



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS -ESPE

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

AUTOR: MONTALVO ANDRADE, DANIEL SANTIAGO

**TEMA: PROPUESTA DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN
Y DIFUSIÓN DE LAS FESTIVIDADES DE LA PARROQUIA DE
ALANGASÍ, CANTÓN QUITO**

**DIRECTOR: ING. CÓRDOVA, ARCENIO
COODIRECTOR: DR. SOASTI, MARCO**

SANGOLQUÍ, MAYO 2014

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS -ESPE

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICADO DE TUTORÍA

Ing. Arcenio Córdova y Dr. Marco Soasti

CERTIFICAN:

Que el trabajo titulado “Propuesta de Marketing para la promoción y difusión de las festividades de la parroquia de Alangasí” realizado por Daniel Santiago Montalvo Andrade, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que se ha cumplido con las normas establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE para el desarrollo del trabajo de conclusión de carrera, se recomienda su publicación. El mencionado trabajo consta de documento empastado y disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Daniel Santiago Montalvo Andrade que lo entregue al Dr. Marco Soasti, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 06 de mayo de 2014.



Ing. Arcenio Córdova
DIRECTOR



Dr. Marco Soasti
CO-DIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Daniel Santiago Montalvo Andrade


DECLARO QUE:

El trabajo de conclusión de carrera denominado “Propuesta de Marketing para la promoción y difusión de las festividades de la parroquia de Alangas”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 06 de mayo de 2014.



Daniel Santiago Montalvo Andrade

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, Daniel Santiago Montalvo Andrade

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Propuesta para la promoción y difusión de las festividades de la parroquia de Alangasí”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 06 de mayo de 2014.



Daniel Santiago Montalvo Andrade

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto de tesis a mi familia en especial a mis padres, que siempre han sido un apoyo fundamental e incondicional en todo proyecto que me planteo, han estado en cada uno de mis logros, ambos han sabido inculcarme valores y darme su ejemplo para afrontar los retos de la vida, A mis hermanos Luis y Patricio que siempre han sido un ejemplo a seguir y un orgullo para mí, siempre admirare su fortaleza y la forma con la que salen adelante en cada meta que se proponen.

Dedico también a mi novia Francis, ya que sin su ayuda, apoyo y amor no habría sido posible desarrollar este proyecto, ha sido un pilar muy importante y me ha enseñado a ver la vida con una perspectiva diferente, enfocada en el amor y comprensión.

Por último, quiero dedicar este proyecto a mis Abuelitos Heriberto y Chelita, que siempre estuvieron presentes en los momentos más importantes.

Daniel

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que fueron parte fundamental para que pueda terminar mi proyecto de tesis.

A mis padres, por apoyarme, por ser mis amigos, y por ser siempre un incentivo para alcanzar mis objetivos día a día.

A mis hermanos Luis y Patricio, porque durante mis estudios y la realización del proyecto siempre estuvieron disponibles cuando necesitaba de ellos, apoyándome y así convirtiéndose en parte importante de mi vida.

A mí novia Francis por apoyarme en la realización del proyecto y por sus conocimientos.

A mis Abuelitos Heriberto y Chelita.

A mis directores de tesis, por guiarme durante todo este proceso.

Y sobre todo quiero agradecer a Dios porque me ha dado la oportunidad de concluir con mucha energía y felicidad este proyecto de Tesis.

De todo corazón, muchas gracias a todos ustedes.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DE TUTORÍA	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvi
RESUMEN.....	xix
SUMMARY.....	xx
 CAPITULO I. 1	
ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Marco Teórico	1
1.1.1 La Cultura	1
1.1.2 La Cultura en el Ecuador	3
1.1.3 Turismo Cultural	5
1.1.4 La Demanda Cultural	6
1.1.5 La Oferta Cultural.....	6
1.1.6 Promoción.....	7
1.2 Marco Conceptual	8
1.3 La Parroquia Alangasí	10
1.3.1 Reseña histórica de la parroquia de Alangasí.....	10
1.3.2 Personajes de renombre	12
1.3.3 Hitos Históricos	14

1.3.4	Aspectos físicos	15
1.3.5	Filosofía Parroquial	15
1.3.5.1	Misión del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial	16
1.3.5.2	Visión Parroquial.....	16
CAPITULO II.		17
ANÁLISIS SITUACIONAL.....		17
2.1	Análisis Externo	17
2.1.1	Macro- entorno	17
2.1.1.1	Factor Económico.....	17
2.1.1.1.1	Economía a nivel país.....	18
2.1.1.1.1.1	Producto Interno Bruto – PIB.....	18
2.1.1.1.1.2	Inflación.....	19
2.1.1.1.1.3	Canasta Familiar	21
2.1.1.1.1.4	Desempleo y subempleo.....	22
2.1.1.2	Factor Geográfico	23
2.1.1.2.1	Ubicación.....	23
2.1.1.2.2	Límites	24
2.1.1.2.3	Altitud.....	25
2.1.1.2.4	Clima	25
2.1.1.2.5	Superficie.....	26
2.1.1.3	Factor Demográfico.....	26
2.1.1.3.1	Población	26
2.1.1.3.2	Edad.....	28
2.1.1.4	Factor Político – Social	29
2.1.1.4.1	Constitución de la República del Ecuador.....	29
2.1.1.4.2	Plan Nacional del Buen Vivir.....	32

2.1.1.5	Factor Cultural.....	33
2.1.1.5.1	Ley de la Cultura	33
2.1.1.5.2	Cultura ancestral.....	37
2.1.1.5.3	Ley de Turismo.....	38
2.1.2	Micro entorno	39
2.1.2.1	Clientes	39
2.1.2.2	Competencia	39
2.2	Proveedores o vendedores	41
2.3	Sustitutos	41
2.4	Análisis Interno	42
2.4.1	Estructura orgánica de la Junta Parroquial de Alangasí.....	43
2.4.1.1	Junta Parroquial.....	43
2.4.2	Economía a nivel parroquial.....	44
2.4.2.1	Población Económicamente Activa de Alangasí.....	44
2.4.2.2	Actividades Económicas – Productivas.....	46
2.4.3	Turismo en la parroquia de Alangasí.....	47
2.4.4	Cultura- Fiestas culturales en la parroquia de Alangasí.....	48
2.4.5	Servicios Básicos.....	51
2.4.5.1	Agua para Consumo Humano	51
2.4.5.2	Alcantarillado	52
2.4.5.3	Recolección de la Basura.....	52
2.4.5.4	Energía Eléctrica	52
2.4.5.5	Alumbrado Público.....	53
2.4.5.6	Seguridad y convivencia ciudadana	53
2.4.6	Sistema vial	53
2.4.6.1	Vías Colectoras Principales y Secundarias.....	55

2.4.6.2	Señalización Vial.....	55
2.4.6.3	Sistema de transporte.....	56
2.5	Análisis F.O.D.A.	58
2.5.1	Matriz de Análisis Externo.....	58
2.5.1.1	Matriz Resumen de Oportunidades	58
2.5.1.2	Matriz Resumen de Amenazas	59
2.5.2	Matriz de Análisis Interno	60
2.5.2.1	Matriz Resumen de Debilidades.....	60
2.5.2.2	Matriz Resumen de Fortalezas	61
2.5.3	Matriz F.O.D.A. Priorizada	62
2.5.4	Análisis de Aprovechabilidad.....	63
2.5.5	Análisis de Vulnerabilidad	64
CAPÍTULO III.....		65
ESTUDIO DE MERCADO		65
3.1	Introducción.....	65
3.2	Objetivos de la investigación.....	65
3.2.1	Objetivo General	65
3.2.2	Objetivos Específicos	66
3.3	Tipo de investigación	66
3.3.1	Investigación exploratoria	66
3.4	Método de investigación.....	67
3.5	Técnica de investigación	67
3.6	Metodología.....	68
3.7	Fuentes de Información	69
3.8	Diseño de la investigación.....	70
3.8.1	Definición de la población.....	70

3.8.2	Técnica de muestreo	71
3.8.3	Unidades de muestreo.....	71
3.8.4	Tamaño de la muestra.....	72
3.8.4.1	Cálculo de la Muestra.....	73
3.9	Diseño del cuestionario	74
3.9.1	Encuesta piloto	74
3.9.2	Análisis de resultados	77
3.9.2.1	Conclusión de la Investigación de Mercados.	100
CAPÍTULO IV.....		103
PROPUESTA		103
4.1	Introducción.....	103
4.2	Justificación.....	104
4.3	Perfil del visitante.....	104
4.4	Objetivos.....	105
4.4.1	Objetivo general	105
4.4.2	Objetivos específicos.....	105
4.5	Estrategias.....	106
4.6	Tácticas	106
4.6.1	Logotipo, isotipo y slogan	107
4.6.2	Televisión	109
4.6.3	Internet.....	111
4.6.3.1	Página Web.....	111
4.6.3.2	Facebook.....	114
4.6.3.3	Vallas Publicitarias	120
4.6.4	Prensa escrita	125
4.6.5	Tríptico	128

4.6.6	Calcomanías	130
4.6.7	Calendarios	130
4.7	Cuña Radial	135
4.8	Presupuesto.....	135
4.9	Agentes responsables.....	137
CAPÍTULO V		140
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		140
5.1	Conclusiones.....	140
5.2	Recomendaciones	142
BIBLIOGRAFÍA		143
ANEXOS.....		147

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO I

Tabla 1.1 Recursos Susceptibles de Potenciación Cultural	7
Tabla 1.2 Hitos Históricos	14
Tabla 1.3 Límites de la Parroquia Alangasí	15

CAPÍTULO II

Tabla 2.1 Canasta básica familiar	21
Tabla 2.2 Tasa de desempleo	23
Tabla 2.3 Consecuencias del clima	26
Tabla 2.4 Población según censos	27
Tabla 2.5 Tasa de Crecimiento Poblacional de la Parroquia Alangasí	27
Tabla 2.6 Población total según género	28
Tabla 2.7 Población por grupos de edad y sexo	29
Tabla 2.8 Objetivos del Plan del Buen Vivir	33
Tabla 2.9 Auto identificación según su cultura y costumbres	36
Tabla 2.10 Condiciones de pobreza en la parroquia de Alangasí	36
Tabla 2.11 Población Según Nivel de Pobreza	37
Tabla 2.12 Número de visitantes de las Parroquias rurales de Quito	40
Tabla 2.13 Sustitutos	42
Tabla 2.14 Lista de Representantes de la Junta Parroquial de Alangasí	43
Tabla 2.15 Organización Territorial Según Personería Jurídica	44
Tabla 2.16 Actividades Económicas	45
Tabla 2.17 Complejos Turísticos de la Zona	48
Tabla 2.18 Seguridad Ciudadana	53
Tabla 2.19 Cooperativas	56

Tabla 2.20	Líneas de transporte	57
Tabla 2.21	Matriz Resumen de Oportunidades	58
Tabla 2.22	Matriz Resumen de Amenazas	59
Tabla 2.23	Matriz Resumen de Debilidades	60
Tabla 2.24	Matriz Resumen de Fortalezas	61
Tabla 2.25	Matriz F.O.D.A. Priorizada	62
Tabla 2.26	Matriz de Aprovechabilidad	63
Tabla 2.27	Matriz Vulnerabilidad	64

CAPÍTULO III

Tabla 3.1	Estratos para el muestreo	71
Tabla 3.2	Unidades de muestreo	72
Tabla 3.4	Distribución de la muestra	74
Tabla 3.5	Datos estadísticos de: “Genero”	77
Tabla 3.6	Datos estadísticos de: “Edad”	78
Tabla 3.7	Datos estadísticos de: “Ingresos”	80
Tabla 3.8	Datos estadísticos de: “Parroquia”	81
Tabla 3.9	Datos estadísticos de: “Ha visitado las Festividades de la parroquia de Alangasí?”	83
Tabla 3.10	Datos estadísticos de: “¿Con que frecuencia ha visitado a las festividades de la parroquia de Alangasí?”	84
Tabla 3.11	Datos estadísticos de: “¿Cuándo visita las Festividades de Alangasí lo hace en compañía de?”	86
Tabla 3.12	Datos estadísticos de: “Quien en la familia toma la decisión de visitar una festividad”	87
Tabla 3.13	Datos estadísticos de: “¿Cuándo acude a las festividades de Alangasí, pernocta en la localidad?”	88

Tabla 3.14 Datos estadísticos de: “¿Conoce usted sobre la historia, particularidades e información importante sobre las Festividades de la parroquia de Alangasí a los que usted ha visitado?”	90
Tabla 3.15 Datos estadísticos de: “¿Conoce sobre los servicios que se dan en las Festividades que ofrece la Parroquia de Alangasí?”	91
Tabla 3.16 Datos estadísticos de: “¿Considera que es necesaria mayor promoción de las Festividades de Alangasí?”	92
Tabla 3.17 Datos estadísticos de: “A que segmento considera usted que deberían dar mayor énfasis en la planificación de las Festividades de Alangasí?”	94
Tabla 3.18 Datos estadísticos de: “¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en total en las Festividades de Alangasí por persona?”	95
Tabla 3.19 Datos estadísticos de: “¿A través de qué medio tradicional le gustaría recibir información sobre estas festividades?”	96
Tabla 3.20 Datos estadísticos de: “¿A través de qué medio no tradicional le gustaría recibir información sobre estas Festividades?”	98
Tabla 3.21 Datos estadísticos de: “¿Cuál es la festividad más visitada en Alangasí?”	99

CAPÍTULO IV

Tabla 4.1 Objetivos y estrategias de la propuesta	106
Tabla 4.2 Precio de la pauta en televisión	110
Tabla 4.3 Precio de rediseño para página web de Alangasí	114
Tabla 4.4 Precio de la publicación en Facebook	120
Tabla 4.5 Descripción y Ubicación de la Valla Publicitaria	123
Tabla 4.6 Datos Generales	123
Tabla 4.7 Circulación Diaria de Personas	124
Tabla 4.8 Precio de la publicación en Vía Pública	124
Tabla 4.9 Medios de Prensa escrita para publicaciones de Alangasí	128

Tabla 4.10	Contenido del calendario	131
Tabla 4.11	Precio del material impreso.....	132
Tabla 4.12	Precio de la pauta en Radio.....	135
Tabla 4.13	Presupuesto de la propuesta de promoción y difusión de atractivos turísticos de la Parroquia de Alangasí.....	136

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

CAPÍTULO I

Figura 1.1 Aspectos Físicos de la Parroquia Alangasí.....	16
---	----

CAPÍTULO II

Figura 2.1 PIB – Producto Interno Bruto	18
Figura 2.2 Inflación.....	20
Figura 2.3 División Parroquial del Distrito Metropolitano de Quito	24
Figura 2.4 Límites de la Parroquia Alangasí.....	24
Figura 2.5 Temperatura media mensual de la parroquia Alangasí.....	25
Figura 2.6 Población Económicamente Activa, Inactiva y en Edad de Trabajar.....	46
Figura 2.7 Población Económicamente Activa de la Provincia de Pichincha	47

CAPÍTULO III

Figura 3.1 Gráfico estadístico de: “Genero”	77
Figura 3.2 Gráfico estadístico de: “Edad”	79
Figura 3.3 Gráfico estadístico de: “Ingresos”	80
Figura 3.4 Gráfico estadístico de: “Parroquia”	82
Figura 3.5 Gráfico estadístico de: “Ha visitado las Festividades de la parroquia de Alangasí?”	83
Figura 3.6 Gráfico estadístico de: “¿Con que frecuencia ha visitado a las festividades de la parroquia de Alangasí?”	85
Figura 3.7 Gráfico estadístico de: “¿Cuándo visita las Festividades de Alangasí lo hace en compañía de?”	86
Figura 3.8 Gráfico estadístico de: “Quien en la familia toma la decisión de visitar una festividad”	87

Figura 3.9Gráfico estadístico de: “¿Cuándo acude a las festividades de Alangasí, pernocta en la localidad?”	89
Figura 3.10Gráfico estadístico de: “¿Conoce usted sobre la historia, particularidades e información importante sobre las Festividades de la parroquia de Alangasí a los que usted ha visitado?”	90
Figura 3.11Gráfico estadístico de: “¿Conoce sobre los servicios que se dan en las Festividades que ofrece la Parroquia de Alangasí?”	91
Figura 3.12Gráfico estadístico de: “¿Considera que es necesaria mayor promoción de las Festividades de Alangasí?”	93
Figura 3.13Gráfico estadístico de: “A que segmento considera usted que deberían dar mayor énfasis en la planificación de las Festividades de Alangasí?”	94
Figura 3.14Gráfico estadístico de: “¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en total en las Festividades de Alangasí por persona?”	95
Figura 3.15Gráfico estadístico de: “¿A través de qué medio tradicional le gustaría recibir información sobre estas festividades?”	96
Figura 3.16Gráfico estadístico de: “¿A través de qué medio no tradicional le gustaría recibir información sobre estas Festividades?”	98
Figura 3.17Gráfico estadístico de: “¿Cuál es la festividad más visitada en Alangasí?”	100

CAPÍTULO IV

Figura 4.1Logotipo propuesto para Alangasí y sus Festividades.....	108
Figura 4.2Medios de comunicación preferidos por los potenciales visitantes de Alangasí.....	108
Figura 4.3Penetración de Medios.....	109
Figura 4.4Página web actual de la Parroquia de Alangasí	111
Figura 4.5Sección turismo de la página web de Alangasí	112
Figura 4.6Redes Sociales	114
Figura 4.7Página en Facebook de Alangasí	116

Figura 4.8	Ubicación de anuncios publicitarios en Facebook.....	117
Figura 4.9	Ejemplo de anuncios publicitarios y Resultados en Facebook.....	117
Figura 4.10	Ejemplo de Resultados en Facebook	118
Figura 4.11	Medidas de anuncios publicitarios en Facebook	118
Figura 4.12	Ejemplo de Anuncio de Facebook para Alangasí.....	119
Figura 4.13	Segmentación de anuncios en Facebook	119
Figura 4.14	Ejemplo de Valla publicitarios	121
Figura 4.15	Ejemplo de Valla publicitarios	121
Figura 4.16	Ejemplo de Valla publicitarios ampliada.....	122
Figura 4.17	Ejemplo de Valla publicitarios Disponible.....	122
Figura 4.18	Perfil de Lectores de Prensa	125
Figura 4.19	Características de El Comercio Lectores	126
Figura 4.20	Perfil de lectores de El Comercio	126
Figura 4.21	Características de Últimas Noticias	127
Figura 4.22	Perfil de lectores de Ultimas Noticias	127
Figura 4.23	Características de Periódico Metro	127
Figura 4.24	Anverso del tríptico propuesto.....	129
Figura 4.25	Reverso del tríptico propuesto	129
Figura 4.26	Diseño calcomanía.....	130
Figura 4.27	Diseño del calendario	131
Figura 4.28	Organigrama estructural propuesto para el Gobierno de la Parroquia de Alangasí.....	138

RESUMEN

El presente trabajo es una propuesta estratégica para la promoción y difusión de las Festividades de la Parroquia de Alangasí, ubicada al sureste de la ciudad de Quito, se identificará la potencial demanda de visitantes que estarían dispuestos a asistir a Las Festividades de Alangasí y con ello se posicionarán la cultura y sus tradiciones; mediante la aplicación de las estrategias de marketing generadas mediante un estudio de mercado. En el primer capítulo para iniciar con la propuesta se desarrolló, en primera instancia un análisis del entorno, se recabó información general de la parroquia, tomando en cuenta tanto los aspectos generales de Alangasí. En el capítulo dos se estableció un análisis situacional a nivel Macro y Micro donde se distribuyen Factores Económicos, Demográficos, geográficos, Políticos y Legales, a su vez un análisis interno de la Parroquia, y con ello se identificó oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Una vez generada la tabulación y análisis con los datos obtenidos de la investigación de mercados se procederá al desarrollo de la propuesta como tal, aplicando las estrategias de marketing para así establecer su adecuada promoción y difusión. En el Capítulo cuatro se determinó el tipo de promoción y difusión que generará mayor impacto a los potenciales visitantes de las festividades de la Parroquia, las características que definen el perfil de los potenciales visitantes. Por lo tanto se procedió a establecer estrategias que permitan dar a conocer y difundir todas las actividades de las Festividades de Alangasí. Las conclusiones y recomendaciones que se resumen en el capítulo cinco, afianzando los resultados de los estudios realizados.

PALABRAS CLAVES:

- **MARKETING**
- **PROMOCIÓN**
- **DIFUSIÓN**
- **FESTIVIDADES**
- **ALANGASÍ**

SUMMARY

The present project is a strategic proposal for the promotion and dissemination of Alangasí Festivity's located in the southeast part of Quito, to identify the potential demand of visitors who would be willing to attend Alangasí Festivities and increase its position in culture and traditions, by implementing marketing strategies generated by a market study. In the first chapter to start with the proposal we developed an analysis of the environment, general information was collected from the location, taking into account Alangasí population. In chapter two, the situational analysis, we established a Macro and Micro level which distributes Economic, Demographic, Geographic, Political and Legal factors, internal analysis of the Parish, to identify opportunities, threats, strengths and weaknesses. The Marketing survey conducted in chapter three, was developed using an exploratory research survey to people who live in the parish and surrounding areas and through this process relevant data was obtained and deepened further on the subject. After tabulation and analysis generated with data from the market research we proceeded to develop the proposal, applying marketing strategies in order to establish the proper promotion and dissemination. In Chapter Four we determined the type of promotion and dissemination, and the impact to create more potential visitors of Alangasí's festivities, the characteristics that define the profile of potential visitors. So we proceeded to establish strategies to raise awareness and disseminate all activities from the Alangasí festivities. The conclusions and recommendations are summarized in chapter five, consolidating the results of the studies.

KEYWORDS:

- **MARKETING**
- **PROMOTION**
- **DISSEMINATION**
- **FESTIVITIES**
- **ALANGASÍ**

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Marco Teórico

Según Hugo Cerda(1991), “es imposible concebir una investigación sin la presencia de un marco teórico, porque a este le corresponde la función de orientar y crear las bases teóricas de la investigación”.

Si bien no existe consenso entre los distintos investigadores con respecto al marco teórico, se puede decir que este comprende la ubicación del problema en una determinada situación, sus relaciones con otras acciones, las relaciones de los resultados por alcanzar con otros ya logrados, como también definiciones de nuevas definiciones de otros, clasificaciones, tipologías por usar, etc.

1.1.1 La Cultura

En un sentido amplio la cultura es la huella que deja el hombre sobre la tierra. Por tanto, el término cultura engloba también un concepto antropológico: es todo aquello que el hombre ha sumado a la naturaleza, lo incorporado por el hombre. Esta idea de la cultura como totalidad de la creación humana, cuyo conocimiento está reportado entre toda la humanidad, se traduce en un enriquecimiento, en el significado que le proporciona al hombre todo lo que lo rodea. Todo esto también resulta del esfuerzo del hombre por dominar la naturaleza, transformarla y establecer las más satisfactorias relaciones sociales, darles respuesta a las interrogantes que lo inquietan, tratar de explicarse el mundo, su desarrollo, lo conocido y lo desconocido. Por lo tanto el hombre es siempre un portador de valores culturales. (Tylor, 1981)

La cultura está en perpetuo movimiento, se transforma, crece, se desarrolla en diferentes direcciones, tiene un movimiento centrífugo, influye en otras culturas y a

la vez hay un movimiento centrípeto incorporando otras influencias, esto es inevitable. La vida es un cambio continuo, pero hay que tratar de hacer cambios que sean constructivos, que satisfagan espiritualmente a las gentes, que sean liberadores, que no anulen la personalidad humana. La cultura actúa sobre los planos más profundos de la conciencia humana, reforzando los principios éticos indispensables en la sociedad. La obra humana, por lo tanto, tiene que expresar las complejidades y contradicciones de la sociedad en que se desarrolla quien las hace.(Álvarez Uría, 2007)

A fin de tener un concepto más amplio de este término, se va a considerar desde los siguientes aspectos:

- ***El Material*** - Se lo denomina sistema adaptativo. Tiene que ver con la producción material y las condiciones de supervivencia del hombre.
- ***El Social*** - Sistema asociativo o político.
- ***El Ideológico*** - Llamado sistema interpretativo o ideológico, se incluyen las interpretaciones de las relaciones humanas, las formas de comunicación simbólicas, desde el lenguaje hasta las obras de arte, las creencias, los mitos, los valores y las normas éticas, etc.
- ***Concepto Clasista*** - Parte del supuesto de que el sistema adaptativo, es decir las relaciones económicas y la producción material, juegan un papel determinante sobre los otros dos sistemas, es decir, sobre la organización social, sobre la ideología y la política (se basa en la teoría marxista de la determinación de la infraestructura sobre la superestructura. (Fukuyama, 2006)
- ***Concepto Cognoscitivo*** - Se limita a la esfera ideológica o puramente cognoscitiva, coincide de cierta manera con el sistema interpretativo del concepto integral. Se limita a entender la cultura ligada exclusivamente a la producción de ideas, de símbolos, de obras de arte, actividades científicas. Los reproductores de la cultura son las escuelas, universidades,

etc. Es un concepto elitista en su origen, diferencia a las personas en cuanto a tener más o menos cultura y entre los pueblos en civilizados y primitivos. (Ortíz, 1991)

- **Concepto Análogo** - Basado en el concepto etimológico de la palabra cultura, que quiere decir cultivo, significa dedicación humana profunda a la producción y reproducción sistemática de una determinada especie. (Marichal, 1994)

1.1.2 La Cultura en el Ecuador

“La cultura ecuatoriana es una mezcla de las influencias del conquistador español, con las tradiciones ancestrales de pueblos precolombinos. La población de Ecuador pertenece a muchas diferentes etnias, por tanto es muy diversa. Los grupos étnicos más grandes son los Mestizos (aquellos de linaje mixto español y Amerindio) y constituyen el 65 % de la población. Los amerindios cuentan aproximadamente con el 25% de la población. El Pentecostés (los Criollos), son los descendientes puros de colonos españoles, cuentan con el 7 % de la población ecuatoriana. Una pequeña minoría de ecuatorianos afro, incluyendo entre estos a los Mulatos y Zambos, constituye el resto. Aunque la mayor parte de la población, estuviera hace unas décadas del pasado, concentrada en la región de las altiplanicies Andinas, hoy están divididos en partes iguales entre la Sierra y costa, un pequeño porcentaje vive en las islas Galápagos (Archipiélago de Colón)”. (Copyright © - Calipto.com, 2012)

La cultura del Ecuador es una combinación de herencias europeas, relacionadas con elementos y costumbres del esclavo africano. Sin embargo la cultura nacional, de algunas comunidades indígenas existentes practica sus propias culturas autóctonas.

El lenguaje del de uso oficial en la República del Ecuador es el castellano. No obstante, existen otras lenguas y dialectos que son usados por los varios grupos étnicos del país: como los Quichua Shimi, Awapit, Chapalachi, Tsafiqui, Paicoca, A'ingae, Huaotirio, Shuar-chichan, y Záparo. Dentro de estas lenguas, el quichua es

considerada de mayor difusión, que por lo general se habla en los pueblos de la Sierra y en la Amazonia.

En cuanto a la religión que predomina en el Ecuador es la católica romana, pero existen otras confesiones cristianas las mismas que han tenido una expansión en los últimos años.

Los grupos indígenas ecuatorianos suelen unificar el catolicismo con sus creencias tradicionales, pero a pesar de ello existen muchas comunidades que conservan sus creencias y practicas antiguas formas de adoración a la tierra, montañas, y el sol.

El Estado adopta un concepto de cultura una vez que se ha tomado en consideración la plurinacionalidad e interculturalidad de la sociedad, y las diversas representaciones existentes de las reseñas históricas.

Debido a la diversidad de pueblos, culturas y grupos identitarios, tomando en cuenta los nuevos puntos de vista se puede examinar otros tipos de diversidades anexadas a la cultura, éstas son:

Diversidad regional.- el país cuenta con múltiples regiones, las mismas que están plenamente distribuidas, lo que le brinda una diversidad cultural, Existen alrededor de 17 pueblos que habitan el Ecuador. En la Costa viven cuatro grupos indígenas y los afro-ecuatorianos, que también están en la región interandina, la misma que se encuentra poblada y mayoritariamente por los Kichwa de la Sierra. En la Amazonía existen 10 etnias. Además, los mestizos habitan las tres regiones continentales del Ecuador y Galápagos.

Los idiomas hablados por esta diversidad de regiones son 14. Éstas se encuentran agrupadas en seis familias lingüísticas amerindias, con excepción del castellano que proviene de la familia lingüística indoeuropea y del waotedo y el a'ingae, que son lenguas aisladas. Se describe la localización, población, modos de subsistencia, rasgos culturales sobresalientes, modos de organización y los problemas y amenazas que afrontan las distintas culturas del Ecuador.

Diversidad de Género.- De acuerdo al artículo 11, número 2 de la Constitución ecuatoriana consagra expresamente la no discriminación por “identidad de género” (además de la no discriminación por orientación sexual, que ya la contenía la anterior Constitución 1998). Esto significa que nuestra Constitución prohíbe discriminar a las personas por tener una identidad masculina, o por tener una identidad femenina, independientemente de cuál sea su biología; vale decir, reconoce explícitamente que mujeres, hombres personas tienen los mismos derechos.

La Constitución del 2008, no sólo da el gran paso de incluir la categoría “identidad de género” y hacer un reconocimiento explícito de la obligación estatal de sancionar los actos discriminatorios que se perpetren por acción u omisión, sino que además, en la parte orgánica, establece la acción de protección; un mecanismo tutelar que permite efectivamente judicializar y sancionar los actos discriminatorios que se perpetren por acción u omisión contra ciudadanos transgénero. La acción de protección está recogida en el art. 89 de la nueva Constitución. De este modo, dimos continuidad al Proyecto de Ley Orgánica para Prevenir y Eliminar Todas las Formas de Discriminación que varias organizaciones GLBTI presentaron en junio de 2004.

Diversidad generacional.- La Diversidad Generacional es la confluencia en un mismo ámbito de personas con diferentes edades y competencias.

1.1.3 Turismo Cultural

“El turismo cultural: organizar y realizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático para llevar a cabo actividades que permiten experimentar la cultura y las diferentes formas de vida de otras gentes y, como consecuencia, conocer y comprender sus costumbres, tradiciones, entorno físico, ideas intelectuales y lugares históricos, arqueológicos o de otra significación cultural” (Gómez Borja, Mondéjar Jiménez, & Sevilla Sevilla, 2005)

1.1.4 La Demanda Cultural

Según Ezequiel Ander (2002), “el estudio de las necesidades culturales debe realizarse teniendo en cuenta la extensión que abarca el ámbito o sector en donde se va a llevar a cabo el proyecto cultural o actividad cultural”.

Por ello la demanda cultural refleja un nivel de consciencia de centros de interés y de expectativas. Dada esta afirmación, Ezequiel Ander menciona que se debe tomar en cuenta las diferentes categorías de usuarios culturales:

- *Usuarios Habituales*: Se trata de la gente que tiene mayores preocupaciones culturales, desde los que son simples consumidores hasta los que participan más o menos en las actividades culturales.
- *Usuarios Potenciales*: dentro de los cuales habría que distinguir diferentes sectores específicos de la población.
- *No usuarios*: expresión con la que se designa el no-público de las actividades culturales.

1.1.5 La Oferta Cultural

Según Gómez Borja, Mondéjar Jiménez, & Sevilla Sevilla (2005) la oferta cultural se basa en los siguientes recursos detallados en la Tabla 1.1.

Tabla 1.1**Recursos Susceptibles de Potenciación Cultural**

Religiosos	Catedrales, iglesias, conventos, sinagogas, templos, iglesias, ermitas, monasterios, capillas, fiestas religiosas
Monumentos	Castillos, palacios, casas donde nacieron personalidades, casas singulares, edificios emblemáticos, plazas mayores, puentes, construcciones militares, acueductos, recintos amurallados, conjuntos artístico-histórico
Otros recursos materiales de la historia	Arquitectura doméstica, calles con historia, balcones, patios, mazos, artes plásticas, hórreos, instrumentos musicales, molinos, útiles de trabajo para diferentes oficios, arquitectura tradicional, viejas infraestructuras con historia, pinturas
Otros aspectos de la identidad	Patrimonio etnológico y etnográfico, usos, costumbres, formas de vida, mercados, gastronomía, artes escénicas (música, danza, teatro, cine) tradiciones, fiestas, espectáculos
Equipamientos culturales	Teatro, jardín botánico, museos, parques arqueológicos, acuarios, planetarios, galerías de arte, archivo histórico, parques temáticos, centros de interpretación.

Fuente: Gestión del Turismo Cultural y de ciudad, 2005

1.1.6 Promoción

“La promoción se puede definir como un conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuya utilización se sitúa en el marco de una política general de marketing dirigida principalmente al desarrollo de ventas a corto plazo”(Editorial Vértice, 2007)

La promoción cultural en los últimos años ha ganado espacio en América Latina en el concepto de animación socio/ cultural, para referirse a la ejecución a nivel local de acciones de este tipo. Según Adolfo Colombres (1997), "la animación cultural como el conjunto de prácticas sociales que tienen como finalidad estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en el proceso de su propio desarrollo y en la dinámica global de la vida socio-política en que están integradas."

1.2 Marco Conceptual

De acuerdo a García L. &Ojeda C. (2003), “el construir un marco conceptual solido implica unir todo en secuencia y en una cadena que de punta a punta se encuentre bien enlazada. No se trata de que usted tome todo cuanto se ha dicho de cada tema, sino que diga lo que se ha dicho en función de lo que usted está investigando”.

- **Cultura.-** Es el conjunto de costumbres, tradiciones, ideas y comportamientos propios de un grupo de personas y que se transmiten de generación a generación.
- **Desarrollo turístico.-** Es el mejoramiento de las acciones, productos y servicios turísticos con la finalidad de satisfacer las necesidades del turista.
- **Difusión.-** Proceso de divulgación de información, noticias, costumbres, modas, etc.
- Diagnóstico Situacional
- **FODA.-** Es una herramienta de análisis estratégico que permite conformar una matriz de la situación del elemento analizado, con el fin de conocer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para posteriormente tomar decisiones y plantear estrategias.
- **Folletos.-** es un ejemplo de un documento de tamaño específico con el cual usted debe trabajar, es un impreso de varias hojas que sirve como instrumento publicitario.
- **Jingle.-** es un efecto sonoro muy corto que consiste solamente en un eslogan o una melodía. Es el elemento principal de la puntuación de publicidad.

- **MaterialPOP.-** es el material promocional colocado en las tiendas para captar la atención del consumidor e impulsarlo a comprar o asistir a determinado evento, incluye los letreros POINT OF PURCHASE.
- **Página web.-** también conocida como página de internet, es un documento electrónico adaptado para la Web.
- **Piezas comunicacionales.-** es el medio por el cual se emite un mensaje a los diferentes clientes meta o sectores a los cuales se quiere enfocar la publicidad, las piezas de comunicación pueden implementarse en distintos medios publicitarios como revistas, prensa escrita, etc.
- **Piezas publicitarias.-** podríamos decir que una pieza publicitaria es una herramienta publicitaria que nos permite manejar la publicidad de forma amplia y direccionada al público, por ejemplo la que es utilizada en la vía pública o prensa escrita.
- **Plan de Promoción.-** señala que las acciones promocionales que se realizan dependen en gran medida del producto o servicio de que se trata y la forma en que será comercializado. Estas acciones pueden incluso variar en los diferentes niveles del sistema de distribución, a medida que el servicio se desplaza desde el fabricante hasta el usuario final.
- **Prensaescrita.-** publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad.
- **Promoción.-** Promoción se refiere al conjunto de estímulos que, de una forma no permanente y a menudo de forma localizada, refuerzan en un periodo corto de tiempo la acción de la publicidad y/o la fuerza de ventas. Los estímulos son utilizados para fomentar la compra de un producto específico, promocionando una mayor actividad y eficacia a los canales de distribución. (Rivera Camino & De Garcillán, 2007)

- **Trabajo de Campo.**- es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación
- **Radio.**- es un sistema de telecomunicaciones que se realiza a través de ondas de radio, su clasificación y usos fuera del ámbito de la comunicación.
- **Revista.**- es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día generalmente financiada por publicidad.
- **Video.**-es la tecnología de la captación, grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y reconstrucción por medios electrónicos digitales.

1.3 La Parroquia Alangasí

El Cantón Quito está conformado por treinta y dos parroquias urbanas y treinta y tres parroquias rurales, dentro de estas se encuentra la Parroquia Alangasí(Wikipedia, 2012).

1.3.1 Reseña histórica de la parroquia de Alangasí

De acuerdo al Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí 2012- 2025 podemos señalar que dentro del Reino de Quito se encontraba La parroquia de Alangasí, era conocida entonces como Langasí: alanga: aguacate, shi: cosa larga y cilíndrica. Esto es debido a la relación con la estructura y ordenamiento urbanístico lineal de la cabecera parroquial.

Es considerado como un pueblo arqueológico que se encuentra ubicado al noreste del valle de Los Chillos, a 2.574 metros sobre el nivel del mar. Su nombre proviene de las épocas antiguas de Quito, pero se quichuizó con el significado de aguacate y se refiere a la denominación craneana que algunas etnias aborígenes optaban por provocarse en la niñez, utilizando un fuerte vendaje llamado piranchi.

Los Dominicos la fundaron como parroquia eclesiástica en 1832 época de la Colonia al “Pueblo Angélico de Santo Tomás de Alangasí” y su fundación civil fue el 2 de Febrero de 1860.

Hay dos (2) versiones con respecto al nombre de Alangasí.

- La primera proviene del Inca Alangos y
- La segunda de la fruta alargada de la Guaba.

De acuerdo a la investigación arqueológica que realizó Ernesto Salazar de la Universidad de Cuenca en 1979, en Alangasí se descubre las particularidades de las relaciones entre el hombre del Peleoindio y su medio ambiente, el desarrollo de una tecnología apropiada y los patrones de subsistencia y asentamiento del hombre temprano.

El descubrimiento de fuentes de obsidiana en los páramos orientales de la montaña Ilaló puso en evidencia que el páramo alto era un espacio económico de explotación temporal y que sus habitantes se adaptaban a la alta montaña.

Constaban con una organización social que tenía características de una “banda” identificada por las relaciones de parentesco real o imaginario que generaba, todas las necesidades de sobrevivencia eran sus vínculos de unión, si una persona no era pariente, era considerada enemiga. Todos los miembros de la “banda” trabajaban para la obtención de alimentos, los varones se dedicaban a la cacería, mujeres y niños a tareas menos riesgosas, predominaban las formas patriarcales.

De acuerdo al Plan de desarrollo Parroquial de Alangasí 2012 - 2025, esta consta como una parroquia del Distrito Metropolitano de Quito, incrustada en el Valle de los Chillos, a 2613 msnm, y a 20 kilómetros hacia el sureste de la ciudad de Quito. Su área es de 44 kilómetros cuadrados y su población agrupa a 24.251, un 20% son moradores originarios, el 60% son inmigrantes llegados al pueblo desde diferentes lugares del país, a partir de la década de los 50, mientras que el 20% restante procede de la ciudad de Quito y corresponden a clases sociales medias que buscan de

espacios residenciales exclusivos, han hecho de la parroquia su nuevo lugar de residencia, aunque no participan en la vida social del pueblo. De los pobladores oriundos, se destacan las familias agrupadas en las comunas de Alangasí y Angamarca y residentes de los barrios periféricos que rodean a la cabecera parroquial, quienes son depositarios de las más antiguas tradiciones culturales, en tanto descendientes de los pueblos ancestrales.

La investigación etnolingüística realizada por Salomón y Grosboli en la década de los 80, en los valles ubicados al este de Quito, posibilitó definir dos zonas culturalmente diferenciadas, tanto al norte del Ilaló, como al sur del mismo. Si en el valle de Tumbaco se habló un idioma próximo o relacionado con la lengua de la región de Otavalo, en el valle de los Chillos, prevaleció un lenguaje vinculado al panzaleo. Basados en una metodología que recuperó los principios lingüísticos y de incuestionable base científica, a diferencia del arbitrario método etimológico tan de boga en nuestro país, aquellos investigadores lograron identificar y aislar algunos morfemas originales que se repiten con cierta frecuencia en Los Chillos: “quina”, “nogona”, “agata”, “panta”, “ngaxa”, “toaña”, “nalen”.

Debido a estos hallazgos, se pueden establecer que los morfemas reconocibles en el nombre son dos: “alan” y “gasi”, este último, más frecuentemente en el sur que en el norte al el Distrito Metropolitano. De este modo, no es correcto dividir el topónimo “Alangasí” en “alanga” y “si”, y menos aún, buscar su significado en una lengua exterior al valle de los Chillos, como sucede cuando se trata de derivar la palabra Alangasí del tsaifiqui (lengua de los indios Tashilas o Colorados), “alanga” = aguacate, y “shi” = cosa larga y cilíndrica. En definitiva, el topónimo “Alangasí” estaría vinculado con el panzaleo antes que con la lengua originaria que se habló en la provincia de Imbabura, sin embargo, su verdadero significado aún nos es desconocido.

1.3.2 Personajes de renombre

La falta de información sobre su arqueología y documentación dificulta saber con certeza la existencia en el Valle de los Chillos de unidades políticas indígenas

que hayan sido introducidas por los incas. Ya en la época incásica. Salomón considera que en dicha zona se había constituido los cacicazgos de Uyumbicho, Anan Chillo (Amaguaña) y Urin Chillo (Sangolquí).

Según un documento colonial revisado por Jacinto Jijón y Caamaño y que corresponde a los libros bautismales de Alangasí del año de 1686, en el lugar existieron 5 parcialidades indígenas: Quibiulco o Quimbiulco, Ñaupayco, Cóndor, Angamarca y los denominados indios de Don Alonso Cabrera, por entonces, cacique principal de la reducción. Dichas parcialidades, a las que se les asignó diversos predios y territorios en la zona de Alangasí, probablemente fueron definidas en la época incásica a partir de la introducción de diversas familias mitmas procedentes de diversas regiones del Mundo Andino. De aquellas colectividades antiguas, solamente se conserva hasta la actualidad la de Angamarca, reconocida como comuna desde la década de 1930.

En la década de los 30 el historiador Jacinto Jijón y Caamaño destacó entre las terminaciones propias del valle de los Chillos, las finales patronímicas “quina”, “pantas”, “amín”, “kaiza” e “iza”. Por esa razón, podemos afirmar que los apellidos indígenas que aún se conservan en Alangasí y que probablemente son originarios de este sector son: Sosapanta, Guachamin, Quinga, Alquina, Simbaña, Iza, Lugmaña, Pilaquina y posiblemente Quinchiguano, Quisaguano, Guano. Junto a éstos destacan nombres de origen claramente incaico, sobresaliendo la permanencia de apellido Atahualpa, casi extinto en otros lugares del Distrito Metropolitano y del país en general, junto de claro origen kechwa como: Morocho, Pacha, Paucar, Cóndor, Ñañasca, entre otros, lo que evidencia la presencia en la antigüedad, de funcionarios vinculados a la aristocracia incaica y familias mitmas procedentes del norte, centro y sur del actual Perú, así como de otras regiones del norte y centro del actual Ecuador.

Cuando el cronista y viajero español Pedro Cieza de León, paso por el valle de Machachi en 1548, destacó que al levante de dicho lugar quedaban los valles de Uchillo y Langazi, cuyos pobladores serían amigos y confederados de los Panzaleos. Lo que confirma los descubrimientos de las investigaciones etnolingüísticas, en el

sentido de que el idioma que hablaban los antiguos pobladores de los Chillos estaba relacionado con el pueblo Panzaleo.

1.3.3 Hitos Históricos

Alangasí cuenta con los siguientes antecedentes históricos que han incidido en el desarrollo de la parroquia detallados en la Tabla 1.2.

Tabla 1.2

Hitos Históricos

Año	Acontecimiento
Económico	
<i>1928</i>	Se inaugura el balneario El Tingo.
<i>1930 y 1942</i>	Se abren las puertas de los balnearios medicinales.
Social	
<i>8.000 AC</i>	Se encontró en un depósito de cangagua en la montaña Ilaló, por cazadores prehistóricos.
<i>1535</i>	Primeras encomiendas: fue un centro indígena de importancia, durante la Colonia.
<i>1832</i>	Fundación Eclesiástica: la orden religiosa funda con el nombre del pueblo “Angélico de Santo Tomás de Alangasí”.
<i>1860</i>	Fundación civil: Es reconocida por el Estado Ecuatoriano como parroquia.
<i>1929</i>	Evidencia Histórica y Patrimonial: el investigador alemán Franz Spillman, descubrió en Alangasí (provincia de Pichincha) el esqueleto de un mastodonte, huesos humanos, puntas de flecha y cerámica.
<i>1929</i>	Pérdidas de la Evidencia Patrimonial: incendio en el Museo Nacional de la Universidad Central.
<i>1926</i>	Creación de la Banda Musical: parte de la cultura de la parroquia.
<i>1971</i>	Construcción del Estadio Deportivo.
<i>1956</i>	Construcción del parque Iconográfico
Ambiental	
<i>2006 y 2012</i>	Incendio Forestal: pérdida de vegetación

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial., 2012.

1.3.4 Aspectos físicos

La Parroquia de Alangasí se ubica en la provincia de Pichincha, al sur-este del cantón Quito. La extensión territorial de la parroquia es de 44,16 km² de los cuales 7,9 km² aproximadamente están ocupados por su cabecera. Con una altitud de 2.613 metros sobre el nivel del mar. En la Tabla 1.3., se detalla los límites de la parroquia.

Tabla 1.3

Límites de la Parroquia Alangasí

Coordenadas	Límites
Norte	Parroquia La Merced
Sur	Parroquia Pintag
Este	Parroquia La Merced
Oeste	Parroquia Guangopolo

La parroquia ocupa una gran parte en las faldas del Cerro Ilaló, su cabecera parroquial es Alangasí. Los principales recursos naturales son las aguas termales, bosques. El clima es un factor fundamental para el desarrollo y progreso de la parroquia. En la Figura 1.1. se determinan los Aspectos Físicos de la parroquia Alangasí.

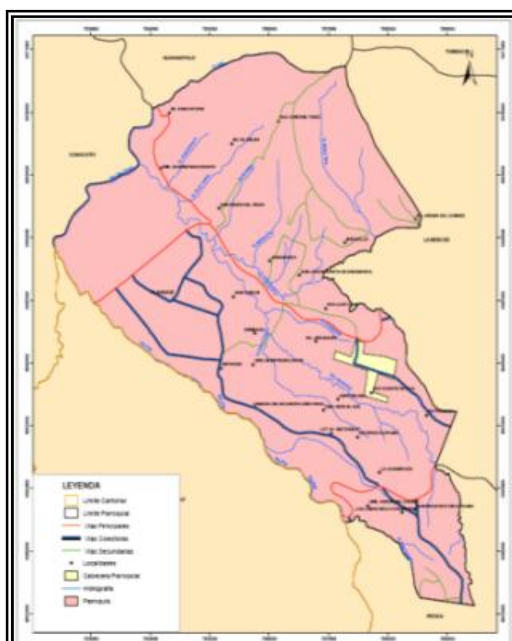


Figura 1.1. Aspectos Físicos de la Parroquia Alangasí

1.3.5 Filosofía Parroquial

De acuerdo a los Mandatos Legales y procesos que se desarrollan dentro del contexto de ordenamiento del Estado y del Territorio, por medio del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, ente encargado en organizar y planificar el desarrollo de dicho reordenamiento, se emprende la elaboración del Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí.

El Plan de Desarrollo Parroquial es formulado en la Junta Parroquial, el mismo que será sustentado económicamente en su Presupuesto Anual. Se incluye estudios técnicos y económicos, que son formulados en coordinación con los Consejos Municipales y Provinciales, considerando la Población, las necesidades básicas insatisfechas, potencialidades, equidad de género, cultura, prioridades establecidas por la Asamblea Parroquial y las políticas de desarrollo cantonal, provincial y nacional.

1.3.5.1 Misión del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial

“El Gobierno parroquial promueve el desarrollo participativo, cultural, social y deportivo de la comunidad generador de proyectos productivos que mejoren la calidad de vida de los habitantes.”(Plan de Desarrollo Estratégico Parroquia de Alangasí, 2012-2025)

1.3.5.2 Visión Parroquial

“En el año 2025, Alangasí será un parroquia con proyección de cantonización; con vías, servicios básicos adecuados, sitios ecoturísticos y un sistema de transporte eficiente. Se ha dinamizado el desarrollo industrial, agrícola, ganadero, y en general, productivo, que ha generado empleo y he mejorado la calidad de vida. Los jóvenes están sanos y libres de problemas como la drogadicción y el alcoholismo. Su población está organizada; solidaria; cuida de su naturaleza; y está orgullosa de vivir de su parroquia.”(Plan de Desarrollo Estratégico Parroquia de Alangasí, 2012-2025)

CAPITULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

Es el estudio del medio en el que se desenvuelve la organización en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la organización en su entorno.

Comprende la identificación de los elementos externos como oportunidades y riesgos o amenazas, así como también los elementos internos que son las fortalezas y debilidades que pueden identificarse en la organización.

2.1 Análisis Externo

El análisis externo consiste en detectar y evaluar acontecimientos y tendencias que suceden en el entorno de una organización, que están más allá de su control y que podrían beneficiar o perjudicarla significativamente.

2.1.1 Macro- entorno

2.1.1.1 Factor Económico

Podemos determinar cuáles son los puntos que nos permiten analizar la situación económica a nivel país, ya que este factor es muy cambiante y que es modificado por diferentes variables, las mismas que detallaremos a continuación acentuando su importancia, estas están relacionadas con las Festividades de la Parroquia de Alangasí debido a que esto nos facilita determinar el comportamiento económico que maneja la nación, ya que estos pueden ser afectados en su productividad y desarrollo, indicando que se necesita de una infraestructura firme para poder mantener y fortalecer este tipo de actividades.

2.1.1.1.1 Economía a nivel país

Cuando se analiza este elemento, debemos considerar:

2.1.1.1.1.1 Producto Interno Bruto – PIB

Una de las formas en las que podemos analizar la economía y su vez evaluar el desarrollo de una nación, es mediante el sistema de contabilidad con el cual podemos determinar todo lo que existe a nivel de producción y servicios.

El PIB es un indicador económico que nos permite calcular el valor en dólares de toda la producción de bienes y servicios del país.

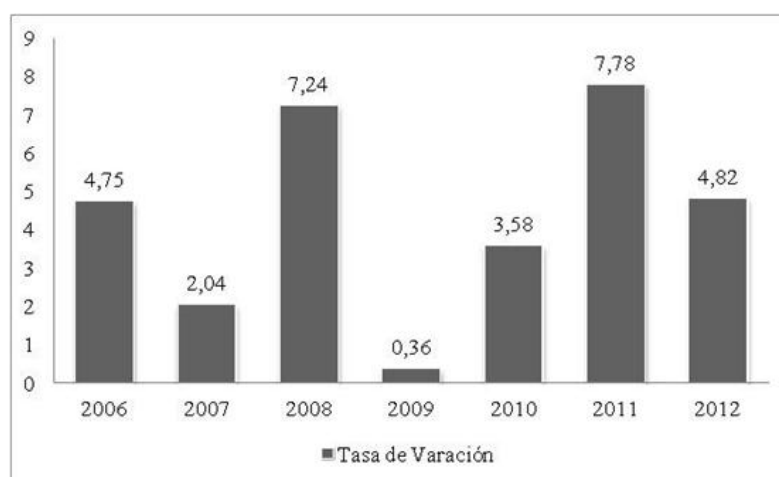


Figura 2.2. PIB – Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2013.

En el 2008 se evidenció uno de los crecimientos más representativos del PIB con un 7,24%, superior a los años anteriores, esto se debe a los ingresos del petróleo, debido a que los precios se han mantenido con niveles altos.

En el año 2009 se puede apreciar que existe un decremento importante con un porcentaje de crecimiento del PIB de 0,36%, esto se debe a la influencia por la crisis internacional que afectó al país por la caída de la cotización del crudo, y una disminución en los ingresos de remesas por parte de los emigrantes.

El año 2010 obtuvo crecimiento del PIB, en comparación al año anterior donde obtuvo 3,58%, esto gracias a la inversión pública en petróleo e infraestructura, además de las manufacturas en la elaboración de alimentos, crecimiento en el sector de servicios de electricidad y agua, y la construcción de proyectos viales.

En cuanto al año 2011 el país evidencio un alto crecimiento económico con un 7,78%, debido a la aportación del sector de “otros servicios” donde se encuentran aquellos ofrecidos a empresas, hogares, hoteles, restaurantes, alquiler de viviendas, educación y salud. Además de otros sectores como la construcción y el comercio.

Y por último el 2012 presento un bajo crecimiento de 4,82% en comparación al alto incremento del PIB del año anterior. Los sectores que aportaron al crecimiento fueron Hoteles y Restaurantes, y Construcción, pero el sector petrolero no varió por su alto precio de venta y problemas técnicos en su elaboración.

2.1.1.1.1.2 Inflación

La inflación se define como el aumento del nivel de precios extendido de bienes y servicios en un periodo determinado de tiempo.

“La inflación puede ser medida estadísticamente por medio del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), en base a una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de niveles socioeconómicos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.” (Banco Central Del Ecuador, 2012)

En el Figura 2.2 indicaremos la inflación acumulada en el periodo enero- octubre de los últimos años.

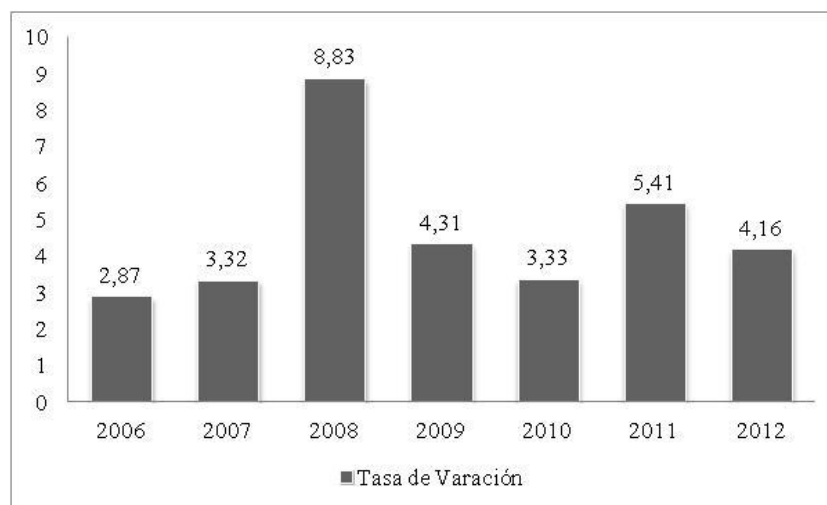


Figura 2.3. Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2013.

Existe una variación significativa en la inflación del año 2008 con un porcentaje de 8,83%, esto se debe a la inversión pública alta, el crecimiento de los precios de alimentos y petróleo. El gobierno mediante decretos para el incremento de salarios, cometió errores en cuanto equivocada que incremento el porcentaje de subempleo, tomando también en cuenta la eliminación de la tercerización.

Para el año 2009, la inflación disminuyó considerablemente alcanzando una tasa de 4,31%, ya que los precios se estabilizaron después de pasar la crisis económica mundial del año 2008, sin embargo lo aportó el aumento de la inflación durante el año, fue el sector de alimentos y bebidas alcohólicas; divisiones de bienes y servicios; restaurantes y hoteles; y prendas de vestir.

La tasa de inflación acumulada de enero a octubre para el año 2010 fue de 3,33%, que comparadas con la del año anterior se ha reducido, volviendo así a los niveles obtenidos antes de la crisis mundial. El segmento que más influyó sobre la inflación anual es la de bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes debido al incremento que hubo en determinados rubros de impuestos.

Para el año 2011, la inflación tuvo un aumento de 5,41% especialmente por el incremento de precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas; las prendas de vestir y calzado; educación; restaurantes y hoteles, y transporte, esto según

economistas debido a que la suficiente liquidez en la economía, genero mayor demanda de bienes y servicios por parte de la gente.

La inflación en el 2012 fue de 4,16%, logrando así un menor crecimiento que el año anterior. Las divisiones de artículos que contribuyeron a la inflación de este año fueron la división de alimentos y bebidas no alcohólicas.

2.1.1.1.3 Canasta Familiar

El cálculo se lo realiza integrando al conjunto de bienes y servicios que consumen los hogares o tienen la probabilidad de consumir mensualmente, a este conjunto se lo nombra como canasta familiar. Existen dos tipos de canastas: la básica familiar en la que se incluyen 75 productos, y la vital que contiene 73 productos. (INEC, 2012)

Tabla 2.4

Canasta básica familiar

Mes	Canasta Básica (a)	Variación mensual	Ingreso Mensual Familiar (b)	Restricción en el consumo (a) - (b)
mar-11	551,87	0,11%	492,8	59,07
abr-11	555,27	0,62%	492,8	62,47
may-11	557,43	0,39%	492,8	64,63
jun-11	556,93	-0,09%	492,8	64,13
jul-11	559,41	0,44%	492,8	66,61
ago-11	563,75	0,78%	492,8	70,95
sep-11	567,41	0,65%	492,8	74,61
oct-11	571,08	0,65%	492,8	78,28
nov-11	572,35	0,22%	492,8	79,55
dic-11	578,04	0,99%	492,8	85,24
ene-12	581,21	0,55%	545,07	36,14
feb-12	583,27	35,00%	545,07	38,2
mar-12	587,36	0,70%	545,07	42,29

Fuente: www.revistalideres.ec

El precio de la canasta básica familiar registrado en el año 2012 fue de \$595,70 reduciendo así su precio en 0,12%.

Considerando que en el 2012 los ingresos de una familia promedio de cuatro personas es de 1,6 salarios como promedio nacional, y el salario básico unificado es de \$292, logrando cubrir en un 91,50% de la canasta con restricción de consumo de \$50,63.

De igual forma si tomamos en cuenta la canasta familiar vital que tiene un valor de \$431,32, las familias ecuatorianas tienen la capacidad e cubrir totalmente esta canasta y además ahorrar \$113,75.

2.1.1.1.4 Desempleo y subempleo

De acuerdo a datos generados por el INEC, el desempleo es la suma del desempleo abierto más el desempleo oculto, como están definidos a continuación:

DESEMPLEO ABIERTO.- Personas con más de 10 años que, en el periodo de referencia, presentan, las siguientes características:

- Sin empleo (no estuvo ocupado en la semana pasada).
- Buscaron trabajo (realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores).

DESEMPLEO OCULTO.- Personas con más de 10 años que, en el periodo de referencia, presentan, las siguientes características:

- Sin empleo (no estuvo ocupado en la semana pasada).
- No buscaron trabajo (no hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores)
- Disponible para trabajar.

Y se considera a las personas que han trabajado o han tenido un empleo por un tiempo determinado, pero estaban dispuestas y disponibles para modificar su

situación laboral a fin de aumentar la "duración o la productividad de su trabajo" como subempleadas. (INEC)

Tabla 2.5

Tasa de desempleo

Fecha	Valor
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %
Septiembre-30-2010	7.44 %
Junio-30-2010	7.71 %
Marzo-31-2010	9.09 %
Diciembre-31-2009	7.93 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Junio-30-2009	8.34 %
Marzo-31-2009	8.60 %
Diciembre-31-2008	7.31 %
Septiembre-30-2008	7.06 %
Junio-30-2008	6.39 %
Marzo-31-2008	6.86 %
Diciembre-31-2007	6.07 %
Septiembre-30-2007	7.06 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

2.1.1.2 Factor Geográfico

2.1.1.2.1 Ubicación

Alangasí constituye una de las 33 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito, está ubicado a 11 km del centro de Quito, a 25 km al sur de la línea equinoccial, Valle de los Chillos, al sur - este de la ciudad capital.

2.1.1.2.3 Altitud

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Alangasí, la altitud promedio del valle es la de 2.550 msm, aunque Pintag se encuentra a 2.865 m, en las faldas de la cordillera Oriental, cercanas al Antisana. El valle es apto para todos los cultivos de la zona templada. Particular fama ha alcanzado el "maíz de Chillo", pero también las papas, los frutales y los pastos se desarrollan abundante y fácilmente en el valle de los Chillos. La altitud en la parroquia de Alangasí es de 2.613 metros sobre el nivel del mar.

2.1.1.2.4 Clima

El clima es característico de la zona interandina, ecuatorial meso térmico húmedo, en particular Guangopolo, Conocoto, Alangasí, La Merced, Pintag y Amaguaña.

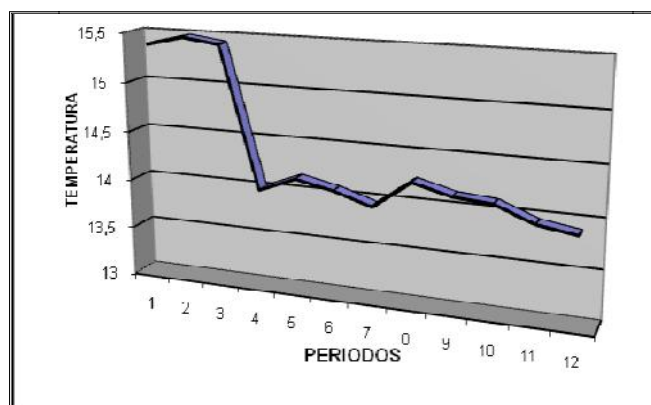


Figura 2.6. Temperatura media mensual de la parroquia Alangasí

Fuente: INAMHI 1990 – 2010

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Alangasí, el clima es característico de la zona interandina, la temperatura oscila entre los 14,6° C hasta los 16,7° C, a una altitud de territorio de 2500 msnm, 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 en julio a agosto.

Los vientos son moderados con velocidades medias entre 3 y 4 m/s dirección predominante norte. (Plan de Desarrollo Estratégico Parroquial “Alangasí”, 2011) Información analizada en un periodo del 1990 al 2010, datos proporcionados por el INAMHI. Estación La Tola.

Tabla 2.6

Consecuencias del clima

ElementosClimáticos	Efectos	Consecuencias	Si/No
Altas Precipitaciones	. Deslizamientos	Daños de vías	Si
	. Desprendimientos	DañosInfraestructura	No
	. Represamientos	Plagas	No
	. Inundaciones	Alteraciones:	No
	. Erosiones	Comunicaciones	Si
	. Asentamientos de masas	Comercio	Si
Bajas y Altas Temperaturas	. Sequías	Heladas	No
	. Erosión	Plagas	Si
	. Incendiosforestales	Enfermedades	Si
	. Otros		

Fuente: Plan de Desarrollo Alangasí, 2012

2.1.1.2.5 Superficie

La extensión territorial de la parroquia es de 44,16 km² de los cuales 7,9 km² aproximadamente están ocupados por su cabecera.

2.1.1.3 Factor Demográfico

2.1.1.3.1 Población

“Población es el conjunto de individuos que se agrupan en una determinada superficie, y que están sometidos a cambios que ocurren en un momento dado (natalidad, mortalidad)”. (Comunidad Autónoma de Aragón, 2002)

Dentro del Censo Nacional realizado por el INEC en el año 2010 se determinó una población de 2’576.287 habitantes, que representa el 17,78% del país. La

población es principalmente urbana, la cual constituye el 68%, y 32 % es rural. La población de Alangasí al 2010 es de 24.251 habitantes, que están distribuidos en una superficie de 29.98 Km², como se detalla en la Tabla 2.4.

Tabla 2.7

Población según censos

	1960	1962	1974	1982	1990	2001	2010
Pichincha	361962	563665	565075	1244330	1516902	2355517	2576257
DMQ	314236	475335	758585	1063600	1371729	1539653	2239191
Amaguaña	7632	9975	12066	15472	16779	23564	31106
Conocoto	5419	6430	11960	19554	29164	53137	52072
Guangopolo	0	914	1270	1522	1570	2254	3059
La Merced	0	0	2470	3431	3733	5744	5394
Pintag	5955	6515	7453	9335	11464	14457	17930
Alangasí	3646	1570	4570	7530	11054	17322	24251

Fuente: Plan de desarrollo Parroquial Alangasí, 2012-2025

Los censos de 1974, 1982, 1990, 2001 y 2010 la población de la parroquia Alangasí ha tenido un crecimiento permanente de alrededor de en un 25,36% en los últimos treinta años, como se expresa en la Tabla 2.5.

Tabla 2.8

Tasa de Crecimiento Poblacional de la Parroquia Alangasí

Parroquia de	Años		
	1996	2001	2010
Alangasí			
Población Total	14.148	17.248	24.251
Tasa de Crecimiento	27,9	11,3	4,6

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí, 2012.

La población total según el género total de Alangasí se compone de 11.651 hombres y 12.400 mujeres dando así un total de 24.251 personas, según el censo realizado en el 2010, lo mismo que esta detallado en la Tabla 2.6.

Tabla 2.9**Población total según género**

	Población Total	Hombres	Mujeres
Pichincha	2576267	1255711	1320576
DMQ	2239191	1055511	1150300
Amaguaña	31106	15395	15711
Conocoto	82072	39691	42381
Guangopolo	3059	1525	1531
La Merced	8394	4122	4272
Pintag	17900	5515	9115
Alangasí	24251	11651	12400

Fuente: Plan de desarrollo Parroquial Alangasí 2012-2025

2.1.1.3.2 Edad

Dentro de la edad de la población de la Parroquia Alangasí , el intervalo más alto se encuentra en un segmento entre las edades de 15 a 64 años, debido a esto se puede considerar que la población de la Parroquia de Alangasí tiene un promedio joven.

Un factor determinante para analizar la demografía de la parroquia de Alangasí, es la edad lo mismo que está reflejado en la Tabla 2.7 Se muestra la representación de la población por edades.

Tabla 2.10**Población por grupos de edad y sexo**

Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	162	181	343
de 1 a 4 años	877	815	1695
de 5 a 9 años	1086	1059	2145
de 10 a 14 años	1129	1115	2244
de 15 a 19 años	1092	1121	2213
de 20 a 24 años	1083	1063	2145
de 25 a 29 años	979	995	1974
de 30 a 34 años	927	1056	1983
de 35 a 39 años	855	967	1822
de 40 a 44 años	715	825	1540
de 45 a 49 años	753	809	1562
de 50 a 54 años	587	632	1219
de 55 a 59 años	491	492	963
de 60 a 64 años	369	394	763
de 65 a 69 años	273	290	563
de 70 a 74 años	173	219	392
de 75 a 79 años	147	174	321
de 80 a 84 años	83	95	178
de 85 a 89 años	38	54	92
de 90 a 94 años	21	34	55
de 95 a 99 años	8	5	13
de 100 años y más	3	2	5
Total	11.852	12.400	24.251

Fuente: Plan de desarrollo Parroquial Alangasí 2012-2025

2.1.1.4 Factor Político – Social

2.1.1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador establecida en el año 2008 provee el marco para la organización del Estado ecuatoriano, y para la relación entre el gobierno con la ciudadanía.

Según el artículo 275 señala que:

“El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumakkawsay. El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución.”

La Constitución del Ecuador recoge conceptualmente dos grandes avances en relación a los temas ambientales: los derechos de la naturaleza y los derechos ambientales en el marco del Buen Vivir como parte del nuevo régimen de desarrollo. (Gudynas, 2009)

Una vez establecido el nuevo gobierno, el Presidente Constitucional de la República a través del Decreto Ejecutivo No. 5 del 15 de enero del 2007 y considerando que “El desarrollo de un país en el que confluyen distintas nacionalidades y etnias, se nutren esencialmente de los aportes culturales de una sociedad, en orden a la conservación y desarrollo de la identidad cultural, la democratización de la cultura, el reconocimiento de la dimensión cultural del desarrollo, la planificación integrada del desarrollo cultural, la preocupación por la cuestión regional, la nueva relación con la cultura universal, el fomento de las actividades e industrias culturales, la ampliación de la participación en la vida cultural, la promoción de la cooperación cultural internacional; y, la afirmación nacional reconociendo la pluralidad étnico-cultural del ser humano ecuatoriano, dentro de una visión estratégica de unidad e integración de nuestro país.”.... toma una decisión de trascendental importancia: Declara como política de Estado el desarrollo cultural y crea el Ministerio de Cultura, al cual le otorga el papel de rector y coordinador de la gestión cultural en el país.

Dicho Decreto, faculta al Ministerio contar con una estructura organizacional acorde a su naturaleza, sobre la base de principios de gestión, políticas culturales y desarrollo social eficiente, eficaz y de calidad.

En razón del procedimiento normativo e institucional, la estructura orgánica funcional del Ministerio fue aprobada en el mes de julio del presente año y su presupuesto asignado en el mes de septiembre.

Dentro de las primeras acciones estratégicas, las autoridades del nuevo Ministerio convocaron durante los meses de mayo y junio del 2007 al “Diálogo para el Plan Nacional de Cultura” para que creadores, artistas, promotores, gestores y cualquier ciudadano interesado realice propuestas y sugerencias para elaborar participativamente el Plan Nacional de Cultura del país.

- El Plan y las políticas culturales del país deben identificarse y desarrollarse a partir de un enfoque de Derechos Culturales para los ecuatorianos.
- Es preciso ir más allá de las concepciones tradicionales o limitadas de cultura y avanzar a un enfoque de proceso en la construcción de las políticas culturales. En el cual no solamente se adopte una noción amplia de cultura, sino el criterio de lo cultural como eje sustantivo en las relaciones e interacciones entre sujetos y actores que construyen la cultura.
- Se torna impostergable asumir a la interculturalidad no como un eje, un componente o una política sino como un enfoque esencial de las políticas públicas.
- El Plan debe contener y desarrollar un enfoque integral de las políticas culturales.
- Asumir a la diversidad cultural del país no desde una perspectiva únicamente etnicista, sino desde un enfoque más amplio, según el cual, las políticas culturales no solamente incorporen lo grupal sino las subjetividades individuales como constitutivo de lo comunitario y, por lo tanto, se potencie la participación en el desarrollo cultural, del conjunto social desde las dimensiones de lo diverso.

- Incorporar el concepto de Equidad como eje estratégico de la política cultural pública. Esto para asumir el carácter incluyente, democrático y social de las políticas culturales.
- Proponer la participación como un eje estratégico específico pero, sobre todo como un proceso consustancial en la construcción de políticas culturales que, por sí mismo, amplía la democracia cultural.

2.1.1.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir

El plan nacional del buen vivir busca principalmente cumplir con el mejoramiento de la calidad y esperanza de vida de los ecuatorianos, construir un sistema económico basado en la distribución igualitaria de los beneficios, generar mayor participación social en la gestión del poder público, conservar la naturaleza para que las personas tengan acceso equitativo del agua, aire y suelo, garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción en el contexto internacional, promover un ordenamiento territorial equilibrado y proteger la diversidad y el patrimonio cultural.

Uno de los puntos importantes señalados en el Plan Nacional del Buen Vivir, son las estrategias planteadas para llevar a cabo lo planificado; específicamente en la estrategia número 10 se habla sobre “Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario” donde se establece que las personas están íntimamente ligadas al ámbito natural y que las sociedades en sus diversos modos y niveles de vida dependen física, económica, y espiritualmente de la naturaleza.

En la Tabla 2.8. Se detalla las políticas que se alinean con los principios establecidos por la Constitución y los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Tabla 2.11

Objetivos del Plan del Buen Vivir

Objetivo 7: Construir y fortalecer los espacios públicos, interculturales y de encuentro común.		
Política 1	Ministerio de Cultura	Aportar a la formación de una sociedad democráticamente consciente y crítica de todo tipo de discriminación y encaminada a la construcción de la autoestima, el orgullo y la unidad interna del país.
Política 2	Ministerio de Cultura	Contribuir a la construcción de una sociedad democrática, intercultural, respetuosa de las diferencias, promotora de la equidad, conocedora y orgullosa de nuestra historia, de lo que somos y de nuestras características como pueblo.
Política 3	Ministerio de Cultura	Promover la recuperación y potenciación de la memoria social y el patrimonio cultural tangible (material) e intangible (inmaterial) en todos los campos de la producción artística y cultural.
Política 4	Ministerio de Cultura	Contribuir al fortalecimiento de los procesos de creación cultural del Ecuador, revalorizando nuestras formas de conocimiento y prácticas en la producción, difusión y consumo culturales.
Política 5	Ministerio del Deporte	Socializar a escala masiva el conocimiento sobre la ancestralidad de nuestras Culturas y desarrollar un sentido de antigüedad propio del Ecuador.
Política 7.1	Plan Nacional del Buen Vivir	Garantizar a la población el derecho al acceso y al disfrute de los espacios públicos en igualdad de condiciones
Política 7.2	Plan Nacional del Buen Vivir	Promocionar los deberes y derechos respecto al uso de los espacios públicos.
Política 7.3	Plan Nacional del Buen Vivir	Fomentar y optimizar el uso de espacios públicos para la práctica de actividades recreativas y deportivas
Objetivo 8: Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad		
Política 8.1	Plan Nacional del Buen Vivir	Apoyar la construcción de la sociedad plurinacional e intercultural dentro de relaciones de reconocimiento de la diferencia y respeto mutuo, bajo los principios del Buen Vivir.
Política 8.4	Plan Nacional del Buen Vivir	Impulsar y apoyar procesos de creación cultural en todas sus formas, lenguajes y expresiones, tanto de individuos como de grupos y comunidades.
Política 8.5	Plan Nacional del Buen Vivir	Promover y apoyar procesos de preservación, valoración, fortalecimiento, control y difusión de la memoria colectiva e individual y del patrimonio cultural y natural del país, en toda su riqueza y diversidad.

Fuente: Ministerio de Cultura, 2013.

2.1.1.5 Factor Cultural

2.1.1.5.1 Ley de la Cultura

La Ley de Cultura, Artículo 1 manifiesta que: “Son objetivos de la Ley de Cultura:

a) Afirmar la identidad nacional, reconociendo la pluralidad étnico - cultural del hombre ecuatoriano dentro de una visión unitaria e integradora del país;

b) Propiciar el acceso a la cultura de todos los ecuatorianos, creando las condiciones apropiadas para que puedan informarse, formarse, conocer y disfrutar libremente de los valores y bienes culturales;

c) Hacer efectivo el derecho de todo ecuatoriano a participar en la vida cultural, comunicando y creando en libertad bienes culturales que reflejen los valores humanos universales, latinoamericanos y propios;

d) Fomentar y preservar, de manera especial, las culturas vernáculas;

e) Favorecer la preservación y conocimiento del patrimonio cultural ecuatoriano;

f) Incentivar, fortalecer e impulsar el pensamiento y la investigación científica y técnica;

g) Reconocer, estimular y garantizar la actividad cultural de personas y entidades privadas;

h) Coordinar la actividad de las entidades públicas en el campo de la cultura; e,

i) Establecer el sistema que asegure el financiamiento de las citadas acciones.”

El mayor peso referencial en términos culturales es la fe religiosa", La historia y ancestralidad del sitio, además en su origen preincaico e incaico, de ello nacen la mayoría de costumbres y festividades del sector. Igualmente existe un gran peso de las festividades religiosas. Por lo que la gente de Alangasí está muy orgullosa de su autoconcepción en el que mencionan especialmente valores de su gente y la cultura andina lo que significa que se involucran y se relacionan con las costumbres generales a nivel nacional y a su vez las fomentan.

La mayor parte de la población es de creencia religiosa católica, las familias profesan esta religión acudiendo a misas, celebraciones patronales y participando de

la catequesis familiar y comunitaria, existen un porcentaje menor de familias de creencia evangélica que tienen sus cultos, donde realizan cánticos y alabanzas y un grupo minoritario para los Testigos Jehová, quienes estudian y predicán la palabra del señor.

La comunidad evidencia insuficiente e ineficientes espacios de interacción humana, prácticamente no se aprovechan los escasos espacios para el desarrollo de actividades culturales, además no existen espacios adecuados para que las personas departan y compartan sus cotidianidades.

Organizaciones y tejidos sociales

En la parroquia existen 15 organizaciones y persiguen un objetivo común que es el desarrollo del pueblo, todas las organizaciones están constituidas por su directorio y cuenta con socios, estas son de tipo religioso, deportivo, pro mejoras, barriales, todas son de hecho. Desde la década de los 60 se inician en diferentes formas de organización en la parroquia. En la cabecera parroquia se concentran el mayor número de organizaciones.

La acción de las instituciones dinamiza la vida de la comunidad. Por ello, se deben generar sinergias interinstitucionales que permitan alcanzar la visión de futuro de la parroquia, posible solamente en la conjunción del trabajo participativo y el aporte de las fortalezas y activos que posee cada una de las instituciones públicas y privadas. En Alangasí, hace falta desarrollo institucional que parta de la propia institucionalización del gobierno local, a través del fortalecimiento de la junta parroquia.

El 54% de la población de Alangasí ignora la nacionalidad o pueblo indígena al que pertenece, el 24% es población kichwa de la sierra y el 8% se considera Otavalo.

Tabla 2.12

Auto identificación según su cultura y costumbres

	Casos	%
Indígena	384	2%
Afroamericano - afro descendiente	345	1%
Negro/a	58	0%
Mulato/a	248	1%
Montubio/a	300	1%
Mestizo/a	20.948	86%
Blanco/a	1.894	8%
Otro/a	74	0%
Total	24.251	100%

Fuente: Plan de desarrollo Parroquial Alangasí 2012-2025

La población de Alangasí en su mayoría se considera como mestizos es decir el 86%, Blanco/a se consideran 8% e Indígena se considera el 2% de la población.

Tabla 2.13

Condiciones de pobreza en la parroquia de Alangasí

		Provincia	Cantón	Parroquia	
		Pichincha	DMQ	Alangasí	
Índice NBI	Pobreza	Población	2306617	1839853	5744
		Hogares%	40,5	43,5	38
	Extrema Pobreza	Población	970474	813736	2349
		Hogares%	14,5	5,2	20,4
Brecha de la pobreza%		8,5	6	17,122	
Severidad de la Pobreza%		4	2,7	2,2	
Incidencia de la indigencia%		8,3	5,4	501	
Brecha de la indigencia%		2,2	1,3	1,1	
Severidad de la indigencia%		0,5	0,5	17,122	

Fuente: Plan de desarrollo Parroquial Alangasí 2012-2025

Tabla 2.14**Población Según Nivel de Pobreza**

Población no pobres	%	Población pobres	%	Población Total
15765	85	8330	35	24251

Fuente: Plan de desarrollo Parroquial Alangasí 2012-2025

El 35% de la población de Alangasí es considerada pobre, lo que significa que la mayoría de la población vive en condiciones razonables con alimentación y condiciones básicas.

2.1.1.5.2 Cultura ancestral

En la parroquia de Alangasí existen eventos y organizaciones con el pleno compromiso de fomentar la cultura entre las cuales podemos mencionar: Caupicho Tradiciones, Jaupichu, Nuevo Amanecer, Inti Raymi, Artistas Plásticos, Consejo de Cultura, Pintores, Bandas de Música, Conjuntos Folclóricos, Shamanes, Fabricación de canastos, comida típica, fiestas barriales, fiesta de la Virgen de Las Candelarias, los cuales tienen como misión interactuar con la población y de esta manera propender el desarrollo comunitario y la cultura.

Alangasí tiene pintores, músicos y grupos folklóricos de calidad, que podrían ser promocionados en ferias locales. Sus fiestas son valiosas oportunidades para dar a conocer sus valores culturales, que se están perdiendo por los cambios generacionales. El fortalecimiento de la tradición no solo genera réditos de identidad, sino también económicos.

La comunidad evidencia insuficiente e ineficientes espacio de interacción humana, prácticamente no se aprovechan los escasos espacios para el desarrollo de actividades culturales, además no existen espacios adecuados para que las personas departan y compartan sus cotidianidades.

2.1.1.5.3 Ley de Turismo

Por su parte la Ley de Turismo en el artículo 1 señala: “La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios”.

Uno de los principios de la actividad turística señalados en la Ley de Turismo es la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

Además algunos de los objetivos de la Ley de Turismo fijan:

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- Fomentar e incentivar el turismo interno.

Y por último el Gobierno descentralizado de la Parroquia de Alangasí en su planificación estratégica busca como estrategia, a corto plazo, promover el turismo a través de la promoción y difusión de las festividades de la Parroquia.

2.1.2 Micro entorno

2.1.2.1 Clientes

Según el estudio realizado por el MINTUR para la caracterización del turismo de las parroquias del DMQ, se diferencian dos procedencias de visitantes, una de visitantes internos dentro del Distrito Metropolitano de Quito y, otra de visitantes externos de fuera del cantón.

Según la investigación del INEC, durante el año 2010, a las parroquias rurales de Quito arribaron 669.324 visitantes residentes, procedentes del Distrito (Ciudad de Quito), y 41.941 visitantes de otros cantones. Los primeros efectuaron un gasto turístico de 8.3 millones de dólares y los segundos, 1.5 millones, cifras que muestran bien la importancia del turismo en las parroquias rurales del cantón Quito, caracterizándolo básicamente como turismo de excursión. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2011)

2.1.2.2 Competencia

Para conocer cuál es la competencia turística de la Parroquia de Alangasí, se analizará el número de visitantes en las Parroquias del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 2.15**Número de visitantes de las Parroquias rurales de Quito**

Parroquias	Número de visitantes (Miles)	%
San Antonio	120	17,9
Guayllabamba	93	13,8
Conocoto	76	11,4
La Merced	64	9,6
El Quinche	60	9
Cumbayá	45	6,7
Tumbaco	34	5,1
Mindo	26	3,9
Alangasí	23	3,5
Nanegalito	22	3,3
Calderón (Carapungo)	16	2,4
Amaguaña	14	2
Puembo	13	2
Pintag	12	1,7
Lloa	9	1,4
Calacalí	6	0,9
Pomasqui	6	0,8
Guangopolo	6	0,8
Nono	5	0,8
Nanegal	4	0,6
Nayón	4	0,6
Pacto	3	0,5
Yaruquí	2	0,3
San José de Minas	2	0,3
Pifo	2	0,3
Tababela	1	0,2
Total	669	100

Fuente: Caracterización del turismo de las parroquias del DMQ, 2013.

La localidad con mayor número de visitantes es San Antonio de Pichincha con un porcentaje de 18%, seguramente por acoger la Ciudad Mitad del mundo, lugar al que acuden gran cantidad de excursionistas y turistas. Guayllabamba también cuenta con un alto porcentaje de visitas, debido a su clima acogedor y la atracción que representa el zoológico.

Por lo tanto se observa que dentro de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito, la principal competencia constituye San Antonio de Pichincha por el importante atractivo turístico que representa la Mitad del Mundo.

A su vez por la cercanía en la ubicación, también constituye competencia la parroquia de La Merced que cuenta tiene visitantes debido a los balnearios de aguas termales.

2.2 Proveedores o vendedores

El Gobierno Parroquial de Alangasí es considerado como principal proveedor de las diferentes Festividades, tomando en cuenta a los miembros de la Junta Parroquial.

La participación activa de la comunidad, dirigentes barriales, comunales, funcionarios y trabajadores de la Junta Parroquial, han constituido uno de los pilares fundamentales que han fortalecido y alimentado de manera continua el proceso de proveer los Recursos para las Festividades de Alangasí.

La iniciativa de emprender los procesos de planificación estratégica participativa en la confección de los Planes del Desarrollo de las Festividades, se fundamenta y articula a los Mandatos Legales y procesos que se están desarrollándose en el marco del nuevo ordenamiento del Estado, como es el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa que es la instancia encargada organizar la planificación para el desarrollo de las Festividades.

2.3 Sustitutos

Dentro de los servicios y actividades que se pueden considerar sustitutas a las Festividades de la Parroquia de Alangasí, están todas las diferentes actividades que se pueden desarrollar tanto en Alangasí, como en las Parroquias aledañas.

Debido al bondadoso clima que oferta la zona, la calidez de su gente, su historia, tradiciones, cultura, y una singular gastronomía hacen de la zona el sector ideal para la recreación familiar, la convivencia, el turismo de aventura, la experiencia comunitaria, el ecoturismo, la diversión y el descanso, que junto a un privilegiado entorno natural despiertan en quienes lo visitan una sensación gratificante que invita a volver siempre.

Esto debido también a un relieve variado que va desde los 2500 msnm hasta los páramos de Pintag sobre los 3900 msnm, lo que ha permitido el surgimiento de una diversidad en flora, fauna y paisajes únicos en el país.

Por lo tanto los servicios sustitutos de las Festividades que se pueden visitar son los que mencionamos a continuación:

Tabla 2.16

Sustitutos

Parque La Moya
Cruz del Ilaló
Balneario del Tingo
San Luis Shopping
Santuario de Shoenstatt
Pasochoa
Laguna de Secas
Laguna de la Mica
El Chachaco

Fuente: Plan de desarrollo Alangasí 2012-2025

Y además de estas actividades consideramos las Festividades importantes del Sector como las Festividades de Amaguaña, las Festividades de Machachi e Incluso las Festividades de Tungurahua debido a su cercanía y a su similitud en tradiciones y cultura.

Podemos tomar como ejemplo a La Diablada de Pillaro o el Corphus Christi del mismo lugar debido a que son Festividades similares a las de Alangasí, pero en una Provincia diferente.

2.4 Análisis Interno

El análisis interno consiste en la evaluación de aspectos marketing, producción, finanzas, organización, personal e investigación y desarrollo de la empresa con el fin de detectar los puntos fuertes y débiles. (Casado A. & Sellers R., 2010)

Todos los procesos legales que la organización de la parroquia requiere para el proceso de las festividades culturales son manejados de acuerdo a lo establecido y determinado por la dirección de la parroquia.

2.4.1 Estructura orgánica de la Junta Parroquial de Alangasí

2.4.1.1 Junta Parroquial

Organización Política

Alangasí es una parroquia legalmente constituida y como tal elige cada 4 años a sus representantes por medio de una votación popular. Los miembros de la Junta Parroquial elegidos actualmente son:

Tabla 2.17

Lista de Representantes de la Junta Parroquial de Alangasí

Dignidad	Nombre
Presidente	Sr. Luis Morales
Vicepresidente	Sr. Juan Marcelo Mejía
Secretario Tesorero	Sr. Cesar Avilés
Primer Vocal	Sr. Gustavo Erazo
Segundo Vocal	Sr. Hernán Brito

Fuente: Plan de desarrollo Alangasí 2012-2025

El hecho de que la organización política de la Junta Parroquial de Alangasí esté representada por pocos funcionarios significa que no hay burocracia en las actividades y en los procesos a cumplir.

Organizaciones Funcionales

En Alangasí las organizaciones funcionales han surgido en los últimos años y se han convertido en elementos articuladores de la población. Las principales organizaciones son de tipo social, cultural y deportivo. Las ligas deportivas barriales y de la parroquia son 26 organizaciones importantes, el fútbol es uno de los deportes más practicados por los moradores de Alangasí.

Tabla 2.18**Organización Territorial Según Personería Jurídica**

Tipo de Organización	Nombre de la Organización	Número
Social	Asociación de mujeres Alangaseñas	1
Social	Damas Solidarias del Tingo	1
Cultural	Caupicho Tradicionales	1
Cultural	Inti Raymi	1
Cultural	Artistas Plásticos	1
Deportiva	Liga Parroquial Alangasí	1
Deportiva	Liga Barrial San Pedro del Tingo	1
Deportiva	Liga Barrial Angamarca	1

Fuente: Plan de desarrollo Alangasí 2012-2025

Existen pocas asociaciones que están establecidas con el aval de la Junta Parroquial de Alangasí.

2.4.2 Economía a nivel parroquial

2.4.2.1 Población Económicamente Activa de Alangasí

De acuerdo a los estudios realizados por el INEC la Fuerza de Trabajo o Población Económicamente Activa (PEA) son “las personas de 10 años o más que trabajaron al menos una hora durante la semana de referencia, o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados), o bien aquéllas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar durante el período de referencia y que habían tomado medidas concretas para buscar un empleo asalariado o un empleo independiente (desocupados)”.

La parroquia de Alangasí se encuentra al pie del cerro Ilaló, cuenta con un área total de 2.929 Has, su atractivo turístico principal es el cerro ILALÓ. La producción del maíz, que es un cultivo ancestral de la parroquia, ha disminuido significativamente en los últimos años, debido a que no se ha fomentado ni diversificado la poca producción agrícola, por lo que ha aumentado la migración hacia la capital, hacia otras ciudades, así como también la migración externa a países de Europa y Estados Unidos, como reflejo o respuesta a la economía local no

favorable y a la búsqueda de nuevas fuentes de empleo, desarrollo y progreso; los productos agrícolas significativos de la parroquia son la producción de frejol, papas, aguacate en menor escala.

El 16% de la población económicamente activa de la parroquia se ocupa en actividades de Comercio al por mayor y menor, el 14% se dedica a las Industrias manufactureras y el 8% no ha declarado su actividad.

Tabla 2.19

Actividades Económicas

Rama de actividad	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	350	3%
Explotación de minas y canteras	84	1%
Industrias manufactureras	1.658	14%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	30	0%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	28	0%
Construcción	876	7%
Comercio al por mayor y menor	1.897	16%
Transporte y almacenamiento	581	5%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	448	4%
Información y comunicación	278	2%
Actividades financieras y de seguros	223	2%
Actividades inmobiliarias	47	0%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	615	5%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	592	5%
Administración pública y defensa	647	6%
Enseñanza	689	6%
Actividades de la atención de la salud humana	389	3%
Artes, entretenimiento y recreación	133	1%
Otras actividades de servicios	314	3%
Actividades de los hogares como empleadores	645	6%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	13	0%
No declarado	883	8%
Trabajador nuevo	301	3%
Total	11.721	100%

Fuente: Plan de desarrollo Alangasí 2012-2025

La migración en la parroquia de Alangasí, es debido a la falta de fuentes de trabajo y por razones de estudios, los destinos más frecuentes dentro del país son: Quito y Sangolquí y en caso del exterior son: España, Italia y Estados Unidos, el mayor número de personas que han migrado son mujeres, equivalente al 55,9 % y en

menor porcentaje los hombres, el total que han salido de la parroquia, en el 2010 son 560 personas, en busca de mejores días para ellos y sus familias.

La Población Económica Activa (PEA) de la parroquia Alangasí según el estudio del INEC del 2010, se encontraba en 11.707 habitantes mientras que en año 2001 era de 7.256 habitantes; considerando que la Población en Edad de Trabajar (PET) era de 20.068 habitantes en el 2010 y 15.696 habitantes en el año 2001; y, la Población Económicamente Inactiva (PEI) de la parroquia es en el 2010 era de 8.361 habitantes y en 2001 era de 7.844 habitantes, como se detalla en la Figura 2.6.

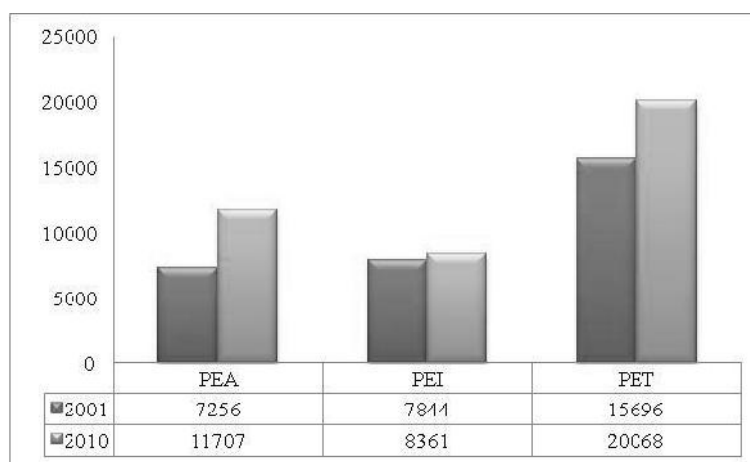


Figura 2.7. Población Económicamente Activa, Inactiva y en Edad de Trabajar

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí, 2012.

La Población Económica Activa (PEA) es un indicador que representa a la población que se encuentran trabajando, es por ello que en la parroquia Alangasí se considera que sus habitantes realizan actividades económicas.

2.4.2.2 Actividades Económicas – Productivas

De acuerdo al VII Censo de Población y VI de Vivienda (2010), la PEA es de 1'249.950 personas (59,68% de la población total) de las cuales el 48,5 % son hombres y el 51,5 % mujeres. Como se muestra en la Figura 2.7., las ramas importantes de la PEA de la provincia de Pichincha son: 38% comercio al por mayor y menor, Artes y recreación1% industria manufacturera 12%, 14% agricultura, y 11% transporte y almacenamiento.

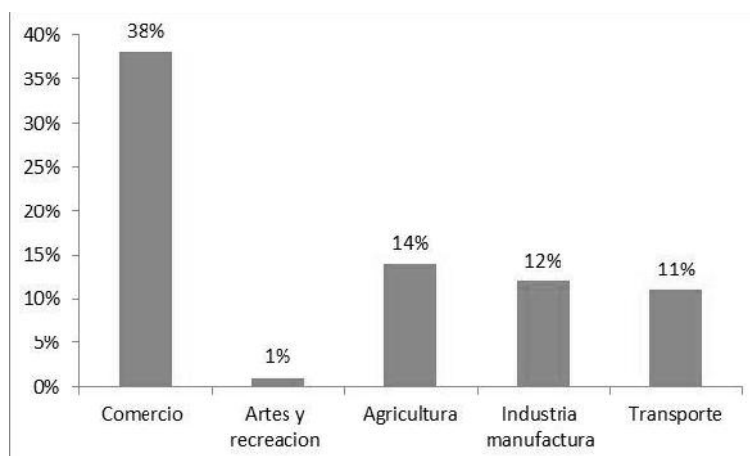


Figura 2.8. Población Económicamente Activa de la Provincia de Pichincha

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí, 2012.

De acuerdo a los porcentajes representados en la población económicamente activa, separados por actividades comerciales, podemos apreciar que el porcentaje de artes y recreación donde estaremos enfocados para el análisis de las fiestas culturales de Alangasí.

2.4.3 Turismo en la parroquia de Alangasí

El turismo doméstico o interno, es el realizado por los residentes de una región (país) dentro de la misma y no hay entrada ni salida de divisas, pero origina notables beneficios económicos como la redistribución de la renta. (Ministerio de Turismo del Ecuador).

Tabla 2.20

Complejos Turísticos de la Zona

Tipo de Atractivo Turístico	Origen de Ubicación	Tipo de Turismo	Origen de Turistas	Tipo de Adm.
Centro Cultural Alangasí	Barrio Central	Turismo Recreativo	Nacionales y Extranjeros	Público D.M. Quito
Complejo deportivo de Aguas termales el Tingó	Barrio El Vergel	Turismo Recreativo	Nacionales y Extranjeros	Privado
Volcán del Ilaló	Barrio Guantugloma	Turismo Recreativo	Nacionales y Extranjeros	Privado
Castillo del Gringo Loco	Barrio Guantugloma	Recreativo-Selectivo	Nacionales y Extranjeros	Privado
Cruz de Ilaló	Barrio La Cocha	Turismo Recreativo	Nacionales	Privado
Club de campo agua montaña		Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
Campamento DIFARE	DIFARE	Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
La Chorrera	Barrio Angamarca	Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
Balneario Angamarca	Barrio Angamarca	Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
Balneario Hostería Eucaliptos	Barrio Las Retamas	Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
Balneario Agua Luna	Barrio Jerusalén	Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
Fuentes Cristalinas	Los Piqueros Captus	Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
Complejo Mirasierra	Av. Intervalles	Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
Cabañitas Ilaló		Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado
Club Banco del Pacífico		Turismo Recreativo	Nacionales locales	Privado

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí, 2012.

La cantidad de oferta turística con la que cuenta la parroquia es importante debido a que, tanto las personas que habitan la misma, como las personas que la visitan para las festividades, tienen una variedad de locaciones para visitar una vez que hayan presenciado determinada festividad y así poder mantenerse en la parroquia para poder presenciar las fiestas posteriores debido a que hay fiestas que tienen una duración de más de un día.

2.4.4 Cultura- Fiestas culturales en la parroquia de Alangasí

Virgen de la Candelaria

Fiestas de parroquialización eclesiástica en honor a la virgen de la Candelaria, patrona de la parroquia, se celebra el 2 de febrero de cada año. Para las fiestas se cuentan con actos culturales y tradicionales como: Desfile de la confraternidad,

elección de la reina, vísperas, exposiciones de arte, toros populares, veladas artísticas, festivales culturales y gastronómicos, bailes populares. En los eventos participan y asisten ciudadanos de la comunidad y de parroquias vecinas, como de igual manera turistas nacionales y extranjeros.

Semana Santa

Como parroquia eclesiástica se realiza la conmemoración anual cristiana de la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesús de Nazaret, para las celebraciones se realizan actos litúrgicos y tradicionales como: procesión con representaciones bíblicas, tales como soldados romanos, cucuruchos, turbantes o almas santas, diablos, santos varones, abanderado, cuadro vivo, descendimiento, adoración a la cruz, resurrección, domingo de pascua, actos de reflexión cristiana con la participación de toda la población y la visita de muchos turistas.

Fiestas de las tres cruces

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, se realizan actos como: procesiones de los barrios con las cruces hacia el centro de la población acompañados de vacas locas, el domador y un músicos que lidera la procesión.

Corpus Christi

Fiesta de la Iglesia Católica destinada a celebrar la Eucaristía en el mes de junio, se realizan en dos ocasiones, la fiesta mayor y la octava, en los eventos participan grupos de rucos, pallas, diablos humas, sachas runas, mamas (pingulleros). Se realizan peregrinaciones desde los barrios hacia el parque central de la población. Siendo esta una de las fiestas más representativas de la parroquia acuden un gran número de turistas nacionales y extranjeros.

San Juan y San Pedro

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.

Misas en honor al divino niño Jesús

Fiestas eclesiásticas que se realizan en los meses de diciembre y enero, la costumbre es celebrar las vísperas y las misas de honras en las distintas iglesias de la parroquia por parte de los creyentes, en las que participan, los sacerdotes, disfrazados, ceras, bandas de pueblo, pastores, cantoras y yumbos. Al término de la fiesta se entrega el niño al sacerdote del siguiente año.

Artesanías

En la parroquia las artesanías típicas son los canastos de carrizo

Artes plásticas

La parroquia es cuna de una gran cantidad de pintores y escultores con renombre nacional e internacional.

Música y Danza

En la parroquia existe una gran riqueza tradicional de músicos y bailarines como la banda de músicos de Alangasí (ganadora del festival de bandas de pueblo 2010), pingulleros, los cuales en la actualidad son referentes de la tradición ancestral de nuestro país, bandas de pueblo. En danza los grupos Caupicho tradiciones y Sarasisa.

Religiosas

Los pobladores de El Tingo 15 días antes de Domingo de Ramos realizan una misa campal en el sector de la Cruz en el Cerro Ilaló a la cual asisten turistas y pobladores de las parroquias aledañas. La participación de las personas es algo único

en la zona ya que en la ofrenda de la eucaristía se entrega productos representativos de la zona como: maíz, papa, habas, cebada, trigo, etc.

En el mes de Mayo, Mes de María ; donde todos los religiosos salen a las 5 de la mañana a una peregrinación los cuatro sábados del mes y recorren todos los barrios del sector.

En el mes de Noviembre la población recuerda a sus difuntos y los acompaña en el cementerio con una misa y como antiguamente se hacía, lleva medianos y comparen en familia y recuerdan las connotaciones de sus seres que ya partieron.

Comida Típica

El chanco horneado, acompañado con tortillas de papa, mote, agrio y la chicha es y será el plato más recordado de la Parroquia ya que en el sector de El Tingo existe varias personas que elaboran y venden este exquisito plato, no obstante se puede disfrutar de otras delicias como el cuy asado, yahuarlocro, tortillas con caucara y las famosas empanadas de viento con morocho.

2.4.5 Servicios Básicos

2.4.5.1 Agua para Consumo Humano

De acuerdo al Plan de Desarrollo de Alangasí se puede indicar que el 97% de las familias de la parroquia de Alangasí, recibe el líquido vital por medio de una red pública, mientras que el 1% de la población lo recibe ya sea de río, vertiente, acequia o canal, esto es un problema para la salud ya que el descuido como se observa anteriormente no le dan un correcto tratamiento para desinfectar el agua que proviene de estos medios.

2.4.5.2 Alcantarillado

El 86% de la población elimina las agua servidas por medio de una red pública o alcantarillado lo mismo que beneficia a la Parroquia para un desarrollo social, pero también es evidente que 13% (3.6 pozo ciego + 9.1 pozo séptico) de la población tiene dificultades ya que estos no tiene el suficiente conocimiento técnico para construir letrinas, y los pozos que ellos han construido son fuente de contaminación, porestemotivoestos pozos (ciego – séptico) están en malas condiciones, y a su vez utilizan los campos para realizar sus necesidades (deposiciones en campo abierto) mismas en las que se alimentan animales como (ovejas, vacas, chivos, cerdos, etc.) que a la postre sirven de alimento para la población, al igual que otros animales como perros (mascotas) que tienen contacto directo con los niños los cuales son los principales afectados.

Por lo tanto estos terrenos se convierten en fuente de transmisión de enfermedades como son las EDAS (Enfermedades Diarreicas Agudas) que afectan directamente a la niñez que tiene menos vulnerabilidad en su salud.

2.4.5.3 Recolección de la Basura

El carro colector es el encargado del 91,70 % de la eliminación de basura de la parroquia, para evitar contaminación al medio ambiente, pero solo el 4% lo hace por incineración con desechos plásticos o también entierran otros desperdicios orgánicos que sirven como abono para la producción de sus tierras.

2.4.5.4 Energía Eléctrica

El 90% de la población de Alangasí dispone del servicio de luz eléctrica y tan solo el 10% no la dispone.

2.4.5.5 Alumbrado Público

El 75% de la población de Alangasí dispone de alumbrado público mientras que el 25% no dispone de este servicio, que corresponde al sector aledaño.

2.4.5.6 Seguridad y convivencia ciudadana

En la parroquia se presenta robos a domicilios que se reporta 3 veces a la semana, particularmente en la Avenida Ilaló. Existe un elevado porcentaje de alcoholismo en la población, cuya consecuencia es la violencia intrafamiliar, escándalos públicos.

En toda comunidad es importante la seguridad ciudadana, así en la parroquia existe metas en cuanto a la ampliación de la cobertura policial a la parroquia, incremento del personal policial, campañas de previsión del alcoholismo, creación de brigadas de seguridad en todos los barrios, etc.

Tabla 2.21

Seguridad Ciudadana

Seguridad Ciudadana		
Equipamiento Existente	Ubicación	Descripción
. Unidad de la Policía . Comunitaria . (UPC)	Centros Poblados	. Policías: 20 . Patrulleros: 5 . Motos: 4 . Comunicación: Deficiente

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí, 2012.

2.4.6 Sistema vial

La parroquia de Alangasí dispone de cinco (5) arterias viales de ingreso y salida:

La primera y principal es a través de la Avenida Ilaló, que conecta directamente con el sector de San Rafael y accede a la Autopista General Rumiñahui, y por ende

con la ciudad de Quito, es una vía asfaltada en buen estado, dispone de 4 carriles hasta en barrio El Tingo, en este sector existe un puente angosto, a partir de este lugar la vía dispone de dos carriles hasta el centro de la cabecera Parroquial de Alangasí, la capa de rodadura se encuentra en regular estado, este tramo de la vía no dispone de iluminación, la señalización horizontal y vertical es deficiente, la movilidad por este ramal en días normales es fluida, se complica en días feriados y fines de semana en el sector del Tingo debido al alto número de turistas que llegan al sector.

El segundo acceso conecta con la avenida General Rumiñahui a través de la calle San Juan de Dios, calle Zamora, vía Ushimana, calle Bolívar, calle Sucre, pasando por el barrio Ushimana y Playa Chica, hasta el centro de la cabecera parroquial, dispone de dos carriles es asfaltada en regular estado, no existe iluminación, deficiente señalización horizontal y vertical, cuenta con un puente angosto en el barrio Fuentes Cristalinas, la movilidad se dificulta en la salida hacia la Avenida General Rumiñahui por el incremento del número de vehículos en las horas pico, fines de semana y feriados, cabe señalar que existen varios sitios en este ramal que no existe una correcta evacuación de las aguas lluvias lo cual causa serios inconvenientes en la movilidad en la época invernal.

El tercer acceso es por la calle Sucre que conecta con la vía Sangolquí – Pintag, esta vía dispone de dos carriles asfaltados se encuentra en buen estado, tiene una longitud de 3.2 Km. ancho 6 metros, no dispone de iluminación, insuficiente señalización vertical y horizontal, esta vía no tiene problemas de movilidad.

Un cuarto acceso es por la vía intervalles, por la cual se conecta con la Parroquia de Guangopolo y Tumbaco, esta vía que se encuentra en buen estado es asfaltada, dispone de buena señalización horizontal y vertical, insuficiente iluminación, existen inconvenientes en la movilidad peatonal en los sectores poblados ya que no existe aceras, lo cual incrementa el riesgo de accidentes, en cuanto a la movilidad vehicular es fluida se incrementa en los fines de semana y feriados.

Una quinta vía de ingreso y salida de la parroquia es a través de la vía Ilaló que conecta con la Parroquia la Merced y por esta a su vez con la parroquia Tumbaco, por una vía empedrada en mal estado estrecha la cual necesita mantenimiento, esta vía atraviesa varios centros productivos, no dispone de iluminación, no existe señalización Horizontal y vertical, bajo nivel de movilidad.

2.4.6.1 Vías Colectoras Principales y Secundarias

Existen vías secundarias de acceso a los diferentes barrios que conforman la parroquia de Alangasí, las mismas que en un 60 % se encuentran con una capa de rodadura en suelo natural en mal estado, el 20 % empedradas en regular estado y el 20 % adoquinadas o asfaltadas en regular estado.

La movilidad de los habitantes de estos barrios se ve complicada por el mal estado de la mayoría de las vías secundarias.

La Parroquia dispone de varias vías colectoras secundarias, que recogen el tráfico de los distintos barrios de la parroquia y descargar en las arterias principales de ingreso y salida que son las colectoras principales, el 70 % de las vías colectoras se encuentran en regular estado, insuficiente alumbrado público, escasa señalización horizontal y vertical.

La Avenida Ilaló es la principal vía colectora de la parroquia se encuentra asfaltada en regular estado, insuficiente alumbrado público, escasa señalización vertical y horizontal.

2.4.6.2 Señalización Vial

Las distintas vías de ingreso y salida de la parroquia, así como las vías colectoras, las vías secundarias de acceso a los distintos barrios de la parroquia, al igual que las vías internas de los barrios no cuentan con señalización vertical y horizontal, únicamente la vía de acceso principal a la cabecera parroquial dispone de

señalización horizontal, por lo que se recomienda Revisar estudios y propuestas municipales.

2.4.6.3 Sistema de transporte

El transporte público de pasajeros en Alangasí es deficiente, no existe una cooperativa legalmente constituida que realice los recorridos a la parroquia, únicamente transporte de cooperativas de camionetas y taxis, no existe transporte masivo hacia los barrios, únicamente camionetas.

Cooperativa de buses Terma Turis sale de la parroquia de la Merced cada 10 minutos pasa por el centro de Alangasí desde las 5 de la mañana hasta las 10 de la noche.

Los moradores de los distintos barrios que conforman la parroquia no disponen de transporte masivo, únicamente transporte de camionetas y taxis.

El servicio de transporte de pasajeros es deficiente, sobre todo en las horas pico, feriados y fines de semana, no existe transporte a los distintos barrios que comprende la parroquia.

Tabla 2.22

Cooperativas

	Organizaciones	Direcciones	Barrios
1	Compañía de Camionetas Carlitrans	Puerto Rico y Argentina	San Carlos
2	Cooperativa ComtralAlangasí	Eloy Alfaro y Bolívar	Central
3	Cooperativa de Camionetas El Tingo	El Tingo	El Tingo
4	Cooperativa de Taxis 2 de febrero	2 de Febrero y Manuela Sáez	2 de Febrero
5	Cooperativa de Taxis Transilalo	Alberto Rivadeneira	Central
6	Cooperativa TurisUshimana	Vía Ushimana	Ushimana
7	Cooperativa ServiAlangasí	Alberto Rivadeneira	Central
8	Cooperativa TransAngamarca	Paulino Iza	Angamarca
9	Cooperativa 23 de Septiembre	Puerto Rico y Argentina	San Carlos
10	Cooperativa de Camionetas		San Gabriel

De acuerdo al Plan de Desarrollo de Alangasí. Las vías de acceso al Valle de Los Chillos son:

La Autopista General Rumiñahui, la vía antigua Ponce Enríquez (Luluncoto-Conocoto), la vía Intervalles (Valle de Tumbaco- Guangopolo -El Tingo), la vía Sangolquí- Pifo y la vía Amaguaña-Tambillo.

En cuanto a transporte público, se puede acceder a ése desde el Playón de la Marín o en el Sector de El Trébol. Para llegar al Playón de la Marín se puede tomar la Ecovía o el Metrobus desde el norte y cualquier línea de bus público que pase por la Marín desde el sur de Quito.

Tabla 2.23

Líneas de transporte

Cooperativa Los Chillos
Marín-Loma de Puengasí-Conocoto-San Rafael- Sangolquí
Marín –San Rafael-Sangolquí
Cooperativa Libertadores del Valle
Marín-Conocoto-San Juan o La Salle
Universidad Católica-Urb. Banco del Pichincha.
Cooperativa San Pedro de Amaguaña
Marín –San Rafael-Amaguaña-Uyumbicho-Tambillo
Marín-Conocoto-La Salle-Amaguaña
Cooperativa Termas Turis
Marín-San Rafael-Alangasí-La Merced
Marín-San Rafael-Alangasí
Marín-San Rafael-El Tingo-Guangopolo-El Nacional
Marín-San Rafael-San Carlos
Cooperativa General Pintag y Antisana
Marín-San Rafael-El Colibrí-Pintag-San Alfonso

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí, 2012.

De acuerdo a los datos de transportación reflejados en la tabla anteriormente expuesta, podemos determinar tiene capacidad y variedad de acceso que existe en cuanto a transporte, ya que esto permite que las personas que visitan la parroquia en las festividades tienen la capacidad de transportarse tanto para llegar como para el regreso al finalizar las mismas.

2.5 Análisis F.O.D.A.

El Análisis F.O.D.A. es una herramienta que se utiliza para comprender la situación actual de una empresa u organización. Está constituida por las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

2.5.1 Matriz de Análisis Externo

2.5.1.1 Matriz Resumen de Oportunidades

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

Tabla 2.24

Matriz Resumen de Oportunidades

N°	Análisis Externo	Oportunidades		
		Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
Demográfico				
O1	El intervalo más alto de edad se encuentra en un segmento entre 15 a 64 años		x	
O2	Respeto a nivel nacional por la cultura y desarrollo social de los pueblos y parroquias.		x	
Cultural				
O3	El Ministerio de Cultura se encarga de incentivar permanentemente a la población para que se entere e identifique con sus raíces culturales			x
Político				
O4	Apoyo a las políticas establecidas en la Constitución del Ecuador.	x		
O5	Planteamiento de una reforma nueva cultural		x	
O6	Nuevas Medidas del Plan Nacional Del Buen Vivir	x		
Económico				
O7	En la parroquia Alangasí se considera que sus habitantes realizan actividades económicas y por ello es una oportunidad para la propuesta debido a que requieren de promoción y difusión para las fiestas culturales	x		
Turismo				
O8	La cantidad de oferta turística con la que cuenta la Parroquia de Alangasí y sus sectores aledaños, tomando en cuenta a todo el Cantón Quito.		x	

2.5.1.2 Matriz Resumen de Amenazas

Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

Tabla 2.25

Matriz Resumen de Amenazas

Amenazas				
N°	Análisis Externo	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
Geográfico				
A1	No tiene mucho acceso directo que le permite que los pobladores de zonas aledañas o turistas de otras ciudades conozcan las rutas para poder llegar a la misma.		x	
A2	Los deberes y derechos respecto al uso de los espacios públicos no son bien promocionados.		x	
Cultural				
A3	Asumir a la diversidad cultural del país no desde una perspectiva únicamente etnicista.			x
A4	No existe una organización que maneje el arte y recreación y que este enfocado en el análisis de las fiestas culturales de Alangasí.	x		
Demográfico				
A5	Se puede considerar que la ubicación de la parroquia no es óptima para la realización de las festividades culturales.	x		
A6	No se encuentran totalmente identificados con la cultura y con las fiestas que los representan.		x	
A7	La población de Alangasí en su mayoría se considera como mestizos es decir el 86%, blanco/a se consideran 8% e indígena se considera el 2%			x
Económica				
A8	Existen porcentajes como el PIB que se reducen paulatinamente dentro de la economía del país.	x		

2.5.2 Matriz de Análisis Interno

2.5.2.1 Matriz Resumen de Debilidades

Las Debilidades son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Tabla 2.26

Matriz Resumen de Debilidades

Debilidades				
N°	Análisis Interno	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
Gobierno Parroquial				
D1	Existen pocas organizaciones que están establecidas con el aval de la Junta Parroquial de Alangasí, por lo tanto son organizaciones informales	x		
Costumbres y Tradiciones				
D2	La falta de su difusión y el poco conocimiento que tienen tanto los pobladores de la parroquia como de los pueblos aledaños		x	
D3	Estos platos típicos tienen más afluencia en el sector de Sangolquí debido a la tradición implantada y a los lugares comerciales existentes en el sector.			x
D5	Los Valores, las costumbres y tradiciones están arraigados en la cotidianidad de la población, lo que provoca gran interés de sectores públicos y privados en el fomento del desarrollo cultural.		x	
Economía Interna				
D4	Podemos apreciar que dentro de los datos de economía interna de Alangasí, la parroquia cuenta con 1% de actividades direccionadas a las festividades culturales.	x		
D5	Los niveles de pobreza de la parroquia son altos.	x		
Demográficos				
D6	Los datos migratorios reflejan un porcentaje muy alto de población que ha migrado a países extranjeros por varias razones sociales.		x	

2.5.2.2 Matriz Resumen de Fortalezas

Las fortalezas son los elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

Tabla 2.27

Matriz Resumen de Fortalezas

Fortalezas				
N°	Análisis Interno	Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
Interno Aspecto legal de la parroquia				
F1	Todos los procesos legales que la organización de la parroquia requiere para el proceso de las festividades culturales son manejados de acuerdo a lo establecido y determinado por la dirección de la parroquia.		x	
F2	En la parroquia Alangasí se considera que sus habitantes realizan actividades económicas y por ello es una fortaleza para la propuesta debido a que requieren de promoción y difusión para las fiestas culturales	x		
Gobierno				
F3	La organización política de la Junta Parroquial de Alangasí está representada por pocos funcionarios	x		
Costumbres y Tradiciones				
F4	La diversidad de festividades y actividades culturales de Alangasí	x		
F5	La mayor parte de la población es de creencia religiosa católica, las familias profesan esta religión acudiendo a misas, celebraciones patronales y participando de la catequesis familiar y comunitaria.	x		
F6	La parroquia es cuna de una gran cantidad de pintores y escultores con renombre nacional e internacional		x	
F7	En la parroquia existe una gran riqueza tradicional de músicos y bailarines como la banda de músicos de Alangasí			x
Transporte				
F8	La capacidad y variedad de acceso que existe en cuanto a transporte	x		

2.5.3 Matriz F.O.D.A. Priorizada

Tabla 2.28

Matriz F.O.D.A. Priorizada

N°	Oportunidades	N°	Amenazas
O1	El intervalo más alto de edad se encuentra en un segmento entre 15 a 64 años	A1	No tiene mucho acceso directo que le permita los pobladores de zonas aledañas o turistas de otras ciudades conocer las rutas para poder llegar a la misma.
O2	Respeto a nivel nacional por la cultura y desarrollo social de los pueblos y parroquias.	A2	Los deberes y derechos respecto al uso de los espacios públicos no son bien promocionados.
O3	El Ministerio de Cultura se encarga de incentivar permanentemente a la población para que se entere e identifique con sus raíces culturales	A3	Asumir a la diversidad cultural del país no desde una perspectiva únicamente etnicista
O4	Apoyo a las políticas establecidas en la Constitución del Ecuador.	A4	Se puede considerar que la ubicación de la parroquia no es óptima para la realización de las festividades culturales
O5	Planteamiento de una reforma nueva	A5	No se encuentran totalmente identificados con la cultura y con las fiestas que los representan.
O6	Nuevas Medidas del Plan Nacional Del Buen Vivir	A6	La población de Alangasí en su mayoría se considera como mestizos es decir el 86%,Blanco/a se consideran 8% e Indígena se considera el 2%
O7	En la parroquia Alangasí se considera que sus habitantes realizan actividades económicas y por ello es una oportunidad para la propuesta debido a que requieren de promoción y difusión para las fiestas culturales	A7	No existe una organización que maneje el arte y recreación y que este enfocado en el análisis de las fiestas culturales de Alangasí.
O8	La cantidad de oferta turística con la que cuenta la parroquia	A8	Existen porcentajes como el PIB que se reducen paulatinamente dentro de la economía del país
N°	Fortalezas	N°	Debilidades
F1	Todos los procesos legales que la organización de la parroquia requiere para el proceso de las festividades culturales son manejados de acuerdo a las establecido y determinado por la Junta Parroquial.	D1	Existen pocas organizaciones que están establecidas con el aval de la Junta Parroquial de Alangasí, por lo tanto son organizaciones informales
F2	El hecho de que la organización política de la Junta Parroquial de Alangasí esté representada por pocos funcionarios	D2	La falta de su difusión y el poco conocimiento que tienen tanto los pobladores de la parroquia como de los pueblos aledaños
F3	La diversidad de festividades y actividades culturales de Alangasí	D3	Estos platos típicos tienen más afluencia en el sector de Sangolquí debido a la tradición implantada y a los lugares comerciales existentes en el sector.
F4	La parroquia es cuna de una gran cantidad de pintores y escultores con renombre nacional e internacional	D4	Podemos apreciar que dentro de los datos de economía interna de Alangasí, la parroquia cuenta con 1% de actividades direccionadas a las festividades culturales
F5	En la parroquia existe una gran riqueza tradicional de músicos y bailarines como la banda de músicos de Alangasí	D5	Los Valores, las costumbres y tradiciones están arraigados en la cotidianidad de la población, lo que provoca gran interés de sectores públicos y privados en el fomento del desarrollo cultural.
F6	La capacidad y variedad de acceso que existe en cuanto a transporte	D6	Los datos migratorios reflejan un porcentaje muy alto de población que ha migrado a países extranjeros por varias razones sociales
F7	La mayor parte de la población es de creencia religiosa católica, las familias profesan esta religión acudiendo a misas, celebraciones patronales y participando de la catequesis familiar y comunitarios	D7	Los niveles de pobreza de la Parroquia son altos
F8	En la parroquia Alangasí se considera que sus habitantes realizan varias actividades económicas para la difusión para las fiestas culturales		

2.5.4 Análisis de Aprovechabilidad

El análisis de aprovechabilidad es la identificación de la medida en que pueden ser utilizadas las fortalezas para aprovechar las ventajas implícitas en cada oportunidad detectada en el entorno del negocio. Considerando una ponderación de 1, 3 y 5 según el grado de aprovechabilidad (Humberto Gómez, 2008).

Para el desarrollo de la tabla se realiza la siguiente pregunta: ¿En qué medida esta fortaleza se puede aprovechar con esta oportunidad?, tomando como referencia la ponderación anterior se determina el puntaje en la matriz; concluyendo con el cálculo de los totales tanto para fortalezas como para oportunidades y de este modo en función del puntaje obtenido se determinará las mayores capacidades que tiene la empresa. A continuación en la Tabla 2.28.se presenta la tabla de las Fiestas Culturales de la Parroquia de Alangasí.

Tabla 2.29

Matriz de Aprovechabilidad

Fortalezas	Oportunidades								Total
	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	
F1	1	5	3	5	3	5	3	5	30
F2	1	1	1	5	5	5	3	1	22
F3	3	5	5	3	3	3	5	5	32
F4	5	5	5	1	1	1	5	5	28
F5	1	5	5	1	1	3	5	5	26
F6	1	3	3	1	1	1	1	3	14
F7	5	5	1	1	1	3	5	3	24
F8	5	5	5	3	3	1	5	3	30
Total	22	34	28	20	18	22	32	30	206

2.5.5 Análisis de Vulnerabilidad

El análisis de vulnerabilidad es la identificación del grado de incidencia, de las amenazas presentes en el entorno, sobre las debilidades que tiene la empresa. Considerando una ponderación de 1, 3 y 5 según el grado de vulnerabilidad (Humberto Gómez, 2008).

La pregunta que se realiza para el elaborar esta tabla es ¿En qué medida afecta esta amenaza a esta debilidad?, tomando en cuenta la ponderación (1: baja; 3: media y 5: alta). Se calcula los valores obtenidos tanto en las amenazas como en las debilidades, con el fin de conocer las mayores debilidades que tiene la empresa y poder plantear estrategias para el mejoramiento de las mismas.

En la siguiente Tabla. Se muestra las áreas de iniciativa estratégica defensivas de la Parroquia:

Tabla 2.30
Matriz Vulnerabilidad

Debilidades	Amenazas								Total
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	
D1	1	5	3	1	5	3	5	1	23
D2	5	3	5	3	5	1	5	1	27
D3	3	1	1	3	3	3	3	1	17
D4	1	1	5	1	5	5	5	3	23
D5	3	1	5	1	5	3	5	1	23
D6	3	1	1	3	3	3	3	5	17
D7	1	1	1	1	1	3	1	5	9
Total	17	13	21	13	27	21	27	17	139

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El estudio de mercado es una metodología que le permite al investigador discernir muchas interrogantes y de esta forma con los datos que el estudio proyecta, el investigador no solo puede llegar a conclusiones sino que conoce al mercado al cual va a direccionar un producto o un servicio en este caso la promoción y difusión de las Festividades de Alangasí; puesto que el propósito de las festividades es satisfacer al cliente más allá de las necesidades que él pueda requerir.

La importancia de la presente investigación ayudaría a disminuir los riesgos de fracaso, cuando ya se decida efectuar su promoción y difusión, a más de ello la investigación de mercado permite conocer medio al cual se debe dirigir y que es lo que se desea para cubrir sus necesidades y llenar las expectativas.

3.2 Objetivos de la investigación

3.2.1 Objetivo General

- Realizar un estudio de mercado para desarrollar un plan de promoción y difusión que nos permita fortalecer el desarrollo de las Festividades, de la Parroquia Alangasí del Valle de los Chillos.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar cuáles son las festividades más conocidas y visitadas de la parroquia de Alangasí.
- Conocer la cantidad de personas que conocen actual y potencialmente las Festividades.
- Definir el tipo de promoción y difusión que causará mayor impacto a los potenciales visitantes de la Parroquia de Alangasí.
- Conocer cuáles son las festividades más conocidas y visitadas a la parroquia de Alangasí.
- Evaluar las características que permitan definir el perfil de los potenciales visitantes de las festividades de la parroquia de Alangasí.
- Determinarla frecuencia de visita a las Festividades de Alangasí.

3.3 Tipo de investigación

3.3.1 Investigación exploratoria

El tipo de investigación que se va a utilizar es la investigación Exploratoria, ya que permite analizar un tema u objeto desconocido o poco estudiado, de acuerdo a esto sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento y por lo tanto está dirigida a la formulación más precisa de un problema de investigación, debido a que se carece de información suficiente y de conocimiento previos del objeto de estudio, nos resultara sonado que la formulación inicial del problema sea imprecisa. En este caso la exploración permitirá obtener nuevos datos y elementos que pueden conducir a formular con mayor precisión las preguntas de investigación. (Selltiz, 1976)

3.4 Método de investigación

Para la recolección de datos primarios utilizando la investigación cualitativa debido a que cuando se tiene un nuevo problema de investigación de mercados, se pretende obtener un entendimiento inicial de las razones y motivaciones implícitas en el problema. Para lo cual se utilizara el método directo (no oculto), aplicando entrevistas exhaustivas a expertos de manera personalizada ya que, se pretenderá descubrir motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos implícitos sobre el tema. Además de ello se utilizaran la obtención de datos secundarios provenientes de fuentes directas que están involucradas en el problema de investigación.

3.5 Técnica de investigación

Encuesta.- la encuesta se realiza en el tiempo establecido para lograr los objetivos específicos, este método ayuda a recopilar información de manera personal y es segura puesto que se interactúa con el encuestado.

Permiten recoger información mediante la formulación de preguntas que se realizan a los sujetos en una entrevista personal, por teléfono o por correo.

Pretenden hacer estimaciones de las conclusiones a la población de referencia a partir de los resultados obtenidos de la muestra.

Planteamiento de objetivos y preparación de instrumento de recogida de información

- Planificación del muestreo
- Recogida de datos
- Análisis e interpretación de los datos

Para las encuestas a profundidad, se utilizaran las siguientes técnicas:

- Preguntas Abiertas (Selección Múltiple)

Consisten en dar una respuesta abierta o múltiples opciones limitadas al sujeto encuestado para seleccionar, según convenga. Tiene la ventaja de proporcionar una mayor certeza en las respuestas; debido a esto, puede llegar a mejorar el proceso de tratamiento y codificación de la información.

De esta manera podemos generar varias alternativas para el encuestado, alternativas que le permiten tener un mejor entendimiento sobre el tema que se está tratando y de esta forma pueden evaluar toda la información que poseen y que van a ofrecer para el estudio.

Observación.- este método de investigación se utilizara para los establecimientos de la zona pues así se puede determinar la preferencia de los clientes y su poder adquisitivo, siendo también oportuno experimentar como consumidor de la competencia para saber qué ventajas competitivas son las que predominan.

3.6 Metodología

A la hora de seleccionar la muestra hay que garantizar dos condiciones:

Representatividad: la muestra debe tener las mismas características que la población. Se deben seleccionar las variables que posibiliten una descripción de las características propias de la población y que deben estar presentes en la muestra. Estas variables se denominan variables marcadas o identificadoras y hacen referencia factores como sexo, edad, estatus socioeconómico, tipo de escuelas, etc.

Si una muestra no es representativa se dice que está sesgada y anula la generalización de los resultados.

Tamaño: la muestra debe tener un tamaño suficiente para garantizar la representatividad. El tamaño dependerá del propósito de la investigación y de la población objeto. El número mínimo dependerá del número de sujetos que comprende la población, de la heterogeneidad de la variable, del nivel de confianza

(probabilidad de que la estimación de la muestra se ajuste a la realidad) y del error máximo con el que se decida realizar el estudio (error de muestreo permitido).

Para saber de forma sencilla cuál es el tamaño mínimo de una muestra seguiremos a Cardona (2002: 121) que señala cinco ideas (Bisquerra Alzina, 2004):

A mayor población, menor porcentaje de encuestas se necesita:

- Para poblaciones pequeñas (N menor de 100) mejor tomar toda la población
- Tamaño de la población en torno a 500, tomar el 50% de la población
- Tamaño de la población es de 1500, tomar el 20%
- Población mayor de 5000 con 400 es suficiente.

En ocasiones puede ocurrir que la muestra seleccionada no coincida con la muestra final o productora de datos. Esta diferencia puede invalidar el proceso de selección de la muestra, por ello hay que tener en cuenta el ciclo del muestreo donde a la muestra elegida hay que restarle la aceptada y se obtiene la definitiva.

3.7 Fuentes de Información

Fuentes Primarias.- Esta fuente se ejecuta por medio de la encuesta al público meta para así determinar las características de:

- La competencia por medio de la encuesta.
- La frecuencia de asistencia de los pobladores y alrededores a las festividades.
- Los hábitos de asistencia.

Fuentes Secundarias.- Ayudó a conocer el público de referencia.

- Revistas especializadas para la tendencia del mercado.

- Plan de Desarrollo de Alangasí.
- Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC) para el crecimiento demográfico de la zona.
- Tesis referentes de Festividades de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
- El internet es la fuente para determinar la cantidad de promoción existente.

El marketing como aplicarlo en las Festividades de Alangasí

Se debe vender y promocionar la marca de las Festividades de Alangasí con todo lo que representa, es decir como una de las festividades de Mayor reconocimiento a nivel cultural del Cantón Rumiñahui y sus zonas aledañas ; en función de promover concientización cultural y social a nivel nacional e internacional. En cuanto a nivel nacional se aplicara el Marketing para incentivar para la consecución del apoyo económico y promoción de las festividades.

3.8 Diseño de la investigación

3.8.1 Definición de la población

Según Omar Garfias (2012), la población implica varios aspectos constitutivos:

- Un componente numérico: cantidad de individuos de la misma especie.
- Un componente cualitativo: estructura o composición de la población.
- Un componente genético: composición genética e intercambio genético
- Un componente geográfico tiempo: periodo o época en el que vive la población definida.

El concepto de población es siempre relativo, no puede desligarse de las condiciones del ambiente en que la población vive y de la productividad como de las condiciones generales del ambiente.

La población tiene también un legado cultural que transmite a la descendencia (herencia social) a través de la educación, normas y valores de la sociedad.

La población objeto de estudio son las personas económicamente activas de la ciudad de Quito y Parroquias del cantón Rumiñahui aledañas a Alangasí, esto se debe a que queremos promover y difundir las festividades para acoger a una nueva audiencia.

3.8.2 Técnica de muestreo

Se utilizará el muestreo aleatorio estratificado ya que se dividirá a la población en subgrupos, llamados estratos y se seleccionará una muestra para cada estrato.

Tabla 3.31

Estratos para el muestreo

Estrato 1	Estrato 2
Parroquia de Conocoto	Ciudad de Quito
Parroquia de Alangasí	
Parroquia de Sangolquí y San Rafael	
Parroquia de Amaguaña	
Parroquia de Alangasí y Guangopolo	

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí, 2013.

Debido a que la población de la Ciudad de Quito es amplia relacionándola con las poblaciones de las parroquias consideradas para el estudio y que la población de Alangasíes muy pequeña, se optó por separarla en otro estrato para obtener una muestra distinta con el fin de que en la distribución del número de encuestas por parroquia se logre un número representativo.

3.8.3 Unidades de muestreo

Según datos del INEC, las poblaciones económicamente activa son:

Tabla 3.32**Unidades de muestreo**

Parroquia de Conocoto	39957	Ciudad de Quito	800630
Parroquia de Alangasí	11707		
Parroquia de Sangolquí y San Rafael	40140		
Parroquia de Amaguaña	14158		
Parroquia de Alangasí y Guangopolo	5235		
Total	111197		

Fuente: INEC, 2012.

3.8.4 Tamaño de la muestra

Para determinar la probabilidad de éxito y fracaso en la muestra, se utilizó la siguiente pregunta de las encuestas piloto,

¿Considera que es necesaria mayor promoción de las Festividades de Alangasí?

Luego de realizar la encuesta piloto a 10 personas, se obtuvo el siguiente resultado.

Tabla 3.3**Determinación de probabilidad de éxito y fracaso**

¿Considera que es necesaria mayor promoción de las Festividades Alangasí?	Numero de respuestas	Tipo de respuesta
SI	5	Aceptación
NO	5	Rechazo

Fuente: Investigación de Mercado, 2013.

De acuerdo a los resultados, se obtiene un 50% de probabilidad de éxito y un 50% de probabilidad de fracaso.

3.8.4.1 Cálculo de la Muestra

Calculo de la muestra para la ciudad de Quito

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

Dónde:

n= Tamaño de muestra	Q= Probabilidad de fracaso (0.50)
Z= Valor Z curva normal (1.96)	N= Población (800630)
P= Probabilidad de éxito (0.50)	E= Error muestral (0.05)

Sustituyendo la fórmula:

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(800360)}{(800630 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{768.925,05}{2.002,53} = 383,98 = \mathbf{3}$$

Para el cálculo de la muestra, seleccionamos a toda la población de Alangasí, incluyendo a las Parroquias del cantón Rumiñahui aledaños a la misma.

Cálculo de la muestra para las parroquias aledañas a Alangasí

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

Dónde:

n= Tamaño de muestra	Q= Probabilidad de fracaso (0.50)
Z= Valor Z curva normal (1.96)	N= Población (111197)
P= Probabilidad de éxito (0.50)	E= Error muestral (0.05)

Sustituyendo la fórmula:

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(111197)}{(111197 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{106.793,60}{278,95} = 382,84 = \mathbf{3}$$

La muestra será distribuida entre las Parroquias de la siguiente manera:

Tabla 3.33

Distribución de la muestra

Cómo llego a determinar cuántas encuestas hacer en cada una de las parroquias, si dice que el cálculo es solamente de lapoblación de Alangasí

Parroquia	Población	Encuestas
Conocoto	39957	138
Alangasí	11707	40
Sangolquí y San Rafael	40140	138
Amaguaña	14158	49
La Merced y Guangopolo	5235	18
Total	111197	383

3.9 Diseño del cuestionario

3.9.1 Encuesta piloto

Se suele realizar en encuestas con grandes poblaciones y consiste en la aplicación previa en menor escala de todos los procedimientos que se utilizarán en la encuesta final. Así se podrán realizar estudios de fiabilidad y validez del instrumento mediante una serie de pruebas estadísticas.

Definición de los objetivos de la encuesta.

- Planificación del cuestionario, diferenciando sus apartados.

Se debe situar la encuesta dentro de un contexto establecidos aclara el marco general del estudio que se está realizando, se debe exponer los motivos por los cuales se solicita la información.

- Elaboración y selección de las preguntas.

Toda encuesta debe tener un título que especifique en forma abreviada el tema central del cual requerimos información.

Formular preguntas relacionadas con el aspecto a investigar, no plantear preguntas que se pueden conocer por otros medios, la selección de las preguntas se realiza de acuerdo a la tabulación de las respuestas.

- Análisis de las preguntas.

Las preguntas deben ser entendibles por los interrogados, las respuestas no deben presentar un gran esfuerzo por parte de los encuestados.

- Análisis de la fiabilidad y validez del cuestionario.

Una vez estructurada y diseñada la encuesta, se realiza una prueba piloto, para verificar que la misma es entendida de la mejor manera, o caso contrario con esta prueba se encuentra todos los posibles problemas.

- Redacción final de la encuesta.

ENCUESTA PILOTO

SEXO		PARROQUIA DONDE VIVE	
Hombre	1	SECTOR	
Mujer	2		

1. ¿Ha visitado las festividades de la parroquia de Alangasí?

NO	1	Terminar
SI	2	Continuar

2. ¿Con qué frecuencia ha visitado a las festividades de la parroquia de Alangasí?

Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
1	2	3	4	5

3. ¿Cuándo visita las Festividades de Alangasí lo hace en compañía de?

Con su familia	1
Con amigos	2
Compañero de trabajo	3

4. ¿Quién en la familia toma la decisión de visitar las Festividades?

Padre	1
Madre	2
Hijos	3

5. ¿Cuándo visita las Festividades de Alangasí, pernocta en la localidad?

NO	1
SI	2

6. ¿Conoce usted sobre la historia, particularidades e información importante sobre las Festividades de la Parroquia de Alangasí a los que usted ha visitado?

NO	1
SI	2

7. Considera que es necesario mayor promoción de las Festividades de Alangasí?

NO	1
SI	2

8. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este sitio turístico?

MEDIO	CÓD.	MEDIO	CÓD.	MEDIO	CÓD.
Prensa escrita	1	Medios electrónicos	4	Señalización	7
Radio	2	Vallas	5		
Televisión	3	Hojas volantes	6		

Una vez realizada la encuesta piloto se diseñó la Encuesta Final, detallada en los Anexos.

Anexo 1

3.9.2 Análisis de resultados

Tabla 3.34

Datos estadísticos de: “Genero”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

Genero de los Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	369	48.1	48.1	48.1
	Mujer	398	51.9	51.9	100.0
	Total	767	100.0	100.0	

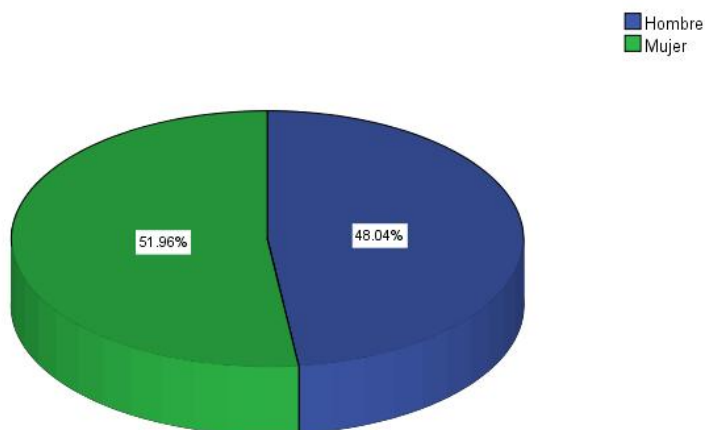


Figura 3.9. Gráfico estadístico de: “Genero”

Análisis

Se puede determinar que del total de encuestados, 199 personas que equivale al 51,96% corresponden al género femenino y 184 que equivale al 48,04% al género masculino.

Esto nos permite conocer el tipo de actividades que se puede desarrollar para difundir y mejorar las festividades y a que segmento estarían direccionadas, en este caso al obtener un porcentaje equilibrado en cuanto a Hombres y Mujeres encuestados, podemos considerar que las estrategias de promoción deberían estar distribuidas de forma no diferenciada.

Tabla 3.35

Datos estadísticos de: “Edad”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 a 30	194	25.3	25.3	25.3
	31 a 45	382	49.8	49.8	75.1
	46 a 61	179	23.3	23.3	98.4
	+ de 61	12	1.6	1.6	100.0
	Total	767	100.0	100.0	

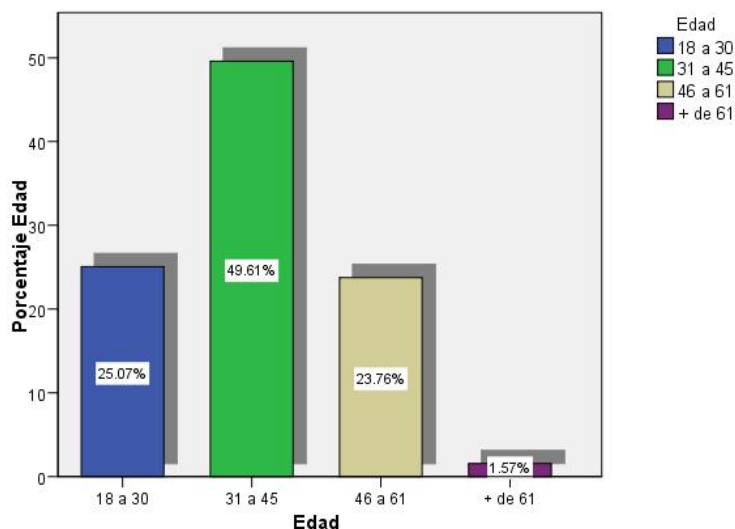


Figura 3.10. Gráfico estadístico de: “Edad”

Análisis

Del total de encuestados, el 25,1% se encuentran en el rango de edad de 18-30 años, el 49,6% están en el rango de edad de 31-45 años, el 23,8% en el rango de edad de 46-60 años y el 1,6% con más de 61 años de edad.

Una vez establecidos los resultados de las edades de los encuestados podemos evidenciar que en su mayoría son personas de 31 a 45, lo que nos facilita el desarrollo de las estrategias de promoción que vamos a plantear, diferenciando el segmento al que vamos a dirigir nuestro proyecto, considerando que la mayoría de las actividades deben ser para personas adultas.

Tabla 3.36

Datos estadísticos de: “Ingresos”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

Ingresos				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Salario Básico	380	49.5	49.5
	De 318 a 750	317	41.3	90.9
	De 751 a 1500	62	8.1	99.0
	De 1500 o mas	8	1.0	100.0
	Total	767	100.0	100.0

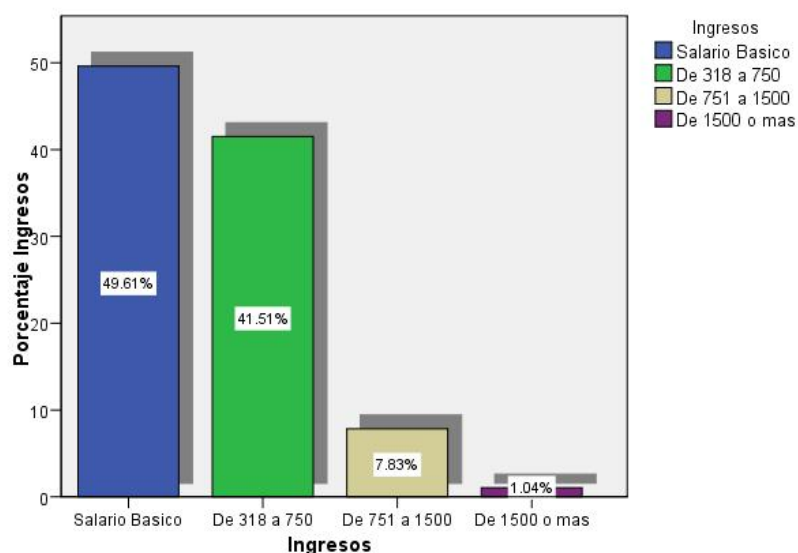


Figura 3.11. Gráfico estadístico de: “Ingresos”

Análisis

Se determina en la investigación que casi la mitad de los encuestados con el 49,61% tienen como ingresos mensuales un salario básico, el 41,51% ganan el entre \$318 a \$750, el 7,83% tienen ingresos entre \$751 a \$1500 mensuales y el 1,04% ganan más de \$1500.

Estos datos nos permiten plantear un consumo con valores reducidos y accesibles para todas las personas que acudan a las diferentes Festividades, tomando en cuenta que las actividades relacionadas deben estar al alcance del público en general, para que así se pueda generar un consumo de todos los productos ofertados.

Tabla 3.37

Datos estadísticos de: “Parroquia”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

		Parroquia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Conocoto	140	18.3	18.3	18.3
	Alangasí	216	28.2	28.2	46.4
	Sangolquí	131	17.1	17.1	63.5
	San Rafael	146	19.0	19.0	82.5
	La Merced	20	2.6	2.6	85.1
	Amaguaña	53	6.9	6.9	92.0
	Guangopolo	14	1.8	1.8	93.9
	Quito	47	6.1	6.1	100.0
	Total	767	100.0	100.0	100.0

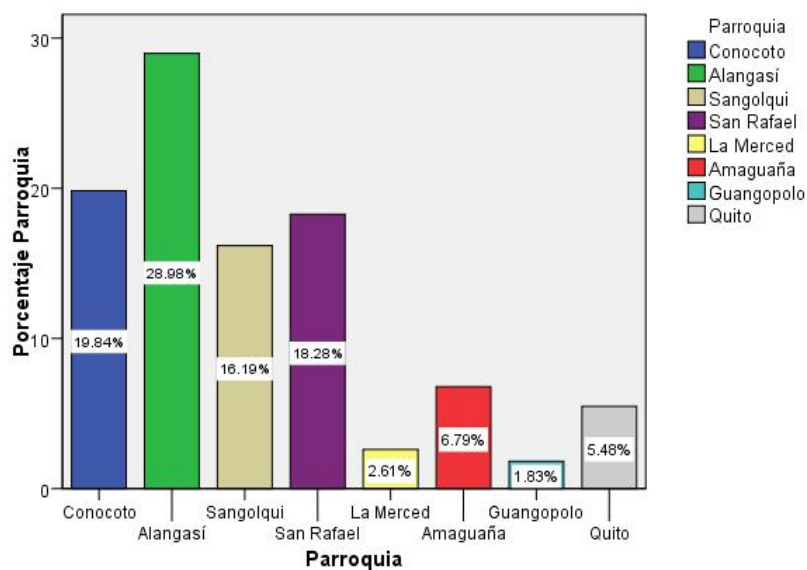


Figura 3.12. Gráfico estadístico de: “Parroquia”

Análisis

Es evidente que en la investigación existe mayor porcentaje de encuestados provenientes de la Parroquia de Alangasí debido a que es esta localidad la estudiada con un 28,98% , Conocoto con 19,84%, seguido de San Rafael y Sangolquí con 18,28% y 16,19% respectivamente siendo estas las más representativas.

Que el mayor porcentaje de encuestados sean pobladores de Alangasí, significa que tendremos datos más objetivos y resultados más eficientes en las estrategias que planteemos, debido a que ellos en su mayoría tienen conocimiento de las festividades y de las falencias que tiene en cuanto a la promoción y difusión que se maneja.

Tabla 3.38

Datos estadísticos de: “Ha visitado las Festividades de la parroquia de Alangasí?”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

Ha visitado las Festividades de la parroquia de Alangasí?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	349	45.5	45.5	45.5
	Si	418	54.5	54.5	100.0
	Total	767	100.0	100.0	

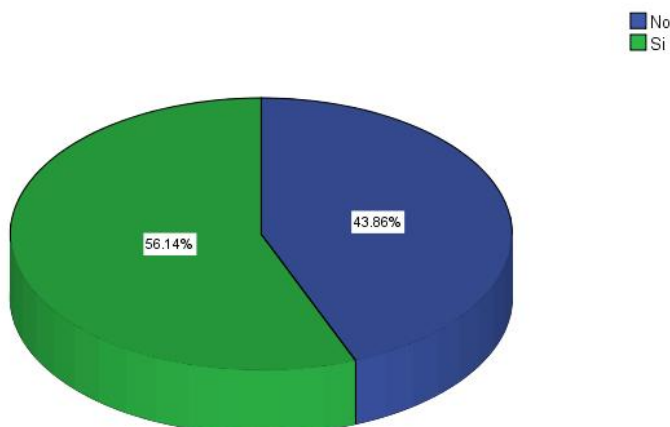


Figura 3.13. Gráfico estadístico de: “Ha visitado las Festividades de la parroquia de Alangasí?”

Análisis

De las 767 personas encuestadas, el 56,14% si ha visitado las Festividades de la Parroquia de Alangasí, mientras que el 43,86% no lo ha hecho.

El porcentaje de visitantes a las festividades se encuentra equitativo, lo que nos permite tomar dos vías para el planteamiento de las estrategias de promoción y difusión.

Fortalecer la asistencia de los que sí lo han hecho y a su vez incentivar a que los pobladores de sectores aledaños que no han asistido, para que visiten por primera vez las Festividades de Alangasí y que de esta forma puedan formar parte de una tradición cultural del País.

Tabla 3.39

Datos estadísticos de: “¿Con que frecuencia ha visitado a las festividades de la parroquia de Alangasí?”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

Con que frecuencia ha visitado a las festividades de la parroquia de Alangasí?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trimestral	14	1.8	3.3	3.3
	Semestral	136	17.7	32.5	35.9
	Anual	268	34.9	64.1	100.0
	Total	418	54.5	100.0	
Perdidos	Sistema	349	45.5		
	Total	767	100.0		

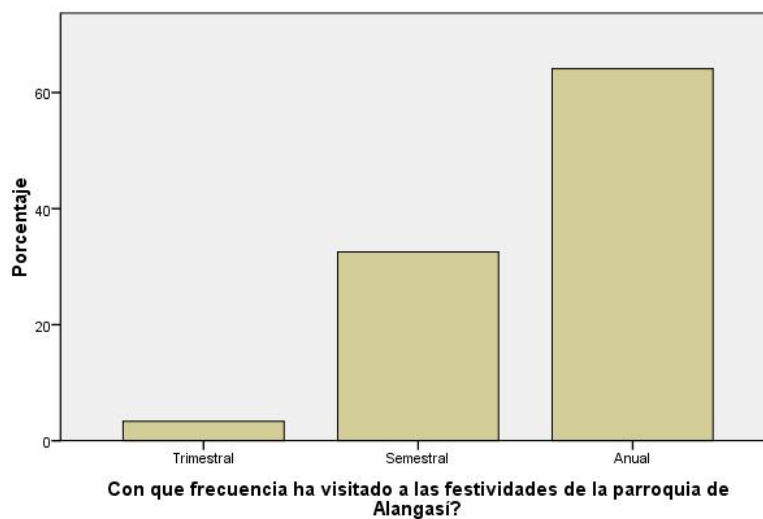


Figura 3.14. Gráfico estadístico de: “¿Con que frecuencia ha visitado a las festividades de la parroquia de Alangasí?”

Análisis

Las visitas a las Festividades de la Parroquia de Alangasí son en su mayoría anuales y semestralmente por la falta de conocimiento de las diferentes Festividades existentes en el transcurso del año con porcentajes de 64,1% y 32,5% respectivamente.

Esto nos ayuda a reforzar las actividades más representativas, tomando en cuenta que las que se realizan con mayor frecuencia no son de conocimiento muy amplio y no brindan actividades muy elaboradas, por lo tanto se consideran a las demás como de mayor prioridad y desarrollo ya que estas son las que generan más expectativa por parte de los visitantes.

Así la promoción y difusión será enfocada en elaborar planes de acción para las Festividades más representativas para que de esta forma se involucren los posibles participantes y hagan de esto una tradición.

Tabla 3.40

Datos estadísticos de: “¿Cuándo visita las Festividades de Alangasí lo hace en compañía de?”

N	Válidos	418
	Perdidos	349

¿Cuándo visita las Festividades de Alangasí lo hace en compañía de?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Con su familia	238	31.0	56.9	56.9
	Con sus amigos	155	20.2	37.1	94.0
	Compañeros de Trabajo	25	3.3	6.0	100.0
	Total	418	54.5	100.0	
Perdidos	Sistema	349	45.5		
	Total	767	100.0		

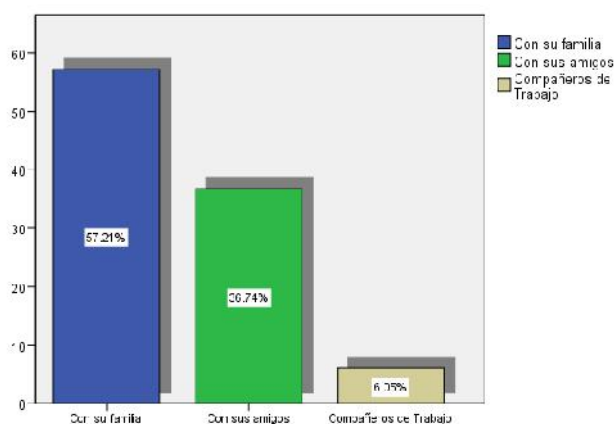


Figura 3.15. Gráfico estadístico de: “¿Cuándo visita las Festividades de Alangasí lo hace en compañía de?”

Análisis

La mayoría de los encuestados que respondieron que si han visitado las Festividades de la Parroquia de Alangasí, lo visitan en compañía de su familia con 57,21% de respuestas, mientras que el 36,74% lo hace en compañía de amigos y el 6,05% con sus compañeros de trabajo.

De acuerdo a estos resultados obtenidos podemos evidenciar que las estrategias de promoción y difusión deben estar planificadas en base a actividades familiares y de esta manera incentivar a que más familias se informen y conozcan sobre las festividades de Alangasí, enfocando todas sus actividades en torno en este ámbito transformando a las Festividades en una experiencia y un momento para compartir.

Tabla 3.41

Datos estadísticos de: “Quien en la familia toma la decisión de visitar una festividad”

N	Válidos	238
	Perdidos	529

Quien en la familia toma la decisión de visitar una festividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Padre	95	12.4	39.9
	Madre	101	13.2	42.4
	Hijos	42	5.5	17.6
	Total	238	31.0	100.0
Perdidos	Sistema	529	69.0	
	Total	767	100.0	

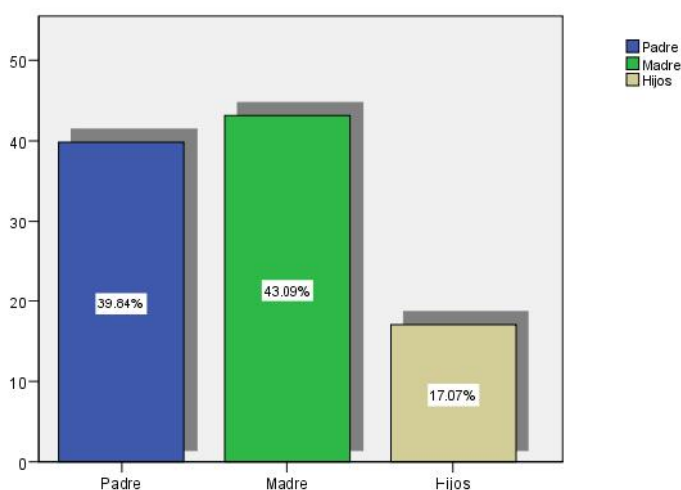


Figura 3.16. Gráfico estadístico de: “Quien en la familia toma la decisión de visitar una festividad”

Análisis

De las personas que corresponden al análisis de visitas a las Festividades de Alangasí que asisten junto a su familia, el 43,09% señala que la madre toma la decisión de visitar las festividades, el 39,84% señala que es el padre y el 17,07% señala que son los hijos los que toman la decisión de asistir a las festividades.

Analizando estos valores obtenidos, llegamos a definir que la madre de familia es la tomadora de la decisión de visitar las Festividades de Alangasí, esto nos indica que podemos utilizar la promoción enfatizando a que toda la información llegue directamente a todos los miembros de la familia y de manera más generalizada, para así poder ampliar la participación e interés de los demás miembros de la familia.

Tabla 3.42

Datos estadísticos de: “¿Cuándo acude a las festividades de Alangasí, pernocta en la localidad?”

N	Válidos	416
	Perdidos	351

¿Cuándo acude a las festividades de Alangasí, pernocta en la localidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	151	19.7	36.3	36.3
	Si	265	34.6	63.7	100.0
	Total	416	54.2	100.0	
Perdidos	Sistema	351	45.8		
	Total	767	100.0		

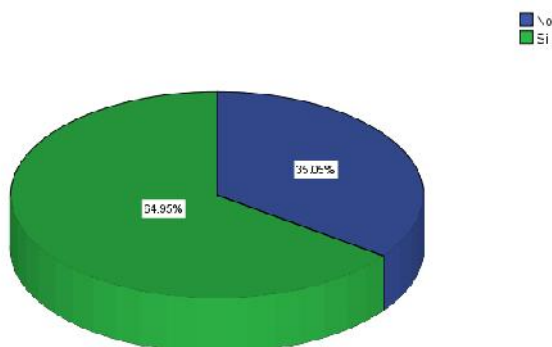


Figura 3.17. Gráfico estadístico de: “¿Cuándo acude a las festividades de Alangasí, pernocta en la localidad?”

Análisis

De aquellos encuestados que respondieron si han visitado las Festividades de Alangasí, el 64,95% si pernocta en la localidad y el 35,05% no lo hace, confirmando con esta pregunta que los visitantes son locales o de sectores aledaños que les permiten pernoctar en lugares cercanos, mas no por facilidades de hospedaje.

Estos valores nos demuestran que la mayoría de los asistentes a las Festividades de Alangasí pernoctan en la localidad, pero a su vez existe un porcentaje significativo que podría ser tomado en cuenta en la elaboración de un plan de promoción y difusión de los lugares y facilidades que existen en la localidad para ampliar su estadía, debido a que existen festividades que duran más de un día.

Tabla 3.43

Datos estadísticos de: “¿Conoce usted sobre la historia, particularidades e información importante sobre las Festividades de la parroquia de Alangasí a los que usted ha visitado?”

N	Válidos	418
	Perdidos	349

¿Conoce usted sobre la historia, particularidades e información importante sobre las Festividades de la parroquia de Alangasí a los que usted ha visitado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	235	30.6	56.2	56.2
	Si	183	23.9	43.8	100.0
	Total	418	54.5	100.0	
Perdidos	Sistema	349	45.5		
	Total	767	100.0		

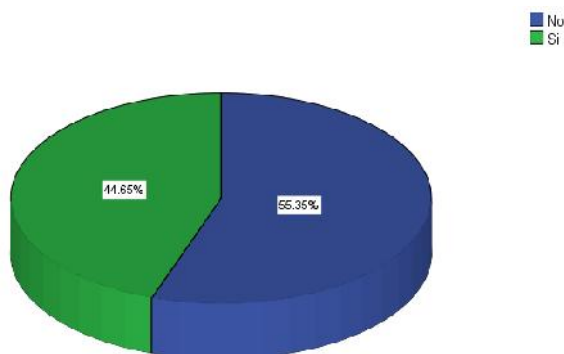


Figura 3.18. Gráfico estadístico de: “¿Conoce usted sobre la historia, particularidades e información importante sobre las Festividades de la parroquia de Alangasí a los que usted ha visitado?”

Análisis

De aquellos encuestados que respondieron que si han visitado las Festividades de Alangasí, el 55,35% no conoce sobre la historia e información de las Festividades de Alangasí y el 44,65% si conocen brevemente sobre la historia de la parroquia y sus festividades.

Con estos valores obtenidos, se puede planificar un sistema de promoción donde estén incluidos fragmentos de la Historia y de los orígenes de las Festividades, debido a que actualmente es una tendencia informarse frecuentemente sobre los acontecimientos culturales y ancestrales, por lo tanto se debe proveer esta información a las personas que no conozcan el significado y la razón de las Festividades, y de igual manera ampliar el conocimiento de los que sí lo conocen para generar un sentimiento de identificación de las mismas.

Tabla 3.44

Datos estadísticos de: “¿Conoce sobre los servicios que se dan en las Festividades que ofrece la Parroquia de Alangasí?”

	Casos					
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
Servicios No	171	44.6%	380	55.4%	767	100.0%
Servicios Si	196	51.2%	387	48.8%	767	100.0%

		Servicios		
		Respuestas		
		Nº	Porcentaje	Porcentaje de casos
Servicios en las festividades	Alimentos y bebidas	247	34.6%	65.0%
	Hospedaje	231	32.4%	60.8%
	Transporte	236	33.1%	62.1%
	Total	714	100.0%	187.9%

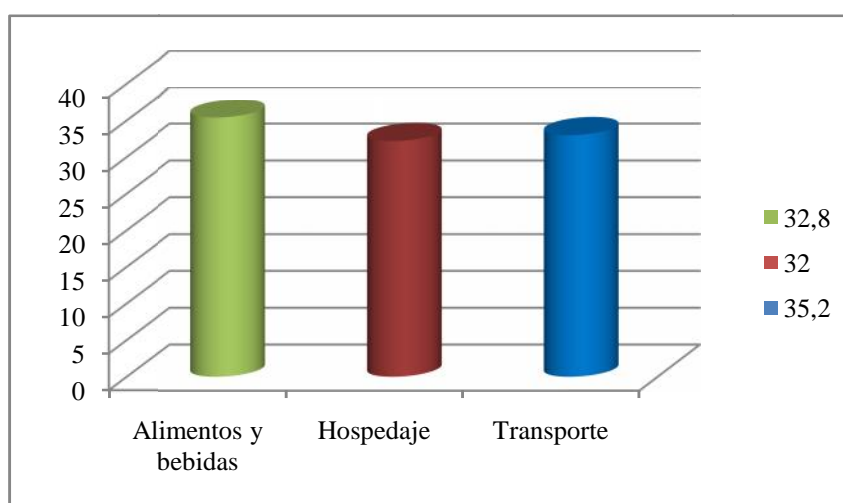


Figura 3.19. Gráfico estadístico de: “¿Conoce sobre los servicios que se dan en las Festividades que ofrece la Parroquia de Alangasí?”

Análisis

De aquellos encuestados que respondieron que si han visitado las Festividades de Alangasí, el 35,2% conoce donde adquirir alimentos y bebidas (restaurantes), el 32% conoce sobre Hospedaje y el 32,8% sabe de lugares donde conseguir transporte.

Los resultados obtenidos en relación a los servicios que se ofrecen en las Festividades de Alangasí, se encuentran muy divididos, esto nos permite generar estrategias de promoción y difusión que consoliden este conocimiento y establecer anuncios permanentes que les permitan a los visitantes tener información tanto de aspectos de alimentación, Hospedaje y Bebidas (Restaurantes), ya que esto es un factor determinante al momento de asistir a las Festividades.

Tabla 3.45

Datos estadísticos de: “¿Considera que es necesaria mayor promoción de las Festividades de Alangasí?”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

Considera que es necesaria mayor promoción de las Festividades de Alangasí?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	178	23.2	23.2	23.2
	Si	589	76.8	76.8	100.0
	Total	767	100.0	100.0	

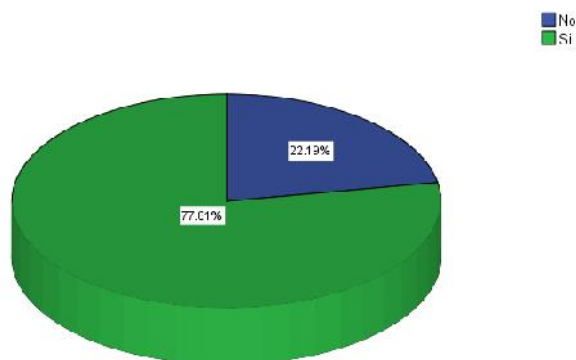


Figura 3.20. Gráfico estadístico de: “¿Considera que es necesaria mayor promoción de las Festividades de Alangasí?”

Análisis

Del total de los encuestados, el 77,81% considera que si es necesaria mayor promoción de las Festividades de Alangasí, y el 23,19% considera que no es necesario.

Esto significa que la mayoría de encuestados estarían dispuestos a recibir más información sobre los diferentes puntos que se toman en cuenta en las Festividades de Alangasí, como: Historia, Fechas de realización, actividades a desarrollar, servicios disponibles, esto significa que podemos plantear ideas nuevas, estableciendo conjuntamente con el Gobierno De Alangasí determinadas modificaciones en las Festividades que nos permitan Promocionarla de manera diferente direccionándonos directamente con el Perfil más afín.

Tabla 3.46

Datos estadísticos de: “A que segmento considera usted que deberían dar mayor énfasis en la planificación de las Festividades de Alangasí?”

		Segmento Si		
		Respuestas		
		Nº	Porcentaje	Porcentaje de casos
Segmentos	Niños 3-11 años	249	13.4%	32.6%
	Adolescentes 12 - 17	418	22.5%	54.8%
	Personas 18 +	674	36.3%	88.3%
	Amas de casa	515	27.7%	67.5%
	Total	1856	100.0%	243.3%

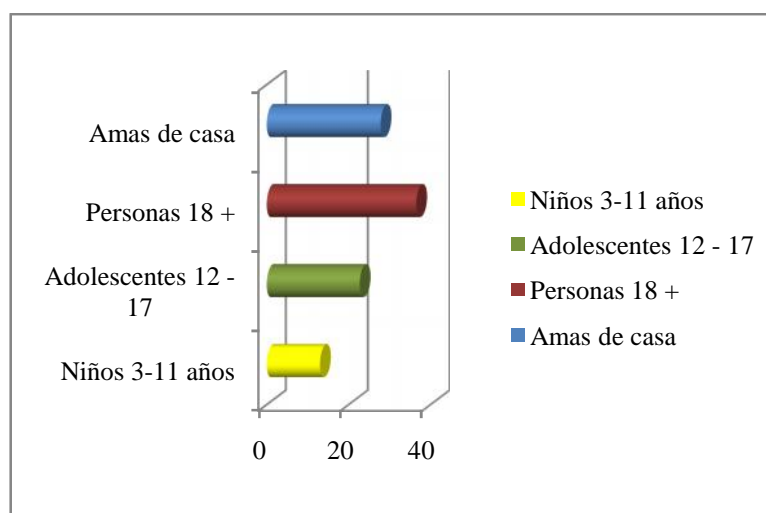


Figura 3.21. Gráfico estadístico de: “A que segmento considera usted que deberían dar mayor énfasis en la planificación de las Festividades de Alangasí?”

Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede determinar que el segmento que más debe ser planificado para difundir en las siguientes Festividades es el de Hombres y Mujeres de 18 a más con 36,5% considerando a las Amas de Casa como valor fundamental de las Festividades debido al porcentaje de opinión que obtuvieron con 27,8%, con la estrategia de fomentar a los adolescentes a que concurran a las

actividades que se realizan en las Festividades ya que obtuvieron un porcentaje de 22,7% , dejando en segundo plano a los niños pero considerándolos importantes con un 13%.

Tabla 3.47

Datos estadísticos de: “¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en total en las Festividades de Alangasí por persona?”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en total en las Festividades de Alangasí por persona?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 1 a 5 Dólares	235	30.6	30.6	30.6
	Entre 5 a 10 Dólares	95	12.4	12.4	43.0
	Entre 10 a 20 Dólares	320	41.7	41.7	84.7
	20 o mas	117	15.3	15.3	100.0
	Total	767	100.0	100.0	

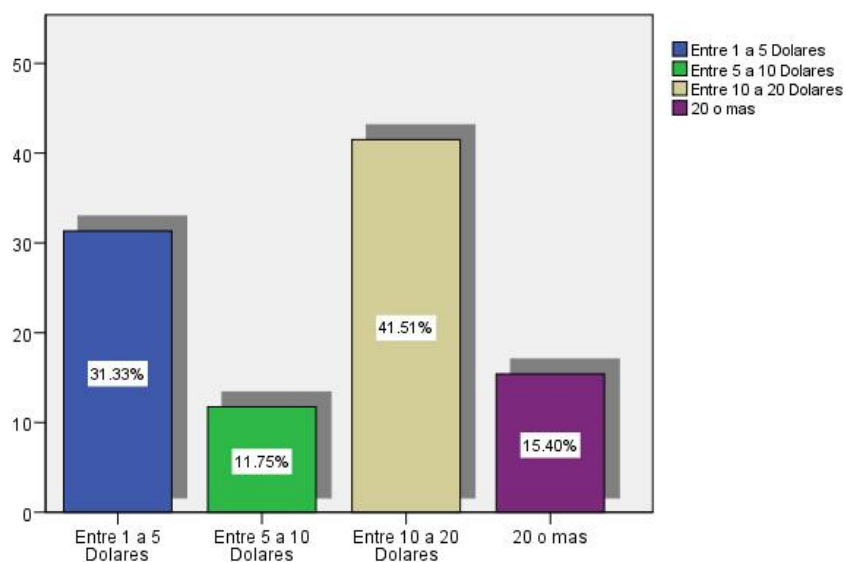


Figura 3.22. Gráfico estadístico de: “¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en total en las Festividades de Alangasí por persona?”

Análisis

Dentro del análisis correspondiente para determinar cuánto estarían dispuestos a pagar individualmente los encuestados dentro de las Festividades de Alangasí, podemos evidenciar que el valor más representativo corresponde a las personas que están dispuestas a pagar entre 10 a 20 Dólares con un 41,51%, seguido de las personas que estarían dispuestos a pagar entre 1 a 5 Dólares, las personas que están dispuestas a pagar 20 o más Dólares representan el 15,40% de los encuestados y por último las personas que pagarían entre 5 a 10 Dólares son el 11,75%.

En relación a los valores que los asistentes a las Festividades de Alangasí están dispuestos a pagar, podemos promocionar servicios que estén dentro de ese rango para optimizar y mejorar la participación de los que formen parte de la misma.

Tabla 3.48

Datos estadísticos de: “¿A través de qué medio tradicional le gustaría recibir información sobre estas festividades?”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

¿A través de qué medio tradicional le gustaría recibir información sobre estas festividades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Prensa Escrita	137	17.9	17.9	17.9
	Radio	148	19.3	19.3	37.2
	Televisión	172	22.4	22.4	59.6
	Espectáculos	50	6.5	6.5	66.1
	Eventos Académicos	30	3.9	3.9	70.0
	Revistas	145	18.9	18.9	88.9
	Volantes	26	3.4	3.4	92.3
	Internet	59	7.7	7.7	100.0
	Total	767	100.0	100.0	

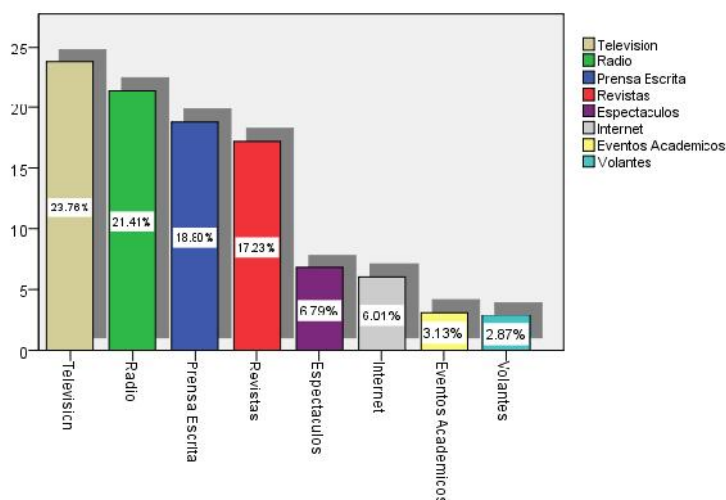


Figura 3.23. Gráfico estadístico de: “¿A través de qué medio tradicional le gustaría recibir información sobre estas festividades?”

Análisis

Del total de los encuestados se obtuvo que el 23,76% prefieren la televisión como medio para recibir información, el 21,41% eligieron la Radio, el 18,8% escogen la prensa escrita, el 17,23% optaron por la Revista, el 6,79% prefieren Espectáculos, el 6,01% eligieron Internet y el 3,13% optaron por la Eventos académicos y 2,87% volantes.

Esto nos permite conocer como direccionar nuestras promociones y de esta manera difundir eficientemente el concepto de las Festividades, de acuerdo a la penetración de medios existente podemos definir el porcentaje a invertir en cada medio, para poder obtener la mayor cantidad de impactos y de esta manera llegar a mas posibles participantes de las Festividades.

Tabla 3.49

Datos estadísticos de: “¿A través de qué medio no tradicional le gustaría recibir información sobre estas Festividades?”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Redes Sociales	168	21.9	21.9
	Folletos	198	25.8	47.7
	Servicios Móviles	131	17.1	64.8
	Fax	18	2.3	67.1
	Correo	80	10.4	77.6
	Mensajes de texto	128	16.7	94.3
	Buzón	28	3.7	97.9
	Otros	16	2.1	100.0
	Total	767	100.0	100.0

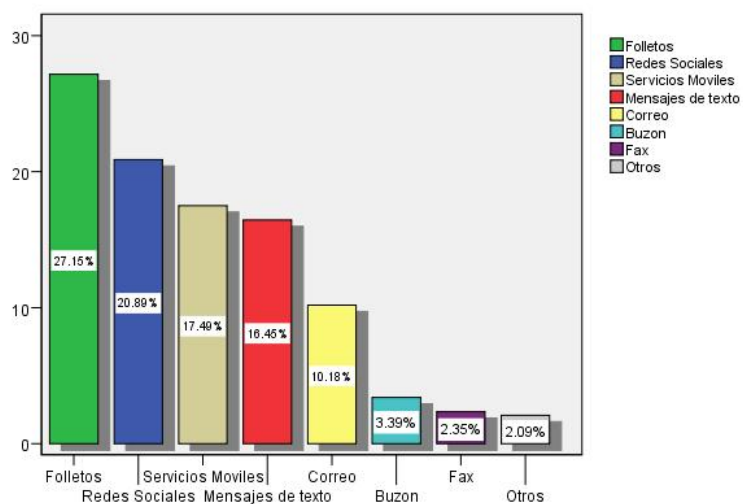


Figura 3.24. Gráfico estadístico de: “¿A través de qué medio no tradicional le gustaría recibir información sobre estas Festividades?”

Análisis

Del total de los encuestados se obtuvo que el 27,15% prefieren los Folletos como medio para recibir información, el 20,89% eligieron las Redes Sociales, el

17,49% escogen Mensajes de Texto móviles, el 16,45% optaron por Texto, el 10,18% prefieren Correos, el 3,39% eligieron Buzón el 2,35% optaron por Fax y 2,09% otros.

Por último analizaremos los resultados obtenidos de medios no tradicionales, para poder plantear estrategias de difusión, para determinar en qué sectores debemos enfocarnos para promocionar las Festividades, dirigiendo de acuerdo a lo obtenido en las encuestas los valores a cada medio.

Tabla 3.50

Datos estadísticos de: “¿Cuál es la festividad más visitada en Alangasí?”

N	Válidos	767
	Perdidos	0

Cuál es la Festividad más Visitada de Alangasí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Virgen de la Candelaria	75	9.8	9.8	9.8
	Semana Santa	55	7.2	7.2	16.9
	Fiesta de las Tres Cruces	55	7.2	7.2	24.1
	Corpus Christi	93	12.1	12.1	36.2
	San Juan y San Pedro	112	14.6	14.6	50.8
	Divino Niño	177	23.1	23.1	73.9
	Diablada	200	26.1	26.1	100.0
	Total	767	100.0	100.0	

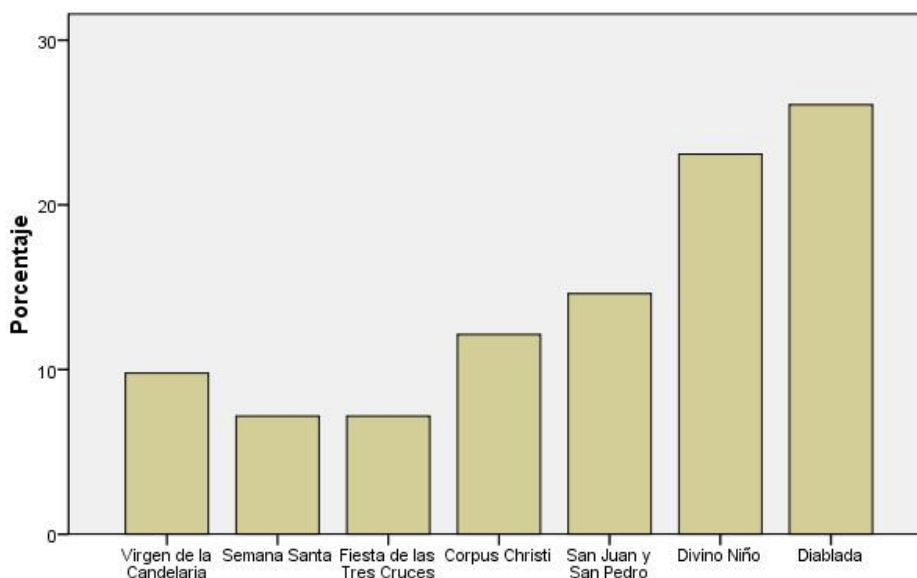


Figura 3.25. Gráfico estadístico de: “¿Cuál es la festividad más visitada en Alangasí?”

Análisis

Del total de los encuestados se obtuvo que el 26,15% prefieren la Festividad de la Diablada, el 23,1% eligieron la Festividad del Divino Niño, el 14,6% escogen San Juan y San Pedro, el 12,1% optaron por Corpus Christi, el 9,8% prefieren la Festividad de La Virgen de la Candelaria, 7,2% las Tres Cruces y el 7,2% eligieron Semana Santa.

Esto nos permite conocer hacia que Festividades direccionar nuestras promociones, y así definir el porcentaje a invertir en cada una, para poder obtener la mayor cantidad de posibles visitantes participantes de las Festividades.

3.9.2.1 Conclusión de la Investigación de Mercados.

El estudio de mercado realizado arrojó los siguientes resultados:

- El 77,81% de los encuestados consideran que es necesario una mayor promoción y difusión de las Festividades de Alangasí, esto indica que esta propuesta será aceptada por los potenciales visitantes de la parroquia.

- El 56,1% de los encuestados si han acudido a las Festividades de Alangasí mientras que el 43,9% no lo ha hecho. Quienes más han visitado las Festividades de Alangasí son las personas de Conocoto 18,3 %, Sangolquí 17% y San Rafael 19%, sin tomar en cuenta las personas de la propia parroquia, sin embargo la población de Alangasí tiene mayor porcentaje que las personas que viven en sectores aledaños, esto debido a que no conocen sobre las ofertas que tienen las Festividades, por lo tanto es necesario promocionar externamente para que las demás localidades conozcan y visiten sus Festividades.
- Las parroquias de Conocoto, La Merced, Guangopolo y Amaguaña, a pesar de la corta distancia con Alangasí, tienen porcentajes muy bajos de visita a las festividades, posiblemente esto ocurra por falta de información de las parroquias.
- Se observó que en promedio la frecuencia de visita a los lugares turísticos, de las personas que viven en Alangasí es semestral o trimestral, mientras que de las personas que viven fuera es anualmente. Por lo que es necesario promover estrategias de promoción y difusión para incrementar la frecuencia de visita a las Festividades y dar a conocer la diversidad de festividades que existen.
- Las personas que acuden a las Festividades de Alangasí, en su mayoría lo hacen en compañía de su familia, de los cuales quien toma la decisión de visitar un atractivo turístico es la madre con el 43,09%, el padre con el 39,84% y los hijos con el 17,07%, por lo que se deberá fomentar la promoción a la familia. Además se observó que las personas más jóvenes visitan junto a sus amigos mientras que las personas más adultas lo hacen en compañía de su familia.
- La falta de promoción y propuesta de hospedaje en la Parroquia, el 64,95% no pernocta en la localidad, es decir visitan el lugar solamente un día. Por lo que es primordial enfocar la propuesta hacia este perfil de clientes.

- De las personas que respondieron que si han visitado las Festividades de Alangasí, el 55,35% no conoce sobre la historia e información importante de las Festividades, por lo que se deberá promover medios para que la gente se informe sobre los datos importantes de cada una de las Festividades. De los que conocen, el mayor porcentaje son los habitantes de Alangasí.
- En cuanto a las Festividades, de los encuestados, el 35,2% señalan que conoce donde adquirir alimentos y bebidas (restaurantes), el 32,8% conoce sobre transporte público y el 32% sabe de lugares donde hospedarse. Por lo que se deberá incluir información sobre servicios turísticos dentro de la promoción.
- Del total de los encuestados, los medios preferidos para recibir información que suman el 60% de las respuestas, son la televisión, radio, la prensa, y no tradicionales son folletos, redes sociales y mensajes móviles, los mismos que se utilizaran para la propuesta de promoción.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Introducción

Las Festividades actualmente son consideradas como actividades económicas y culturales importantes y fundamentales para el desarrollo de un país o una región. Entendemos por Festividad a todas aquellas actividades que tengan que ver con celebrar o disfrutar de tradiciones y culturas relacionadas con la localidad de origen o sectores aledaños. (Ministerio de Turismo, 2013)

Las festividades se han convertido en una actividad de mucha importancia para la economía a nivel mundial y especialmente para nuestro país, ya que tienen una gran cantidad de atractivos culturales que pueden ser promocionados.

Con estos antecedentes podemos considerar la diversidad de Festividades y Cultura que ofrece el Ecuador, el movimiento y el peso que generan los ingresos económicos para la Parroquia de Alangasí, tomando en cuenta la capacidad de producir bienes económicos y servicios con estas Festividades que a su vez crean plazas de empleo, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte, etc. (Ministerio de Turismo, 2013)

Asimismo las festividades brindan un valor sociocultural para la gente que busca con esta actividad ampliar sus conocimientos la cultura, su historia, la sociedad y las formas de vida de una región.

Para poder mejorar el proceso de estas actividades festivas, es muy importante captar el interés de la gente, incrementando su curiosidad por conocer más a fondo los aspectos que han hecho de las Festividades una tradición. Es por esto que es vital para obtener la atención de la gente y darles a conocer las Festividades, generar un plan de promoción y difusión a través de medios que estén direccionados al público objetivo, de tal manera que tomen la decisión de asistir a las Festividades.

Cabe mencionar que en la actualidad la promoción y difusión de las Festividades se ha facilitado debido a los avances tecnológicos que nos permiten tener nuevas herramientas para difundir nuestros mensajes de promoción de manera masiva e instantánea por diversos medios.

4.2 Justificación

La Promoción y Difusión de las Festividades de Alangasí, es un proyecto establecido dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 – 2025 de Alangasí, para cumplir con el objetivo de promocionar las potencialidades culturales de la parroquia.

Tomando en cuenta la necesidad de la Junta Parroquial de Alangasí de difundir y promocionar las Festividades de la Parroquia, se presenta una propuesta con diferentes estrategias promocionales que incluirán las diversas celebraciones que oferta Alangasí, las mismas captarán la atención de los visitantes ofreciendo ingresos para la parroquia y así conseguir su desarrollo cultural.

Alangasí tiene una ubicación estratégica debido a que se encuentra rodeada por varias localidades aledañas, que conservan creencias e ideologías similares, además posee diversas características naturales que fomentan el turismo, hechos históricos, actividades recreacionales y un esquema geográfico que es enfatizado por la cultura.

Alangasí tiene una gran capacidad cultural que no ha sido aprovechada, es por esto que es sumamente importante para la parroquia dar a conocer sobre las Festividades y actividades turísticas que ofrece para generar el desarrollo de su mercado tomando en cuenta la conservación de los métodos y hechos tradicionales.

4.3 Perfil del visitante

- Proviene principalmente de:

Visitantes internos: Distrito Metropolitano de Quito (Ciudad de Quito, parroquias de Alangasí, La Merced, Guangopolo, Amaguaña)

Visitantes externos: Fuera del Cantón (Principalmente las parroquias urbanas del Cantón Rumiñahui, Conocoto, Sangolquí y San Rafael)

- Hombres y Mujeres entre 18 a 45 años
- Nivel económico B(Medio)
- Viajan en familia.
- La madre de familia es la tomadora de decisión de visitar las Festividades.
- Conocen a breves rasgos sobre la historia de las Festividades de Alangasí.

4.4 Objetivos

4.4.1 Objetivo general

Plantear estrategias de promoción y difusión para las Festividades de la parroquia de Alangasí, generando resultados que permitan dar a conocer las diferentes tradiciones y celebraciones culturales y así incrementar la participación y visita de las mismas.

4.4.2 Objetivos específicos

- Generar una imagen de identificación con la Parroquia y transformarla en símbolo y destino de Festividades e Historia.
- Promocionar y difundir las Festividades de Alangasí a sus potenciales visitantes
- Promover el interés de los habitantes de Alangasí para visitar las Festividades de la parroquia

- Informar sobre la ubicación, historia y servicios de las Festividades de la Parroquia de Alangasí.

4.5 Estrategias

Partiendo de los objetivos establecidos anteriormente se determinan a continuación las estrategias que se proponen para conseguir dichos objetivos.

Tabla 4.51

Objetivos y estrategias de la propuesta

Objetivos ¿Qué?	Estrategias ¿Cómo?
1. Generar una imagen de identificación con la Parroquia y transformarla en símbolo y destino de Festividades e Historia.	1.1 Creando una campaña que identificará a Alangasí como centro cultural de festividades y actividades promocionales.
2. Promocionar y difundir las Festividades de Alangasí a sus potenciales visitantes	2.1 Participando en medios publicitarios masivos. 2.2 Repartiendo material informativo y promocional a los posibles visitantes de las Festividades de Alangasí
3. Promover el interés de los habitantes de Alangasí para visitar las Festividades de la parroquia	3.1 Creando un concurso anual al mejor eslogan y logo de las Festividades
4. Informar sobre la ubicación, historia y servicios de las Festividades de la Parroquia de Alangasí a todo el segmento de posibles visitantes	4.2 Mediante informativos radiales continuos.

4.6 Tácticas

Estrategia 1: Crear una campaña que identificara a Alangasí como centro cultural de Festividades y actividades promocionales.

Tomando en cuenta la cantidad de oferta competitiva de Festividades en nuestro país, es Fundamental para Alangasí obtener reconocimiento para que los visitantes lo consideren como su lugar elegido para festividades culturales.

Para llevar a cabo esta estrategia se elaborará un logotipo, isotipo y slogan que permitirá dar a conocer e identificar visualmente a la Parroquia de Alangasí.

4.6.1 Logotipo, isotipo y slogan

- Isotipo

El isotipo es la imagen icónica figurativa o abstracta, representativa para identificar la marca. (Jeremias, 2011).

Para determinar el mejor isotipo para Alangasí, se tomó en cuenta los resultados obtenidos en la investigación de mercados.

- Logotipo

Según el libro “El alma de la cometica”, se podría definir al logotipo como un conjunto de características representadas por medio de una imagen, El diseño es lo que confiere a la palabra que se haya elegido su originalidad, su carácter distinto y único. El logotipo esta en cada uno de los elementos del marketing publicitario con el objeto de reforzar la imagen de marca y establecer vínculos con el target, mediante la fácil y rápida asociación con la organización en cuestión.

- Eslogan

Es una frase breve que se utiliza para ayudar a establecer una identidad o posición para una marca o una organización, pero en mayor parte se usa para incrementar su recordación. Un slogan se establece repitiendo la frase en la publicidad y en otras comunicaciones públicas de la empresa. (JhonTscholh: Steve Franzmeier).

El slogan que se utilizará, será:

“Rincón de tradiciones”

El diseño del logotipo propuesto es el siguiente:



Figura 4.26. Logotipo propuesto para Alangasí y sus Festividades

Estrategia 2: Participando en medios publicitarios masivos

De acuerdo a datos obtenidos en la investigación de mercados de la presente tesis, el público objetivo se interesa principalmente la televisión, internet y prensa escrita, estos medios de comunicación se utilizaran para ejecutar esta estrategia.

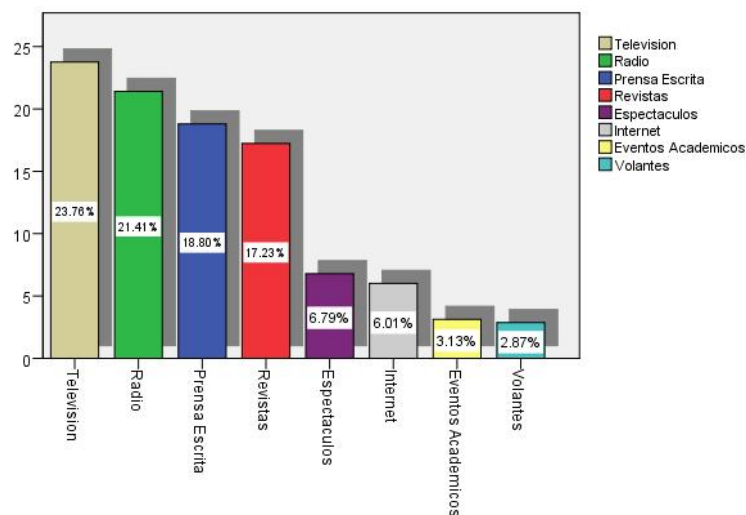


Figura 4.27. Medios de comunicación preferidos por los potenciales visitantes de Alangasí

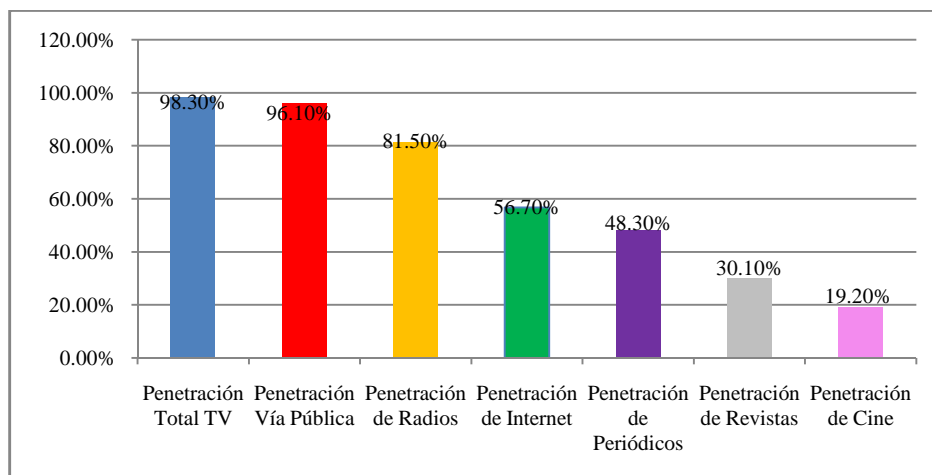


Figura 4.28. Penetración de Medios

Fuente: TGI- Ibope Media- Ola 2012

4.6.2 Televisión

Para promocionar las Festividades de la Parroquia de Alangasí, a través de televisión, se emitirá un spot publicitario con las siguientes características:

- Brindar información adecuada que ayude al cliente a tomar la decisión de visitar las festividades.
- Mensaje claro y breve
- Fácil de recordar
- Lenguaje claro y sencillo
- Imágenes de las festividades de Alangasí.

Precio del pautaaje en televisión

Se consideró el canal Ecuador TV considerando que es un canal estatal, y de acuerdo al presupuesto con el que cuenta la Junta Parroquial. Este canal ofrece el 50% de descuento a las entidades públicas:

Tabla 4.52**Precio de la pauta en televisión**

Medio	Horario	Frecuencia	Descripción	Precio	Precioanual
				30" \$300	
Ecuador TV	18:30 a 19:00 Sábados	Una vez durante el programa	593 Ecuador	50% de descuento para entidades pública	\$12.000 anual
Teleamazonas	14:30 – 16:30 Sábados	Una Vez durante el programa	Cine de Sábados	\$578	\$27.744 Anual
Gama Tv	17:00 – 19:00 Sábados	Una Vez durante el programa	Largometraje	\$855	\$41.040 Anual

Fuente: Markplan-Ecuador TV- Teleamazonas- Gama Tv

Se deberá realizar el pautaje el día Sábado, día en el que los televidentes miran programas junto a sus familias, durante el programa “593 Ecuador” en Ecuador TV en el que se tratan varios temas de carácter nacional, que participan de acciones para la conservación del de cultura y tradiciones.

El precio anual corresponderá a \$12 000, con el 50% descuento corresponde a descuento del estado.

Para Teleamazonas pautaremos de igual manera el día sábado en el horario AA, dentro del segmento de Cine de Sábado, debido a que este transmite películas de carácter familiar, en una franja considerada de alto alcance.

El precio anual para este pautaje es de \$27744 debido a que es un canal privado con altos niveles de Rating.

En cuanto a Gama Tv, se pautara el día Sábado, al ser considerado el día de mas audiencia para Quito, de 17:00 a 19:00, segmento en el que se transmiten Largometrajes de carácter Variado, tomando en cuenta que esta casi dentro del

horario estelar, podemos indicar que nuestro aviso tendra un alcance importante, por lo cual seria necesario invertir en esta Franja.

El precio anual para los avisos en este canal seran de \$41040 al estar dentro de un horario de alto alcance y niveles de rating considerables.

4.6.3 Internet

4.6.3.1 Página Web

La Parroquia de Alangasí cuenta con una página web, que funciona de manera informativa, contiene datos generales del gobierno parroquial, información para cumplir con la ley de transparencia, la gestión y ejecución de obras, turismo y noticias sobre los eventos realizados en la parroquia.

La dirección de la página web es <http://alangasi.gob.ec/>



Figura 4.29. Página web actual de la Parroquia de Alangasí

Dentro de la sección parroquia existen los siguientes subtemas:

- Datos Generales
- Historia y Leyendas
- Cultura y Tradiciones
- Barrios de Alangasí



Figura 4.30. Sección turismo de la página web de Alangasí

En el subtema de “Cultura y Tradiciones”, solamente se expone información general de las festividades, por lo tanto se deberá colocar información completa sobre todas las Festividades de tal manera que los posibles visitantes sepan que Alangasí posee variedad de Festividades por visitar.

- Además para mejorar la página web se incrementará los siguientes atributos:
- Gráficos e imágenes
- Animaciones y sonido
- Chat: posibilidad de realizar consultas y obtener respuesta con un grado razonable de inmediatez y utilidad.
- Link de re direccionamiento a la página de Facebook de Alangasí

Precio del rediseño de la pagina web

Según la evaluación ofrecida por la empresa Web Quito Ecuador para el rediseño de la página web de Alangasí, el precio cotizado es el siguiente:

Tabla 4.53

Precio de rediseño para página web de Alangasí

Producto	Descripción	Precio	Precio total cotizado
Rediseño página web	Ampliación de diseño y reducción de información en la página principal Direccionamiento a videos de las festividades y vínculos a noticias Actualización de fotos y texto Links para participación de Concursos	\$20 por hora	\$2400

Fuente: Web Quito Ecuador – Ing. Andres Duque

4.6.3.2 Facebook

Facebook es la red social más grande del mundo. Más de 1000 millones de personas conectadas entre sí. La audiencia de Facebook es por mucho superior a la de cualquier otro medio masivo como canales de TV, emisoras radiales o medios de prensa. (Inteligencia Web, 2012).

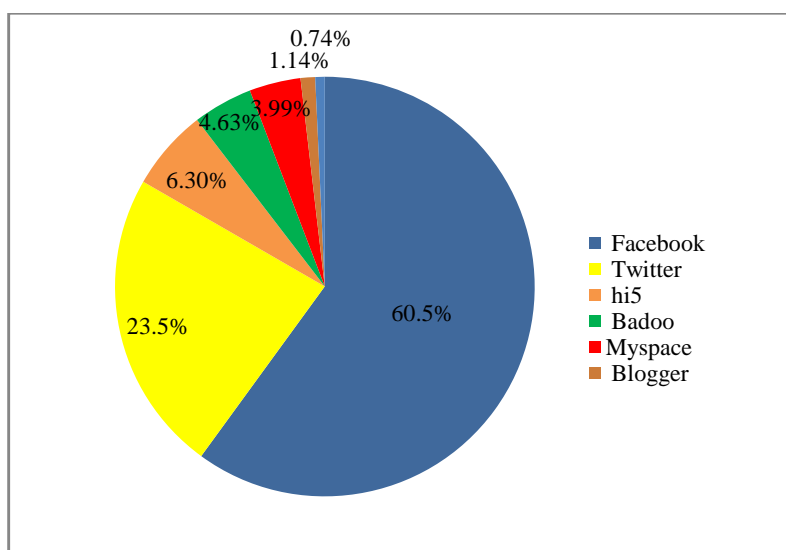


Figura 4.31. Redes Sociales

Fuente: TGI- Ibope Media- Ola 2012

Página en Facebook

Según Juan Faerman en su libro ‘‘Facebook’’, indica que es una página que representa a una empresa, organización, institución, o personajes públicos que tiene seguidores y lleva su nombre comercial, artístico o públicamente reconocible. Considera que no es tan importante saber para qué sirve ya que sus seguidores son usuarios identificados como aquellos quienes eligen la opción ‘‘Me Gusta’’ de esa Página.

Es ideal para ser utilizada como una herramienta publicitaria o para compartir información pública con un gran número de usuarios de Facebook a la vez.

La Parroquia de Alangasí, cuenta con una página en Facebook a la cual se le ha dado muy poco uso, solamente ha publicado pocas fotos y no contiene información sobre la Parroquia.

Se deberá potenciar el uso de la página en Facebook, pues en la actualidad es uno de los medios de internet más utilizados como red social en el mundo y en nuestro país también.

Para difundir los lugares turísticos de la parroquia:

- Se creará y publicará periódicamente un álbum de fotos y videos de cada uno de los atractivos turísticos, exponiendo su información relevante
- Se publicará mensualmente un artículo informativo sobre cada uno de los lugares turísticos de tal manera que la gente pueda estar al tanto del mismo y tenga interés por visitarlo.
- Se incluirá periódicamente enlaces que direccionen a la página web de la parroquia de Alangasí.
- Se organizará eventos con invitación personalizada en los que se invite la gente a visitar los atractivos turísticos

Es importante explotar este medio puesto que es gratuito y faculta la retroalimentación con las personas, mediante el chat y respuesta de comentarios además de que permite que las publicaciones y actualizaciones sean públicas y visibles para cualquier persona, ya sean seguidores de esa Página o no.



Figura 4.32. Páginas en Facebook de Alangasí

Publicidad en Facebook

Facebook permite la opción de publicitar anuncios en los perfiles de cualquier usuario, esto dependiendo del perfil y las acciones sociales de los usuarios.

Los anuncios publicitarios se ubican en el costado derecho de la página de noticias de Facebook.



Figura 4.33. Ubicación de anuncios publicitarios en Facebook



Figura 4.34. Ejemplo de anuncios publicitarios y resultados en Facebook

Facebook también nos permite tener un indicador y control de los resultados que estamos obteniendo al tener nuestro anuncio en su página.



Figura 4.35. Ejemplo de resultados en Facebook

Los anuncios en Facebook, contienen un titular de máximo 25 caracteres, el cuerpo de texto de máximo 135 caracteres y una fotografía que no puede pasar de 5 megas, la cual se adaptará a las medidas de 110 x 80 pixeles.



Figura 4.36. Medidas de anuncios publicitarios en Facebook

La limitación de texto en el anuncio de Facebook, tiene la finalidad de que los clientes hagan clic, para ser re direccionados a la página de la Parroquia de Alangasí, por lo que el texto deberá ser conciso y atractivo.

Segmentación del anuncio en Facebook

Previo análisis de las estadísticas de Facebook, es posible llegar al mercado objetivo mediante una precisa segmentación de mercado, de acuerdo a: sexo, edad, ubicación geográfica -país, ciudad y localidad-, nivel educacional, gustos, intereses, preferencias de productos, actividades favoritas, programas favoritos, idiomas, etc. (Inteligencia Web, 2012)

Los anuncios en Facebook permiten segmentación personalizada, gracias a que dispone de la información de todos sus usuarios.



Figura 4.37. Ejemplo de Anuncio de Facebook para Alangasí

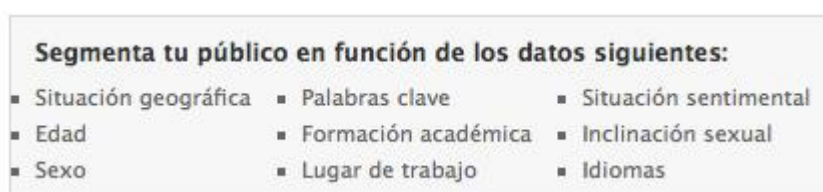


Figura 4.38. Segmentación de anuncios en Facebook

La segmentación de usuarios, para definir a quienes se les hará los anuncios sobre las Festividades de Alangasí será:

- Situación geográfica: personas que viven en Quito y Valle de los Chillos y su periferia

- Palabras clave: intereses de usuarios en Festividades y viaje, seguidores de la página de Facebook de Alangasí
- Lugar de trabajo: personas que trabajan en Quito y Valle de los Chillos y su periferia.

Precio de la campaña en Facebook

Facebook cobra según el presupuesto que dispone el anunciante realizando un pago diario o periódico.

Para publicitar en Facebook el presupuesto diario es mínimo de un dólar y dependiendo de esto se define la frecuencia de publicación del anuncio.

Tabla 4.54

Precio de la publicación en Facebook

Medio	Descripción	Preciounitario	Precioanual
Facebook	Anunciospublicitarios en Facebook	\$30 mensual	\$360 anual

Se invertirá el valor mínimo mensual que es de \$30, dando así un precio anual de \$360.

4.6.3.3 Vallas Publicitarias

Las Vallas Publicitarias o también conocidas como Publicidad en Vía Pública ofrecen un sistema de difusión exterior, direccionada a un público determinado, son ubicadas estratégicamente de acuerdo al impacto que se quiere generar.

Para promocionar y difundir las Festividades de la Parroquia de Alangasí, se planteara el uso de Vallas publicitarias, la misma que se encontrara ubicada en la Autopista General Rumiñahui

Anuncios en Vallas Publicitarias

Los anuncios en vallas publicitarias sirven para difundir ampliamente una marca o un acontecimiento. Su ubicación y visión debe ser previamente analizada y calificada de acuerdo a una pauta establecida que indique un aproximado de los resultados que va a obtener la misma.



Figura 4.39. Ejemplo de valla publicitaria



Figura 4.40. Ejemplo de valla publicitaria



Figura 4.41. Ejemplo de valla publicitaria ampliada



Figura 4.42. Ejemplo de valla publicitaria disponible

Tabla 4.55

Descripción y Ubicación de la Valla Publicitaria

Categoría	Festividades
Marca	
Aviso	Alangasí
Ciudad	Quito
Sector	Sur
Calle	AutopistaRumiñahui
Intersección	Monjas
Sentido	N-S
% de Exposición	100%

Fuente: Optimiza Vp-Infomedia

Tabla 4.56

Datos Generales

Fabricante	INDUVALLAS
Tipo	Cilíndrica
Alto	40,0
Ancho	80,0
Material	Foto
Distancia	1.600,0
Angulo	Perpendicular
Costo Anual US\$	135.000,0
GRXs	3.130,0
Costo por GRXs	253,0
Ranking	111,0
% Estimado Max.	253,0
Ranking CxGrx	602,0

Fuente: Optimiza Vp-Infomedia

La Valla será ubicada en la Autopista General Rumiñahui, en el sector de Monjas, El anuncio de las Festividades en Via Publica representa un costo anual de \$135.000 generando un impacto aproximado de 3130 personas, a \$253 por impacto.

Tabla 4.57**Circulación Diaria de Personas**

En Buses	212.150
En Carros	1.527.140
En Peatones	10.580
Total	1.749.870
Atencionalidad según TGI 34.3%	600.210

Fuente: Optimiza Vp-Infomedia

El anuncio se tiene una circulación mensual aproximada de 1,749,870 personas distribuidas entre 212,150 Buses, 1,527,140 Carros y 10,580 peatones con un promedio de atencionalidad de 600,210 según el Estudio (TGI- Ibope).

Estimación de personas que pueden ver la valla	456.160,0
---	------------------

Fuente: Optimiza Vp-Infomedia

Este formato publicitario permitirá visualizar la publicidad de las Festividades periódicamente generando interés, identidad y afición hacia las tradiciones y cultura de la Parroquia de Alangasí, causando impacto a todos los sectores aledaños debido a la ubicación estratégica de la Valla Publicitaria, la imagen que será ubicada en la valla es el Logo y con el Eslogan de la Campaña de las Festividades de Alangasí:

Tabla 4.58**Precio de la publicación en Vía Pública**

Medio	Descripción	Precio unitario	Precio anual
Vía Pública	Induvallas		
	Anuncios publicitarios en la Autopista General Rumiñahui	\$ 11250 mensual	\$135000 anual

Fuente: Optimiza Vp-Infomedia

4.6.4 Prensa escrita

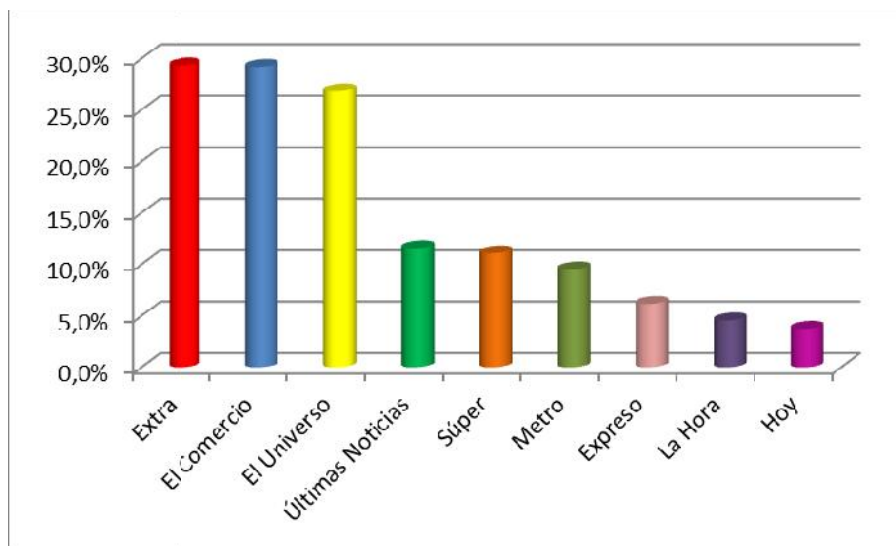


Figura 4.43. Perfil de Lectores de Prensa

Fuente: KMR- Print Plan - Ibope

Para promocionar las Festividades de la Parroquia de Alangasí, a través de prensa escrita, se realizará una publicación en los principales periódicos de la ciudad de Quito, de acuerdo a los resultados obtenidos consideramos El Comercio, Ultimas Noticias y Metro de acuerdo al perfil de los posibles visitantes de las Festividades .

La publicación tendrá las siguientes características:

- Titular llamativo
- Descripción de las Festividades de Alangasí
- Cuerpo de texto con argumento breve y lenguaje claro que capte la atención de los potenciales visitantes
- Firma con la representación gráfica, es decir el logotipo de Alangasí

Se tomará en cuenta los siguientes medios de prensa escrita:

- El Comercio

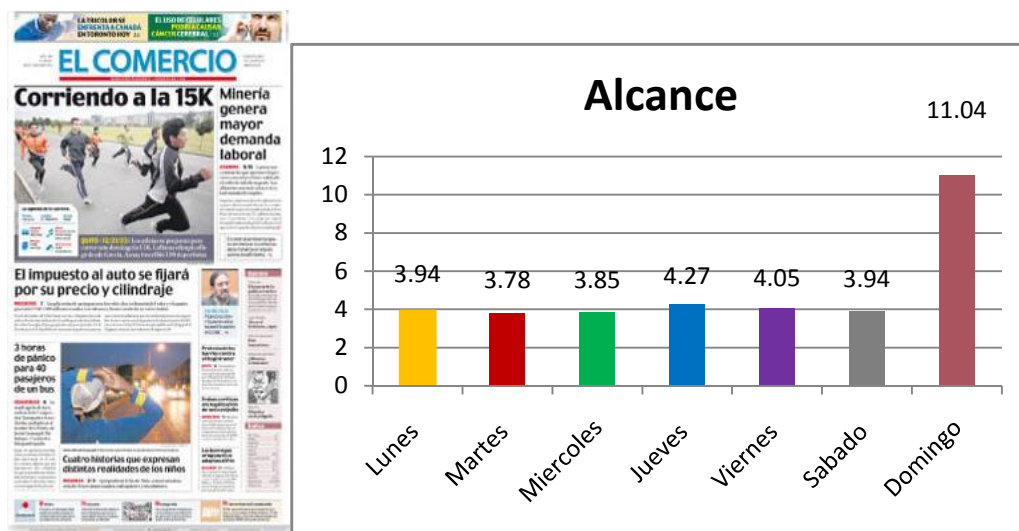


Figura 4.44. Características de El Comercio Lectores

Fuente: KMR- Print Plan - Ibope

Se realizará la publicación en este diario, ya que tiene alta captación publicitaria en Quito y la región sierra del país, además porque el perfil de lectores cumple con el perfil del visitante que se desea captar.

Los lectores son hombres y mujeres en proporciones similares, su nivel de ingresos es medio y se encuentran entre las edades de 25 a 44 años.

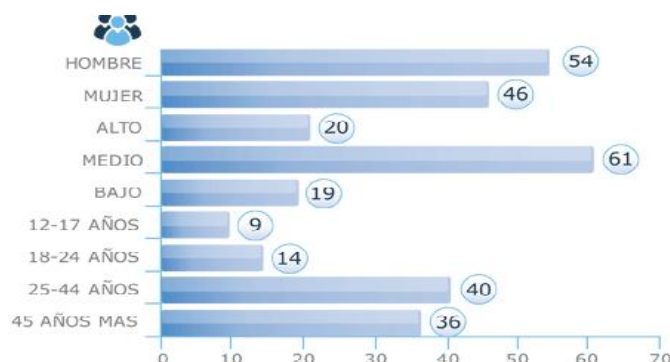


Figura 4.45. Perfil de lectores de El Comercio

Fuente: www.elcomercio.ec

- Últimas Noticias



Figura 4.46. Características de Últimas Noticias

Se eligió estediario para realizar la publicación, porque su cobertura es en la toda la ciudad de Quito, lugar donde existe alto potencial de visitantes para Alangasí.

El perfil de lectores corresponde con el perfil de los visitantes que se desea captar, son hombres y mujeres desde 25 años en adelante y de nivel económico medio.

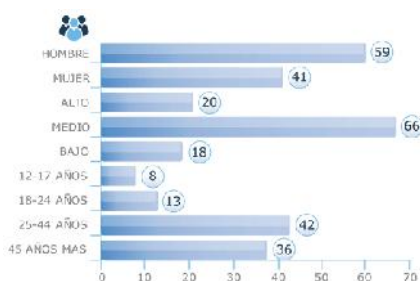


Figura 4.47. Perfil de lectores de Últimas Noticias

- Periódico Metro



Figura 4.48. Características del periódico Metro

Metro, es un periódico diario de distribución gratuita, se eligió, este periódico para realizar las publicaciones sobre las Festividades con el fin de captar el interés de los habitantes de Quito para visitarlas.

Tabla 4.59

Medios de Prensa escrita para publicaciones de Alangasí

Periódico	Frecuencia de la Publicación	Sección	Descripción	Precio Unitario	Precio Anual
El Comercio	Mensual	A	Página interior Blanco y negro 4,63 cm x 6,60 cm	\$116 por anuncio	\$1392
Últimas Noticias	Mensual	Primera	Página interior Blanco y negro 3,53cm x 3,83 cm	\$ 22 por anuncio	\$264
Periódico Metro	Mensual	B	Contraportada Blanco y negro Media página	\$50	\$600

Fuente: www.elcomercio.ec / KMR

Estrategia 2.2: Distribuyendo material informativo y promocional, para los posibles visitantes de las festividades de Alangasí

4.6.5 Tríptico

Se utilizarán trípticos ya que es material publicitario informativo que permite cumplir con objetivo de dar a conocer la información importante sobre las Festividades de Alangasí, y de esta manera despertar el interés de visita.

Los trípticos se entregaran en el valle de los Chillos y en Quito:

Valle de los Chillos:

- Peaje de la Autopista General Rumiñahui
- Sector del Triangulo
- Centro comercial San Luis Shopping

- Quito:
- Centro Comercial Quicentro Norte
- Centro Comercial Quicentro Sur
- Espectáculos públicos (partidos de futbol, eventos, conciertos)
- El tríptico contendrá la siguiente información:
- En la portada se imprimirá el logotipo de identificativo de Alangasí
- En el interior se detallará la información sobre cada una de las Festividades de Alangasí acompañadas de fotografías.
- En la contraportada se colocará un mapa de cómo llegar a las Festividades, información sobre líneas de transporte público y un listado de restaurantes y alojamiento en Alangasí.



Figura 4.49. Adverso del tríptico propuesto



Figura 4.50. Reverso del tríptico propuesto

4.6.6 Calcomanías

La calcomanía tendrá el logotipo de Alangasí y se entregará a los habitantes de la Parroquia y sectores aledaños con la finalidad de que se sientan identificados con su parroquia y visiten los atractivos turísticos; y a los conductores del transporte público (buses, taxis y camionetas) con el fin de que lo coloquen en sus vehículos y los potenciales visitantes lo observen.



Figura 4.51. Diseño calcomanía

Las calcomanías se distribuirán en los lugares con mayor afluencia de personas y también durante las festividades:

- Parque Central de Alangasí
- Administración Zonal Los Chillos
- Junta Parroquial de Alangasí
- Tenencia política
- Centro Parroquial de Cultura

4.6.7 Calendarios

Se entregarán calendarios de escritorio en los lugares con mayor afluencia de gente, con la finalidad de que los habitantes de Alangasí conozcan sobre los distintos atractivos turísticos que existen en la parroquia y decidan visitarlos.

Los calendarios serán informativos ya que cada mes del año, será representado por un atractivo turístico y contendrá una breve descripción del lugar.

Tabla 4.60

Contenido del calendario

Mes	Festividad	Mes	Festividad
Enero	Portada	Julio	Corpus Christi
Febrero	Parque Alangasí	Agosto	Iglesia Parque Central
Marzo	El Tingo	Septiembre	Divino Niño
Abril	Ilaló	Octubre	Diablada
Mayo	Termales	Noviembre	Mamut
Junio	Iglesia Tingo	Diciembre	Mensaje navideño



Figura 4.52. Diseño del Calendario

Precio del material impreso

La opción para la realización de los trípticos, es la siguiente, según ARTE & COLOR Impresores Gráficos, empresa especializada en soluciones comunicacionales impresas y ejecución de proyectos de marketing.

Tabla 4.61**Precio del material impreso**

Producto	Características	Precio unitario	Cantidad	Precio total anual
Tríptico	Formato de impresión: 21 x 30 cm, ABIERTO. Material: Papelcouche brillante de 150 grs. Impresión: Offset full color anverso y reverse Acabados: Refilado, Doblado y Empacado	\$ 0,60	2000	\$ 1200
Calcomanías	Formato de impresión: 8,5 x 6,5 cm. Material: Vinilo Adhesivo Transparente Impresión: Offset full color anverso Acabados: Refilado y Empacado	\$0,55	2000	\$1100
Calendarios de Escritorio	Formato de impresión: 30 x 21 cm ABIERTO, 15 x 21 cm CERRADO. Material: PapelCouche Brillante de 150 grs. Impresión: Offset full color anverso y reverso. Acabados: Refilado, Compaginado, Espiralado y Empacado Material (Base): Cartulina Plegable 0.12 Acabados (Base): Troquelado, Refilado, Doblado	\$2,00	500	\$1000

Fuente: ARTE & COLOR.

Estrategia 3.2: Crear un concurso anual del mejor eslogan y logo promocional para las Festividades los habitantes de Alangasí

Concurso de Eslogan y logo que convoca el Gobierno Autónomo descentralizado de Alangasí junto con el Centro de Desarrollo Comunitario para las Festividades de Alangasí.

Organización

Con motivo de la celebración de las Festividades de Alangasí durante todo el Año, el Gobierno junto con el de Salud Pública junto con el Departamento de Educación, organizan el Centro de Desarrollo Comunitario crearán el “Concurso de eslogan y logo”, con el objetivo de incentivar y promover las tradiciones y cultura de las festividades en población joven.

Categoría

Existirán dos categorías:

- Concurso “eslogan” para el alumnado de Educación Primaria.
- Concurso “logo” para el alumnado de secundaria y Bachilleres.

Tema

Cada concursante o equipo de concursantes deberá elaborar un eslogan y un logotipo respectivamente referente a las Festividades.

Presentación

Los trabajos se enviarán por correo electrónico a la siguiente dirección:

danyan86@hotmail.com , indicando en el asunto “Concurso Festividades”

Deberán contener los siguientes datos del participante:

- Nombre y dos apellidos
- Edad
- Curso
- Colegio
- Categoría en la que concursa

Sólo se admitirá un trabajo por alumno.

Jurado

El jurado estará compuesto por: 1 miembro del Gobierno de Alangasí, 1 miembro del centro de Desarrollo Comunitario y un miembro independiente.

Fallo

El fallo del jurado será inapelable y se hará público en el acto que tendrá lugar al inicio de las Festividades del 2014.

Derechos

Los ganadores de los premios autorizan a reproducir, difundir y utilizar por todos los medios escritos, hablados y firmados bajo toda forma por cualquier medio y sobre cualquier soporte, su nombre, imagen y voz, siempre que los fines sean publicitarios y divulgativos en relación a la ley en vigor, para lo que mediante la aceptación de las presentes bases se emiten las autorizaciones que resulten necesarias de quien ostente la patria potestad o representación legal de los ganadores.

Premios

Figuras representativas de las Festividades, de la cadena “Artesanías Del Ecuador”.

Difusión y promoción del Slogan y Logotipo para las festividades del año siguiente.

La entrega de premios se realizará en el acto que se organizará para tal fin el día de inicio de las Festividades del 2014 en el parque Central de Alangasí, a la hora que se hará pública y que se comunicará oportunamente a los interesados con la debida antelación y junto con la decisión del Jurado.

Aceptación

La participación en el concurso implica el conocimiento y total aceptación por los concursantes de las presentes bases.

Estrategia 4: Mediante Informativos Radiales Continuos sobre las Festividades de Alangasí

Se propondrá cuñas radiales informativas, las mismas que estarán direccionadas al perfil de los posibles visitantes de las Festividades de Alangasí, estas cuñas tendrán 30 segundos de duración y por lo tanto contendrán amplia información sobre las diferentes festividades.

Tabla 4.62

Precio de la pauta en Radio

Medio	Dial	Audiencia	Precio
Radio Canela	106.5	26313	30" \$17
J.C La Bruja	107.3	23569	30 " \$16,5
Armónica	96.9	23499	\$17
Sucesos	101.7	23100	\$15

Fuente: Markplan- Software Mercados y Proyectos

4.7 Cuña Radial

“Ven y disfruta las Festividades de Alangasí, conoce su historia y participa de concursos que te vincularan con la cultura y tradiciones de esta maravillosa Parroquia, Alangasí te invita a ser parte de los diferentes desfiles típicos, a probar su gastronomía y a disfrutar de todos los servicios que te ofrece con calidez su población”.

Una invitación del Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí.

4.8 Presupuesto

El presupuesto propuesto es anual, considerando valores mínimos de cotización debido a la limitación de presupuesto con el que cuenta la Junta Parroquial de Alangasí.

Tabla 4.63

Presupuesto de la propuesta de promoción y difusión de atractivos turísticos de la Parroquia de Alangasí

PRESUPUESTO					
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
Televisión					
			Mensual	Anual	\$ 80.784,00
Pautaje Ecuador TV	1	\$ 300,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	
Pautaje Teleamazonas	1	\$ 578,00		\$ 27.744,00	
Pautaje Gama Tv	1	\$ 855	\$ 12.000	\$ 41.040	
Vallas					
Vallas Induvallas	1	\$ 135.000	-	\$ 135.000	\$ 135.000,00
Internet					
Rediseño de página web	1	\$ 2.400,00		\$ 2.400,00	\$ 2.760,00
Publicidad en Facebook	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00	
Prensa escrita					
Anuncio en Últimas Noticias	1	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 264,00	\$ 2.256,00
Anuncio en El Comercio	1	\$ 116,00	\$ 116,00	\$ 1.392,00	
Anuncio en Periódico Metro	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00	
Material Pop					
Calcomanías	2000	\$ 2,00		\$ 1100,00	\$ 1.589,00
Calendarios de escritorio	500	\$ 2,00		\$ 1000,00	
Afiches	300	\$ 1,42		\$ 426,00	
Tríptico	2000	\$ 0,60		\$ 1200,00	
Radio					
Radio Canela	1	\$ 17,00	\$ 510,00	\$ 6.120,00	\$ 23.580,00
Radio JC La Bruja	1	\$ 16,50	\$ 495,00	\$ 5.940,00	
Armónica	1	\$ 17,00	\$ 510,00	\$ 6.120,00	
Sucesos	1	\$ 15,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00	
Premios					
Muñeco Diablada	20	\$ 23,00		\$ 460,00	\$ 840,00
Muñeco Corpus Christi	20	\$ 19,00		\$ 380,00	
TOTAL					\$ 246.809,00

4.9 Agentes responsables

En el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización se establece la organización político – administrativa de los diferentes niveles de Gobiernos autónomos descentralizados, a través de un modelo que define las competencias, la institución responsable de su administración, las fuentes de financiamiento y las políticas y mecanismos para el desarrollo territorial.

Según el COOTAD, son funciones, competencias y atribuciones de las Juntas Parroquiales las siguientes (se mencionará únicamente los que tiene relación):

Según el Art. 64 es función de las Juntas Parroquiales, fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y *turismo*, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados

Según el Art. 65 son competencia de las Juntas Parroquiales

- Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;

Según el Art. 67 son atribución de las Juntas Parroquiales:

- Autorizar la contratación de empréstitos destinados a financiar la ejecución de programas y proyectos previstos en el plan parroquial de desarrollo y de ordenamiento territorial, observando las disposiciones previstas en la Constitución y la ley.
- Proponer al consejo municipal proyectos de ordenanzas en beneficio de la población
- Conformar las comisiones permanentes y especiales, que sean necesarias, con participación de la ciudadanía de la parroquia rural, y aprobar la

conformación de comisiones ocasionales sugeridas por el presidente o presidenta del gobierno parroquial rural.

El Art. 54 señala que una de las funciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal es regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

Las Festividades son una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.

Por lo tanto la Junta Parroquial de Alangasí será el agente responsable de llevar a cabo la promoción y difusión de las Festividades de Alangasí, con el fin de cumplir con uno de los proyectos establecidos dentro de su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, para lo cual será necesario la coordinación con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, quien dentro de sus competencias tiene la responsabilidad de fomentar las actividades de desarrollo.

Para determinar los responsables del cumplimiento de la promoción y difusión de las Festividades de Alangasí, dentro de la Junta Parroquial de Alangasí, se propone el siguiente organigrama estructural:

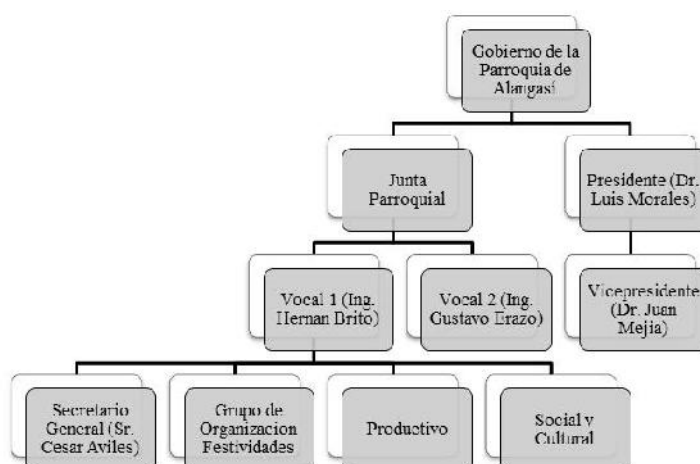


Figura 4.53. Organigrama estructural propuesto para el Gobierno de la Parroquia de Alangasí

Dentro del organigrama propuesto, se establecen nuevas comisiones creadas de acuerdo a los componentes del plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Alangasí y a los ejes estratégicos del plan estratégico del GAD de Alangasí, las cuales cumplirán las siguientes funciones:

- **Grupo de Organización de Festividades:** Agrupar a gente comprometida en conservar las tradiciones y Festividades; para de esta manera contar con los diferentes recursos que se necesitan para las diferentes actividades; con autoridades en distintos niveles generadores de programas conjuntos para la parroquia.
- **Productivo:** Mejorar la calidad de las Festividades, generando nuevos campos para oferta de servicios que formen parte de las mismas aprovechando la ubicación estratégica, concentrándose en el potencial cultural y Festivo, planteando una economía dinámica, especialmente en el sector de comercio y servicio, para promover el desarrollo de las Festividades de la Parroquia de una forma organizada.
- **Eje social y cultural:** Potenciar el conocimiento de las raíces ancestrales y cultura de la parroquia, tomando en cuenta la falta de conocimiento sobre la historia de las Festividades, generando grupos de atención y educación que motive a nuevos procesos participativos de organización social.
- Comisión social y cultural
- Demografía
- Movilidad de la población
- Caracterización socioeconómica de la población
- Organización y tejidos sociales

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La propuesta de Promoción y Difusión de las Festividades de Alangasí, es un proyecto que está estipulado dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 – 2025 de la parroquia, para cumplir con el objetivo de promocionar las Festividades de la parroquia. Teniendo en cuenta la necesidad que tiene la Junta Parroquial de Alangasí para llevar a cabo el proyecto anteriormente mencionado, se presentó como tesis de conclusión de carrera de Ingeniería en Mercadotecnia.
- Se realizó un análisis externo e interno del comportamiento de la parroquia, tomando en cuenta los factores geográficos, demográficos, económicos, políticos – legales entre otros, con ello se obtuvo un diagnóstico de cómo se encuentra actualmente Alangasí en el contexto económico, político, social, cultural y religioso, así como en su organización interna.
- Se constituyó un Estudio de mercados que fijó el tipo de promoción y difusión que generara mayor impacto a los potenciales visitantes de las festividades de la Parroquia, las características que definen el perfil de los potenciales visitantes.
- Se enfocó la propuesta de promoción y difusión de las Festividades a los potenciales visitantes provenientes de la ciudad de Quito y las parroquias rurales de del Cantón Rumiñahui, tomando en cuenta que son los principales visitantes de la Parroquia de Alangasí.
- El perfil de los potenciales visitantes son las personas 18 a + de nivel económico medio (B) que gustan de compartir momentos

especiales principalmente con su familia y amigos. Se los considera festivos, sociables y preocupados por el desarrollo de la cultura a la que pertenecen.

- La penetración de medios en base a los visitantes para recibir información sobre las Festividades de Alangasí, son la televisión, el internet, la prensa, radio, vía pública y trípticos informativos, los mismos que se utilizaron como parte de la propuesta de promoción y difusión.
- De acuerdo al Plan de Desarrollo Parroquial de Alangasí 2012-2025, se indica que se le otorgan las facultades necesarias a la Junta Parroquial para que actúe como ente regulador para llevar a cabo la promoción y difusión de las Festividades de Alangasí, con el fin de cumplir con uno de los proyectos establecidos dentro de su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

5.2 Recomendaciones

- Aprovechar el apoyo que las leyes y políticas del país ofrecen al turismo para emprender proyectos de desarrollo festivo en la parroquia.
- Apoyar todos los escenarios que nos brinda la sociedad para ejercer nuestro papel como actores sociales. Tomando en cuenta que en ciertas ocasiones la falta de organización se debe en muchos casos a la falta de capacidad de gestión, o la forma en que se asumen los compromisos que requiere el desarrollo de nuestra sociedad.

Solicitar el presupuesto y hacer gestión para alcanzar auspicios a nivel público y privado para financiar la promoción de las diferentes festividades planificadas en el año y con ello incrementar el monto para invertir en la realización de Festividades en la Parroquia de Alangasí.

- Sugerir al Estado a través de los gobiernos seccionales para que intervenga y apoye las iniciativas locales dirigidas a proyectos productivos.
- Tramitar ante los organismos estatales correspondientes la designación del presupuesto definido en esta investigación, el mismo que permitirá implementar la propuesta de promoción y difusión de las Festividades de la parroquia de Alangasí.
- Es necesario crear una organización paralela que regule conjuntamente con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Alangasí las Festividades de la Parroquia, de manera aislada sin influencias político- sociales.
- Aplicar las estrategias planteadas en la presente propuesta, ya que solo así se podrá captar nuevos visitantes que ofrezcan ingresos a la parroquia favoreciendo a su desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Álvarez Uría, F. (2007). *Sociología y Educación: textos e intervenciones de los sociólogos clásicos*. Madrid: Ediciones Morata.
- Ander Egg, E. (2002). *La práctica de la animación sociocultural y el léxico del animador*. Lima: Fondo Editorial.
- *Banco Central Del Ecuador*. (2012).
- Bisquerra Alzina, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: Editorial La Muralla.
- Cerda Gutierrez, V. (1991). *Los elementos de la investigación*. Bogotá: El Buho.
- Colombres, A. (1997). *Manual del Promotor Cultural III*. Buenos Aires: Editorial Hvmánitas.
- Comunidad Autónoma de Aragón. (2002). *Ats/dué de Atención Especializada*. Sevilla: Editorial MAD.
- Copyright © - Calipto.com. (2012). *En-Ecuador.com*. Recuperado el Mayo de 2013, de <http://www.en-ecuador.com/cultura.php>
- Editorial Vértice. (2007). *Marketing Promocional*. Málaga: Publicaciones Vértice S.L.
- Fukuyama, F. (2006). *End of History and the Last Man*. New York: Free Press.

- Garfias Rojas, O. (2012). *La Epidemiología Aplicada a la Medicina Del Trabajo*. México D.F.: Palibrio.
- Gómez Borja, M. Á., Mondéjar Jiménez, J. A., & Sevilla Sevilla, C. (2005). *Gestión del Turismo Cultural y de ciudad*. Murcia: Universidad de Castilla- La Marcha.
- Gudynas, E. (2009). *Crisis económica y la crítica*. Obtenido de www.rebellion.org
- Inteligencia Web. (2012). *Inteligencia Web*. Obtenido de <http://www.inteligenciaweb.c>
- Jeremias, B. (21 de Octubre de 2011). *Blog Creativo*. Obtenido de <http://blog.bernardojeremias.com>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Marichal, P. O. (1994). *Una comprensión sociológica de la relación entre la religión y la cultura*. La Habana: Conferencia.
- Ortíz, F. (1991). *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.
- Rivera Camino, J., & De Garcillán, M. (2007). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial.

- Selltiz, C. (1976). *Métodos de Investigación en las Relaciones Sociales*. Madrid: Holandesa Editorial.
- Tylor, E. B. (1981). *Cultura Primitiva*. Madrid: Ayuso.
- Wikipedia. (24 de Noviembre de 2012). *Quito*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Quito>

Otros Documentos

- *Constitución del Ecuador* (2008)
- *Plan Nacional para el Buen Vivir* (2009-2013)
- *Plan de Desarrollo Estratégico Parroquial de Alangasí* (2012-2025)
- *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* (2013)
- *Boletines publicados por el Banco Central del Ecuador* (2010, 2011 y 2012)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). *Caracterización del turismo, parroquias del DMQ*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de www.turismo.gov.ec