Krugman, P. (2008). *Fundamentos de la Economía*. Barcelona: Editorial Reverté.
- La Hora*. (2013). Obtenido de Noticias de Quito: <http://bit.ly/1TfxJ5f>
- LaOtra. (2016). *Quito y Rumuñahui no tienen un catastro actualizado*. Obtenido de <http://www.laotra.com.ec/?p=1905>
- Larraín, F. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos : Aires.

- Lobato, F. (2004). *Investigación comercial*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- Local, G. (2012). Obtenido de <http://bit.ly/1Pp1Fp7>
- Lodge, C. (2012). *Cuyabeno Lodge*. Obtenido de <http://www.cuyabenolodge.com/turismo-amazonas/clima-de-ecuador.htm>
- López, F. (2006). *Administración, organización (y “empresa”): un intento de acotación semántica*. Bogotá: Editorial Red Universidad Eafit.
- Maldonado, M. (2012). *Turismo y religión*. Mexico D.F.: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). México D.F, México: Pearson Educación.
- Maps, G. (2016). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/#q=google+maps>
- Maqueda, J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Bogotá: Ediciones Ecoe .
- Milanés, E. P. (2012). *El ferrocarril como elemento dinamizador del turismo* . Madrid: Ediciones Septem.
- Ministerio del Deporte*. (2014). Obtenido de <http://bit.ly/1cl6Pi7>
- Mochón, F. (2008). *Economía y Turismo*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.
- Mochón, F. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones de América Latina*. Mexico D.F.: Editorial McGraw Hill.
- Montero, G. F. (2010). *Investigaciones, métodos y análisis del turismo*. Madrid: Ediciones Septem.
- Monterrubio, J. (2011). *Turismo y Cambio sociocultural*. México D.F: Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Monzó, R. (2006). *Concepto de Competencia en la evaluación*. Mexico D.F.: Publicaciones Cruz O. S.A.
- Morales, L. (2009). *Plan de Desarrollo Estratégico de Alangasí*. Quito.
- Mourelle, L. (2009). *Técnicas Hidrotermales y Estética del Bienestar*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Mullá, A. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.

- Nacional, A. (2013). *Asamblea Nacional*. Obtenido de Tratados e instrumentos internacionales: <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/legislamos/tratados-instrumentos-internacionales-aprobados-por-la-asamblea-nacional-2013-2017>
- Nieves, T. (2011). *Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística*. Madrid: Editorial Universidad Complutense de Madrid.
- Paritula teatral Blog. (2012). *Particula teatral Blog*. Obtenido de <http://bit.ly/1PwnKIY>
- Parra, E. (2007). *Estadística para turismo*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.
- Perez, L. R. (2010). *Modelo y procedimiento para la gestión de la demanda de un destino turístico*. La Habana: Editoria Universitaria.
- Pichincha, C. P. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de Alangasí*. Quito.
- Pichincha, G. d. (2012). *Plan de desarrollo*. Obtenido de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/pdot_alangasi.pdf
- Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: el turismo en el Ecuador*. Quito: Editorial FLACSO.
- Pulido, J. (2012). *Política Económica del Turismo*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Quito Capital cultura 2011. (2011). *Quito Capital cultura 2011*. Obtenido de <http://bit.ly/1SqEP72>
- República, P. d. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y descentralización*. Quito.
- Reyes, J. (2011). *Latin American economy development*. New York: Editorial Routlengde.
- Romero, A. (2010). *Contaminacion ambiental y calentamiento global*. Mexico D.F.: Editorial Trillas.
- Santos, B. d. (2013). *Justicia indígena, plurinacionalidad e interculturalidad en Ecuador*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Saw, J. C. (1991). *Gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- SENPLADES. (2013). <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>. Recuperado el 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>: <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>
- SENPLADES. (2013). *Mapa zonal Ecuador*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Sierra, H. M. (2009). *Hostal Mira Sierra*. Obtenido de <http://www.hosteriamirasierra.com/>
- Talaya, Á. (2008). *Principios del Marketing*. Madrid: Editorial Esic.

the flight of the zamarrito. (2013). Obtenido de <http://the-flight-of-the-zamarrito.blogspot.com/2013/03/saturday-23.html>

Torres, Z. (2014). *Teoría General de la Administración*. México D.F: Grupo Editorial Patria .

Troitiño, N. (2011). *Madrid y los destinos patrimoniales de su región turística*. Madrid: Editorial Universidad Complutense de Madrid.

Wikimedia. (2014). *Mapa de Alangasí*. Obtenido de <http://bit.ly/1RKwzgA>

Wikipedia. (2016). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>

Wix, S. (2015). *ALangasí Parroquia Turística*. Obtenido de <http://bit.ly/1PE3YF6>

Zuidema, T. (2012). *La religión Inca* . Madrid: Editorial Trotta S.A.

Links de consulta

<http://datos.quito.gob.ec/datastreams/163/poblacion-economicamente-activa/>

<http://www.deecuador.com/Sistema%20de%20Gobierno-deecuador-13.html>

https://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador#Gobierno_y_pol.C3.ADtica

<http://www.planificacion.gob.ec/sistema-de-informacion-para-los-gobiernos-autonomos-descentralizados/>

http://www.degerencia.com/articulo/deficiencias_en_el_uso_del_foda_causas_y_sugerencias