



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

**Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Licenciada
en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**TURISMO DE AVENTURA Y SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA
PARROQUIA PILALÓ, PROVINCIA DE COTOPAXI**

AUTORA: Karen Belén Herrera Cuzco

TUTOR: Lcdo. Raúl Tamayo Mg.

AMBATO – ECUADOR

2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“Turismo de Aventura y Servicios Turísticos en la parroquia Pilaló, provincia de Cotopaxi” del/la alumno/a Karen Belén Herrera Cuzco, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero 2022

EL TUTOR

Lcdo. Raúl Tamayo Mg.

C.C.: 18010019981

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “Turismo de Aventura y Servicios Turísticos en la parroquia Pilaló, provincia de Cotopaxi”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, febrero 2022

LA AUTORA



Karen Belén Herrera Cuzco

C.C.: 1805214101

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, febrero 2022

LA AUTORA



Karen Belén Herrera Cuzco

C.C.: 1805214101

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “Turismo de Aventura y Servicios Turísticos en la parroquia Pilaló, provincia de Cotopaxi” de Karen Belén Herrera Cuzco, estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, febrero 2022

Para constancia firman

Ing. Angélica González Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1713482352

Ing. Maria Fernanda Viteri Toro, Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1802903888

AGRADECIMIENTO

Mi gran agradecimiento a mi padres, Gloria y Carlos, por estar presentes siempre, por apoyarme, quererme y tolerarme. Por transmitir su amor a través del sustento brindado en toda mi vida estudiantil y con orgullo puedo decir que mi título es de ellos.

A mi mejor amiga, y tía incondicional, Eugenia Cuzco, por estar pendiente y a pesar de la distancia, ha estado presente mediante mensajes y llamadas, aconsejándome y apoyándome siempre. Te quiero mucho.

En el trayecto de mi carrera universitaria tuve el honor de tener aprendizaje de excelentes maestros, a quienes agradezco con mucha estima y respeto por compartir sus conocimientos y darme el ejemplo para ser una buena estudiante y profesional, transmitiendo su sentimiento de respeto y empoderamiento para nuestra facultad y nuestra carrera de Turismo y Hotelería.

DEDICATORIA

Al cielo un beso y un abrazo, para mi mamá Angelita y mi abuelito Carlos, que sé, me están cuidando y bendiciendo, guiando mis pasos y siendo mi ejemplo eterno de bondad, amor y respeto.

A mis padres Carlos y Gloria por apoyarme constantemente y enseñarme a que los sueños y los objetivos se consiguen con trabajo duro.

A mi papá Neptalí, por su fortaleza, por su ejemplo y porque me hace sentir orgullosa de ser pilaléense, y me inculcó el amor hacia nuestro pueblito Pilaló.

A todos quienes de una u otra forma me apoyaron siempre.

RESUMEN

La parroquia Pilaló, es una zona que goza de varios recursos naturales que pueden potenciarse para el desarrollo de servicios turísticos y varias actividades como el turismo de aventura, previamente se debe realizar un diagnóstico de la calidad de los servicios turísticos de la parroquia Pilaló, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi y como pueden determinar el desarrollo sostenible del Turismo de aventura para beneficiar al crecimiento socioeconómico de la localidad a través de la afluencia de visitantes que generen movimiento financiero y que esto se establezca en temporadas continuas en pro de las mejoras parroquiales.

La investigación se sustentó en antecedentes, fundamentación teórica de las variables y análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a los visitantes y turistas interesados en conocer la parroquia. Mediante un enfoque mixto, se recolectó información sobre las variables que se determinan en la investigación y se realizó un análisis recogido en la encuesta realizada a los visitantes de la parroquia.

Una vez determinados los resultados se procedió a realizar una propuesta basada en un plan integral de servicios y productos turísticos que mejoren el nivel de la afluencia de visitantes y se eleve también la calidad de los factores determinados en el plan para que la parroquia Pilaló se convierta en un destino local a mediano plazo, y destino nacional a largo plazo, sin perder el enfoque del turismo sostenible.

Palabras clave: SERVICIOS TURÍSTICOS, TURISMO DE AVENTURA, DESARROLLO TURÍSTICO, PILALÓ, COTOPAXI

ABSTRACT

The Pilalo parish is an area that has several natural resources that can be enhanced for the development of tourist services and various activities such as adventure tourism. A diagnosis of the quality of the tourist services of the Pilalo parish, canton, must first be carried out. Pujili, province of Cotopaxi and how they can determine the sustainable development of adventure tourism to benefit the socioeconomic growth of the town through the influx of visitors that generate financial movement and that this stabilizes in continuous seasons in favor of parish improvements.

The research was based on background, theoretical foundation of the variables and analysis of the data obtained through the survey of visitors and tourists interested in knowing the parish. Through a mixed approach, information was collected on the variables determined in the investigation and an analysis was carried out in the survey carried out on visitors to the parish.

Once the results were determined, a proposal was made based on a comprehensive plan of tourist services and products that improve the level of the influx of visitors and also raise the quality of the factors determined in the plan so that the Pilalo parish becomes in a local destination in the medium term, and a national destination in the long term, without losing the focus of sustainable tourism.

Keywords: TOURIST SERVICES, ADVENTURE TOURISM, TOURISM DEVELOPMENT, PILALÓ, COTOPAXI

ÍNDICE

Portada.....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
AUTORÍA DEL TRABAJO	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
ÍNDICE	X
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Antecedentes investigativos	1
1.2. Fundamentación Teórica Científica	3
1.2.1. Turismo de Aventura	3
1.3. Diferencias con otros tipos de turismo	5
1.3.1. Características del turismo de aventura	6
1.3.2. Tipos de Turismo de Aventura	7
1.3.3. Dura aventura.....	7
1.3.4. Aventura suave	7
1.3.5. Proveedor de turismo de aventura	8
1.3.6. Prácticas turísticas en la parroquia Pilaló	9
1.4. Servicios Turísticos	15
1.4.1. Definición	15

1.4.2.	Modos de suministro.....	18
1.4.3.	Cadena de turismo	19
1.4.4.	Servicios turísticos en el Ecuador.....	20
1.4.5.	Servicio de Transporte a la parroquia Pilaló.....	21
1.4.6.	Servicios de Alojamiento en la parroquia Pilaló	22
1.4.7.	Servicios de Gastronomía en la parroquia Pilaló.....	23
1.4.8.	Servicios de recreación en la parroquia Pilaló.....	23
1.5.	Factores de calidad de los servicios turísticos.....	23
1.6.	Objetivos.....	25
1.6.1.	Objetivo General.....	25
1.6.2.	Objetivos específicos	25
CAPÍTULO II		27
METODOLOGÍA		27
2.1.	Métodos	27
2.1.1.	Diseño de la investigación	27
2.1.1.	Alcance de la investigación	27
2.2.	Población y muestra	28
2.3.	Plan de recolección de datos y análisis de resultados.....	28
2.4.	Análisis de fiabilidad (Alfa de Cronbach).....	29
CAPÍTULO III.....		30
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		30
3.1.	Análisis y discusión de los resultados	30
3.2.	Verificación de hipótesis	39
CAPITULO IV.....		40
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		40
4.1.	Conclusiones.....	40
4.2.	Recomendaciones	41

CAPÍTULO V	42
PROPUESTA	42
5.1. Diseño de un plan integral de servicios y productos turísticos en la parroquia Pilaló	42
5.1.1. Introducción	42
5.2. Marco conceptual	43
5.2.1. Productos y servicios turísticos.....	43
5.2.2. Calidad de los productos y servicios turísticos en Pilaló.....	43
5.2.3. Turista	44
5.2.4. Visitante	44
5.3. Marco Legal.....	44
5.3.1. Ley de Turismo	45
5.4. Contexto Sociodemográfico	46
5.4.1. Situación geográfica de la parroquia	46
5.4.2. Densidad poblacional.....	46
5.4.3. Proyección de la población	47
5.4.4. Servicios básicos.....	47
5.4.5. Crecimiento económico	48
5.4.6. Diagnostico sociocultural	49
5.5. Aspecto cultural.....	49
Manifestaciones culturales de la parroquia Pilaló.....	49
Gastronomía	50
5.6. Presupuesto del plan	59
Bibliografía	60
Anexos.....	64

Índice de tablas

Tabla 1. Diferenciación Categorías de turismo.....	5
Tabla 2. Turismo de aventura y desarrollo sostenible.....	7
Tabla 3. Comunidades de la Parroquia Pilaló	9
Tabla 4. Sitios turísticos atractivos	13
Tabla 5. Atractivos turísticos naturales.....	13
Tabla 6. Atractivos turísticos culturales.....	14
Tabla 7. Diferencias entre Recurso-Producto/servicio turístico	17
Tabla 8. Frecuencias de transporte a Pilaló.....	21
Tabla 9. Sitios de alojamiento.....	22
Tabla 10. Sitios de servicio gastronómico	23
Tabla 11. Plan de recolección de datos y análisis de resultados	28
Tabla 12. Alfa de Cronbach	29
Tabla 13. Género.....	30
Tabla 14. Edad	30
Tabla 15. Profesión	31
Tabla 16. Forma de realizar turismo	31
Tabla 17. Sitios favoritos para turismo	32
Tabla 18. Tipo de turismo	33
Tabla 19. Actividad turística preferida.....	33
Tabla 20. Medio de información turística.....	34
Tabla 21. Promoción turística de la parroquia	34
Tabla 22. Acceso vial de la parroquia.....	35
Tabla 23. Alojamiento de la parroquia.....	36
Tabla 24. Servicio restaurantero de la parroquia	36
Tabla 25. Servicio de transporte hacia la parroquia.....	37
Tabla 26. Importancia Turismo de aventura e impacto.....	38
Tabla 27. PIE Servicios y productos turísticos de Pilaló	51
Tabla 28. Atractivos turísticos parroquia Pilaló.....	53
Tabla 29. Alianzas con proveedores turísticos.....	54
Tabla 30. Presupuesto para aplicación de propuesta.....	59

Índice de gráficos

Gráfico 1. Género.....	30
Gráfico 2. Edad	30
Gráfico 3. Profesión	31
Gráfico 4. Forma de realizar turismo	31
Gráfico 5. Sitios favoritos para turismo	32
Gráfico 6. Tipo de turismo	33
Gráfico 7. Actividad turística preferida	33
Gráfico 8. Medio de información turística	34
Gráfico 8. Promoción turística de la parroquia	34
Gráfico 10. Acceso vial de la parroquia.....	35
Gráfico 11. Alojamiento de la parroquia.....	36
Gráfico 12. Servicio restaurantero de la parroquia	36
Gráfico 13. Servicio de transporte hacia la parroquia.....	37
Gráfico 14. Importancia Turismo de aventura e impacto	38

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Cadena de Turismo	19
Ilustración 2. Etapas para formación de calidad	24
Ilustración 3. Etapas para formación de calidad en Pilaló	44
Ilustración 4. Afiche Promocional	55
Ilustración 5. Estructura orgánica GAD Parroquial Pilaló.....	56

Índice de imágenes

Imagen 1. Sendero de Pilaló.....	10
Imagen 2. Montañas de la parroquia Pilaló.....	11
Imagen 3. Equitación	11
Imagen 4. Ciclismo	12
Imagen 5. Observación de naturaleza	12

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

Dentro de las investigaciones sobre el turismo de aventura, se puede mencionar el trabajo de Álvarez (2013), “El turismo de aventura y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Quisapincha, provincia de Tungurahua”, que pretende presentar opciones donde pueda recrearse y tener contacto con la naturaleza, la problemática que determina el autor es el desconocimiento del turismo de aventura y el impacto negativo que tiene en el desarrollo socioeconómico de la parroquia en mención. La propuesta es la delimitar varios senderos que permitan al turista conocer las riquezas naturales que tiene la parroquia en particular la zona de Alajua-ñan: Camino del Río.

Otro trabajo que relaciona un tipo de turismo y un servicio turístico es el de Ramírez (2021), “Glamping y el turismo rural de la parroquia Mulaló”, donde señala la factibilidad de crear ofertas de alojamiento en la mencionada localidad y que estas cumplan con la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Para llegar a este resultado el autor desarrollo una investigación mixta de alcance exploratorio y descriptivo, que mediante la revisión bibliográfica y la aplicación de encuestas y listas de cotejo permitió identificar el estado actual del turismo rural en Mulaló, las necesidades y expectativas de la demanda nacional, así como los servicios y actividades que ofertan actualmente Samay Collections, Casacha Glamping y The Secret Garden Cotopaxi; referentes de este tipo de hospedaje en Ecuador.

Esta investigación se correlaciona con lo mencionado por Quintana (2014), “El turismo de aventura y la ciclo ruta en las comunidades Yahuarcocha y San Jorge Bajo”, busca incentivar el desarrollo del turismo de aventura y un servicio turístico basado en el ciclismo, el trabajo menciona la importancia de inyectar capitales a través del turismo; debido a las características paisajísticas y geográficas que posee el mismo es

ideal para realizar ecoturismo. La sugerencia del autor es crear una cicloruta, servicio turístico, que genere demanda turística para que el visitante desee conocer las localidades en mención.

En el Plan de desarrollo turístico para la zona de la Piragua, parroquia de Nanegal, cantón Quito, del autor (Landívar, 2011), el autor plantea proponer al turismo de aventura como una de las alternativas más óptimas de desarrollo turístico, económico y social para la parroquia Nanegal, para lograr este propósito, la investigación realiza un estudio de mercado con el cual se pueda determinar la factibilidad para implementar actividades como deportes de aventura, así también, analizar gustos, preferencias y el nivel de aceptación de los habitantes de la zona.

Calvopiña & Rodríguez (2017) en el artículo “Desarrollo del producto turístico de aventura al diversificar la oferta turística en el Ecuador. Caso de estudio”, mencionan la necesidad de diversificar la oferta turística del país, a través de un proceso de identificación de elementos que satisfagan las variadas necesidades de los viajeros, quienes visitan el país por conectar sus emociones con la naturaleza. Los autores concluyen que la mejor oferta turística es la personalizada para cada tipo de turista, por ende, recomiendan generar planes para los visitantes basados en el entorno natural que visitan.

Tello & Herrera (2017) en el Estudio de factibilidad para la identificación del potencial turístico y establecimiento de rutas turísticas en el cantón Pujilí, determina varios puntos geográficos de la parroquia Pilaló donde se puede realizar actividad turística. Y considera que la oferta que se genere puede basarse en cuatro aspectos, el general, que estudia la ubicación, límites, y el aspecto político-administrativo. El aspecto sociocultural, donde se analiza la población, situación socioeconómica, el aspecto comercial, y el aspecto biótico donde se considera la flora y fauna de la localidad.

1.2. Fundamentación Teórica Científica

1.2.1. Turismo de Aventura

El autor Carrasco (2018) sentencia que el turismo de aventura es un viaje que incluye al menos dos de los siguientes tres elementos: actividad física, entorno natural e inmersión cultural. Dicha actividad, implica riesgo y cierta habilidad por parte del turista. Estas actividades, en conjunto, se convierten en un segmento turístico muy grande y consta de varios subsegmentos de mercado. Dentro del turismo de aventura, una distinción importante es el tipo de zona y clima donde se realizará la actividad.

Según Ferrel (2019), no existe una definición de turismo de aventura en la Organización Mundial de Turismo, sin embargo, define el turismo de aventura como un viaje que incluye al menos dos de los tres elementos siguientes: actividad física, entorno natural e inmersión cultural. Mientras que la definición del turismo de aventura sólo requiere dos de estos componentes, los viajes que incorporan los tres tienden a permitir a los turistas la experiencia de viaje de aventura más completa, por ejemplo, un viaje al Perú que involucra “*trekking*” (actividad física) a través del Sendero Machu Picchu (entorno natural) y genuino interés, acción con los residentes locales y/o pueblos indígenas (cultura e inmersión natural).

Los viajes de aventuras suaves son relativamente seguros y apenas requieren habilidades y experiencia. Algunos ejemplos incluyen mochileros, observación de aves, campamentos, piragüismo, pesca, senderismo, paseos a caballo, kayak, safaris, vela y surf. Los viajes de aventura difíciles son más riesgosos y requieren más habilidades y experiencia. (Baldeón, 2018)

Los ejemplos incluyen espeleología, escalada en roca y senderismo. A veces, las actividades de aventura suave se convierten en actividades de aventura dura, como navegar en kayak en un río salvaje y hacer caminatas en climas extremos o en altitudes elevadas. Además, peligro y habilidad no son conceptos firmes y pueden variar mucho según la percepción del propio turista (Travé, 2020). Su relevancia radica en sus ejemplos de mejores prácticas, desafíos es y oportunidades futuras en beneficio de todos los grupos de interés. La competitividad a largo plazo en el turismo requiere

sentido, enfoques de gestión completos y apropiados donde la asociación de múltiples partes interesadas es un elemento importante de promover el turismo.

El mismo autor menciona que el turismo de aventura ha tenido un crecimiento exponencial, debido a que los turistas están prefiriendo realizar un turismo alternativo, destacando las siguientes estadísticas:

Lo que parece innegable es el fuerte crecimiento que este sector lleva viviendo durante la última década. En 2010 la ATTA valoraba el turismo mundial de aventura en 89 mil millones de dólares. La misma organización consideraba en 2013 que el sector había crecido un 195,51% llegando a un valor total de 263 mil millones de dólares (ATTA, 2014). Llegando en 2018 a casi triplicar esta cifra con la ya mencionada valoración de 683 mil millones de dólares, un 667,42% más que en 2010 (ATTA, 2018) (pág. 4)

En Ecuador, el turismo de aventura se ha convertido en un atractivo para el viajero local y extranjero, siendo una alternativa relevante para el desarrollo de las zonas donde se desarrolle la actividad. Según los autores Proaño & López (2021) el 2020 fue un año en declive para el turismo debido a la pandemia por Covid-19, mientras que el 2021 y una vez levantadas las restricciones para viajeros y movilidad humana, se dio un repunte del 38% en las actividades turísticas al aire libre, implicando al turismo de aventura.

Esto significa que este tipo de turismo está teniendo gran acogida, por ende, es necesario incrementar y mejorar la oferta, los servicios e instalaciones de la localidad que se preste para esta forma de turismo. Cabe mencionar que este tipo de turismo se cataloga dentro del turismo alternativo, el mismo que se enfoca en buscar un desarrollo sustentable y sostenible, basando su funcionamiento en los siguientes aspectos:

- a) Utilización adecuada y óptima de los recursos naturales que forman parte de una localidad en potencial desarrollo;
- b) Cuidado de los procesos ecológicos que son característicos del territorio y que apoyan la conservación ecológica;
- c) Fortalecimiento de la identidad cultural y social de la comunidad, preservación del patrimonio cultural inmaterial y material,

- d) Generar actividad económica sostenible y viable a mediano y largo plazo, creación de empleos, mejora de ingresos económicos que posibiliten la reducción de la pobreza de la zona;

Estas características son imprescindibles para el desarrollo de turismo, cuando se implementan acciones como contacto directo con la naturaleza y, con las expresiones culturales del territorio, se convierte en un turismo de aventura. Añadiendo que el turista debe superar todos los aspectos desafiantes que presente el territorio donde se desarrolle la actividad turística, teniendo siempre en mente el respeto para conservar los recursos naturales y culturales que son parte de la localidad. (Andrade, Quiñónez, & Tapia, 2018)

1.3. Diferencias con otros tipos de turismo

El turismo de aventura se define como la visita a zonas rurales con el fin de recreación y el contacto con la naturaleza, sin embargo, es necesario saber diferenciarlo de otros tipos de turismo.

Tabla 1. Diferenciación Categorías de turismo

Turismo de masas	Turismo de aventura
Se realizan actividades de recreación con grupos de personas con el mismo interés, este tipo de turismo se realiza en embarcaciones como cruceros, safaris, excursiones en autobuses o visita a parques temáticos.	Tiene más actividades relacionadas con el aprendizaje de la cultura, costumbres y tradiciones de una determinada comunidad, son grupos pequeños los que lo realizan.
Turismo Sostenible	Turismo de aventura
Cumple con la satisfacción de las necesidades del turista utilizando los recursos disponibles en la zona visitada y considera el desarrollo de las comunidades en lo económico, social y medio ambiental.	Se diferencia porque se incluye actividades culturales, físicas y aquellas que implican un riesgo controlado.
Turismo Responsable	Turismo de aventura
Promueve la visita a una zona que busca desarrollar mejores condiciones para visitar	Es más exploratorio, hay responsabilidad y sentido de aventura.

y vivir, no se dan tantas actividades turísticas y se limitan a la exploración con un criterio de responsabilidad.	
Ecoturismo	Turismo de aventura
La visita de áreas naturales para entender la cultura y la historia natural del entorno, teniendo restricciones para no alterar la integridad del ecosistema.	Abarca zonas rurales y promueve el contacto con la naturaleza, implicando actividades turísticas donde se supere desafíos naturales.

Elaborado por: B. Herrera (2021)

1.3.1. Características del turismo de aventura

El turismo de aventura se asocia a menudo con actividades al aire libre, los deportes y el turismo extremo (CEUPE, 2020). Mientras tanto, las diferencias son muy significativas. La recreación activa en su esencia es el entretenimiento, obtener una experiencia novedosa e incluso beneficiosa. Tal actividad recreativa da la oportunidad, viviendo, incluso en condiciones cómodas, de elegir la actividad al gusto del consumidor un menú multiactivo que se propone para el día.

La triple combinación de actividad, naturaleza y cultura marca los viajes de aventura como un desafío completo. Algunas características y atractivos únicos del turismo de aventura son las siguientes:

- Contacto con la naturaleza, es decir, actividades que traen contacto con el mundo natural en general, o con la vida silvestre específica
- Contacto con diferentes culturas, es decir, personas, fe, estilos de vida
- Viajes, es decir, vehículos, animales o humanos
- Resultados inciertos
- Peligro y riesgo
- Desafíos
- Recompensas anticipadas
- Novedad
- Estimulación y emoción
- Exploración y descubrimiento
- Emociones contrastadas y diversas. (Mariño, 2020)

Tabla 2. Turismo de aventura y desarrollo sostenible

Turismo de aventura	Desarrollo sostenible
Realización de actividades deportivas o físicas en zonas naturales manteniendo compromiso de sustentabilidad	Conocimiento de áreas rurales y diversificación de su entorno.
Se genera actividad económica en base a las actividades turísticas.	Creación de Servicios turísticos en la localidad.
Se desarrollan actividades en áreas naturales haciendo énfasis en el uso de los recursos que la localidad tiene, transmitiendo el sentido de conservación y renovación para las nuevas generaciones.	

Elaborado por: B. Herrera (2021)

1.3.2. Tipos de Turismo de Aventura

El turismo de aventura ha crecido exponencialmente en todo el mundo en los últimos años con turistas que visitan destinos nunca antes descubiertos. Esto permite que los nuevos destinos se promocionen como verdaderamente únicos, atractivos para aquellos viajeros que buscan una experiencia única e incomparable.

El turismo de aventura incluye diversas actividades como espeleología, senderismo, vela, trekking, etc. El turismo de aventura se clasifica en dos categorías:

- Aventura difícil
- Aventura suave

1.3.3. Dura aventura

La aventura dura se refiere a actividades con altos niveles de riesgo, que requieren un compromiso intenso y habilidades avanzadas. El turismo duro incluye actividades como escalar montañas / rocas / hielo, trekking, espeleología, etc. Las actividades de aventura dura son de alto riesgo en la naturaleza. Se requieren guías profesionales y niveles avanzados de habilidades para realizar estas actividades. Muchos turistas murieron durante la escalada de montañas, haciendo espeleología todos los días.

1.3.4. Aventura suave

La aventura suave se refiere a actividades con un riesgo percibido, pero con bajos niveles de riesgo, que requieren un compromiso mínimo y habilidades para

principiantes; guías experimentados dirigen la mayoría de estas actividades. El turismo suave incluye las actividades como mochileros, campamentos, caminatas, kayak, etc.

Las actividades de aventura suave son de bajo riesgo por naturaleza. Los guías profesionales dirigen estas actividades. La aventura suave es una categoría popular en el turismo de aventura, ya que se dirige a un público más amplio.

1.3.5. Proveedor de turismo de aventura

Una cadena de suministro turístico es el sistema de personas, productos, actividades y materiales que obtienen un producto o servicio de su estado crudo a través de la producción y distribución al consumidor (ATTA, 2018). Al igual que con cualquier sector, los descuentos por volumen impulsan el precio masivo, por lo que los principales minoristas comercializan principalmente viajes selectos que venden en grandes volúmenes. La cadena de suministro de estos productos de turismo masivo suele ser muy simple, y comprende solo elementos de transporte y alojamiento.

Las cadenas de suministro varían de un destino a otro. Sin una cadena de suministro adecuada, el sector turístico no puede sobrevivir. Los proveedores de turismo son la columna vertebral de la industria del turismo. Los proveedores de turismo de aventura trabajan a un nivel diferente, tanto nacional como internacional.

En lo que se refiere al turismo de aventura, tiene un proceso más complejo, los productos de este segmento requieren especialización en conocimientos y operaciones. Los vínculos de la cadena de suministro del turismo de aventura son muy profundos, y esta es una de las razones clave por las que el turismo de aventura brinda mayores beneficios a nivel local (Flores, 2020).

El prestador de servicios de turismo de aventura, desde el reconocimiento de la mega diversidad del país, apegado también a las leyes que protegen los espacios para desarrollar la actividad y a sus actores. De acuerdo a lo mencionado por Ministerio de Turismo (2020) se conocen como prestadores de servicios turísticos:

- Guías y facilitadores de turismo. La prestación de este servicio se realizará a través de agencias de servicios turísticos conforme lo determinado por la normativa turística pertinente;
- Agencias de servicios turísticos cuya clasificación sea operador turístico;
- Agencias de servicios turísticos cuya clasificación sea agencia de viaje dual;
- Establecimientos de alojamiento turístico que realicen modalidades turísticas de aventura dentro de sus linderos;
- Establecimientos de alimentos y bebidas que realicen modalidades turísticas de aventura dentro de sus linderos. Se excluyen bares y discotecas; y,
- Centros de Turismo Comunitario que realicen modalidades de aventura dentro de sus linderos. (2020, pág. 3)

El MT y su reglamento de turismo de aventura, en el Cap. II, Art. 16, menciona las modalidades turísticas de aventura, de acuerdo al elemento natural donde se desarrollan.

1.3.6. Prácticas turísticas en la parroquia Pilaló

La parroquia Pilaló, es la más antigua del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. La historia data que fue creada el 14 de octubre de 1852, según el (PDYOT, 2020) en la parroquia Pilaló existen 9 recintos y una comunidad continuación, legalmente establecida; se observan los nombres de cada una de ellas tanto de la parte alta de la parroquia como la parte baja.

Tabla 3. Comunidades de la Parroquia Pilaló

Zona Alta	Zona Media	Zona Baja
<ul style="list-style-type: none"> • Apahua • Redrován • Milín • Chilca • Conucto • Corralpungo 	<ul style="list-style-type: none"> • Pilaló (cabecera parroquial) • La Planada • Chaupicruz 	<ul style="list-style-type: none"> • Choasillí • El Paraíso

Elaborado por: K Herrera
Tomado de: (PDYOT, 2020)

En lo que se refiere al aspecto turístico de la parroquia, posee varios atractivos, los mismos que se encuentran enlistados en el **Corredor Turístico**, sin embargo, existe la necesidad latente de establecer programas turísticos sustentables y atractivos, debido a una nula política de turismo. Para la presente investigación, al tratarse la parroquia Pilaló una localidad ubicada en la sierra ecuatoriana, las modalidades que se pueden desarrollar son las siguientes:

Senderismo: Una actividad recreativa que requiere de poca experiencia, la caminata y el disfrute de la naturaleza se convierten en los principales atractivos de esta práctica. Hernández & Caravaca (2015) mencionan:

Esto implica que el visitante camine o utilice un medio de transporte sin motor, como la bicicleta o el caballo para recorrer el sendero. No es una actividad competitiva. Las personas caminan a su propio ritmo con el propósito de realizar una actividad de ocio en parajes rurales o con atractivos naturales. (pág. 5)

Imagen 1. Sendero de Pilaló



Fotografía de B. Herrera (Pilaló, 2021)

En la parroquia, existen varias rutas para esta actividad, siendo las más visitadas el sendero a la Chorrera de Arrayán, a la Cueva Kunuk Yaku, Minus Uctu y Rumipungo, siendo caminos de exigencia baja y que pueden ser visitados en casi todo el año, teniendo un recorrido promedio entre 5 a 9 kilómetros.

Montañismo: La diferencia entre senderismo y montañismo se realiza normalmente por senderos señalizados y tiene una planificación más sistemática (Melendo & Arbonés, 2002). Además, conlleva varios días de travesía por entornos lejanos, el

montañismo tiene como finalidad de destino, la montaña y su cima, con rutas de más dificultad.

Imagen 2. Montañas de la parroquia Pilaló



Fotografía de B. Herrera (Pilaló, 2021)

El relieve es apto para actividades productivas, conservación y turísticas, entre ellas el cerro Pilaló, Quilotoa, Quince, Catorce, Dieciocho entre los más conocidos y visitados, los cuales cuentan con senderos básicos y en los cuales, los mismos habitantes pueden realizar una guía turística para el visitante.

Equitación: Es una actividad en la que se involucra varios factores que logran una sensación de bienestar y relajación del jinete, y se relacionado con el disfrute de la convivencia entre el jinete y el caballo, para enfocarse en el turismo, se apega a realizar paseos, excursiones a caballo, cursos de equitación, estancias hípcas (Zurita, 2018).

Imagen 3. Equitación



Tomado de: (GAD Parroquial Pilaló, 2021)

Ciclismo: El autor Gonzales (2021) menciona:

la práctica del ciclismo y del turismo ha formado una nueva modalidad turístico sostenible, denominada el cicloturismo, reconocida como una actividad física no competitiva que combina la bicicleta con el turismo; el cicloturismo se basa en un ejercicio moderado y surge como una propuesta de viaje en bicicleta para visitar lugares, pueblos y ciudades, por el placer de conocer nuevos lugares sin preocuparse del tiempo y siendo respetuosos con el medio ambiente. (pág. 11)

Imagen 4. Ciclismo



Tomado por: (Bedón, 2018)

Observación de la naturaleza: SECTUR (2002) define este tipo de turismo como el viaje que tienen como fin el realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y expresiones culturales que le envuelven, con el compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. (pág. 15)

Imagen 5. Observación de naturaleza



Fotografía de B. Herrera (Pilaló, 2021)

Estas actividades son las que se han realizado de manera informal en la parroquia Pilaló, es necesario, para que exista un beneficio sostenible para la comunidad, que se pueda formalizar. Las locaciones son las siguientes:

Tabla 4. Sitios turísticos atractivos

Nombre	Categoría
<i>Agua mineral “El Salado”</i>	Sitio natural
<i>Chorrera de Arrayán</i>	Sitio natural
<i>Cueva Kunuk Yaku</i>	Sitio natural
<i>Cueva Minus Uctu</i>	Sitio natural
<i>Cueva Rumipungo</i>	Sitio natural
<i>Picos rocosos de Sumirumi</i>	Sitio natural
<i>Restos de molinos de piedra</i>	Manifestación Cultural
<i>Roca arcos ventana</i>	Sitio natural
<i>Valle de Pilaló</i>	Sitio natural

Elaborado por: K Herrera

Tomado de: (PDYOT, 2020)

La mayoría de estos sitios, no han generado un interés por parte de los actores involucrados en el desarrollo turístico, social y económica de la parroquia, lo que ha resultado en impacto negativo. A través de un estudio de campo y observación se pudo determinar las falencias encontradas en cada uno de estos sitios:

Tabla 5. Atractivos turísticos naturales

Nombre	Acceso al sitio	Falencias encontradas
<i>Agua mineral “El Salado”</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización para llegar al lugar, desde la vía de Pilaló Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local
<i>Chorrera de Arrayán</i>	Asfaltado regular	Falta de un sendero definido Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Cueva Kunuk Yaku</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Cueva Minus Uctu</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización

		Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Cueva Rumipungo</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Picos rocosos de Sumirumi</i>	Empedrado	Falta de señalización, desde Apahua Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Roca arcos ventana</i>	Lastrado	Falta de señalización Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Valle de Pilaló</i>	Asfaltado bueno	Falta de señalización Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza

Elaborado por: K Herrera
Tomado de: (PDYOT, 2020)

Tabla 6. Atractivos turísticos culturales

Nombre	Acceso al sitio	Falencias encontradas
<i>Criadero de llamas y alpacas Apahua</i>	Asfaltado regular	Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Colección musical Sr. Luis Vaca</i>	Asfaltado regular	Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Campos agrícolas Chilca</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza Alojamiento
<i>Trapiches de Choasillí</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Camino Real del Inca</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización

		Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza Información cultural
<i>Elaboración de máscaras de madera</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local Guianza
<i>Gastronomía de Pilaló</i>	Asfaltado regular	Falta de señalización Nula publicidad por parte de las autoridades de turismo local

Elaborado por: B. Herrera
Tomado de: (PDYOT, 2020)

Como se puede observar en las tablas anteriores, existen atractivos turísticos naturales y culturales, sin embargo, tienen que ser mejorados en beneficio de los turistas y la colectividad involucrada. Las falencias son notorias e influyen gravemente en el desarrollo de la actividad.

1.4. Servicios Turísticos

1.4.1. Definición

En el Ecuador, el turismo representa una fuente de ingreso de divisas importante, por lo que disponer de productos y servicios turísticos de calidad, es primordial para el posicionamiento de la actividad como aporte a la economía del país, garantizando la seguridad y satisfacción del turista nacional e internacional. (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2018)

Los servicios de turismo y relacionados con viajes incluyen servicios prestados por hoteles y restaurantes (incluido el catering), agencias de viajes y servicios de operadores turísticos, servicios de guías turísticas y otros servicios relacionados. Un aspecto crucial del comercio de servicios turísticos es el movimiento transfronterizo de consumidores (modo 2). Esto permite que una variedad de trabajadores, incluidos los que se encuentran en áreas remotas, se conviertan en exportadores de servicios, por ejemplo, guiando a los turistas, actuando en eventos locales o trabajando en alojamientos turísticos. Si bien la digitalización ofrece un gran potencial para muchos

aspectos de los servicios turísticos, el sector sigue dependiendo en gran medida del movimiento transfronterizo de clientes y empleados, y sigue estando fuertemente vinculado a los servicios de transporte.

El turismo (y los servicios de viajes de negocios), en términos generales, se considera la industria más grande del mundo y una de las de más rápido crecimiento, y representa más de un tercio del comercio total de servicios. Altamente intensivo en mano de obra, es una fuente importante de generación de empleo, especialmente en áreas remotas y rurales. La demanda turística, tanto nacional como internacional, está directamente relacionada con los niveles de ingresos y, por lo tanto, ha prosperado a medida que aumenta la riqueza mundial.

A diferencia de la mayoría de los sectores de bienes y servicios, la liberalización del comercio de servicios turísticos es más a menudo un proceso de liberalización nacional, en lugar de obtener concesiones de los socios comerciales. La industria depende en gran medida de vínculos efectivos con una amplia gama de servicios de infraestructura, incluidos el transporte, los servicios financieros y las telecomunicaciones. La promoción del turismo sostenible puede tener un impacto importante en el alivio de la pobreza, debido a las importantes oportunidades de empleo para la mano de obra poco calificada, así como a la ubicación de muchas atracciones turísticas en áreas rurales y remotas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT / OMT) ha hecho hincapié en que debe haber una infraestructura adecuada (y suficientemente mantenida) para apoyar cualquier actividad turística prevista, tanto para el turismo nacional como internacional. Esto incluye instalaciones aeroportuarias, instalaciones portuarias, sistemas de carreteras y telecomunicaciones, así como suministros de agua, energía eléctrica e instalaciones de tratamiento de aguas residuales. Con respecto a las instalaciones turísticas reales, se debe considerar adecuadamente el alojamiento y la alimentación, así como el transporte local. Evidentemente, la liberalización del comercio, incluidos los compromisos en el modo 3 del AGCS, podría tener un efecto

significativo a la hora de proporcionar el capital, la tecnología y la experiencia en gestión necesarios.

Otro aspecto del comercio del turismo es el desarrollo sostenible. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT / OMT), el turismo sostenible se define generalmente como satisfacer las necesidades de los turistas actuales y las regiones receptoras, al tiempo que protege y mejora las oportunidades para el futuro. El desarrollo sostenible se puede definir como una mejora sostenida en la satisfacción de las necesidades de una población sin ejercer un impacto negativo en el medio ambiente, y el ecoturismo se define como un viaje responsable a áreas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de la población local. Aunque en ocasiones se ha culpado al turismo de masas por socavar la base socioeconómica de la vida local tradicional, los efectos positivos de un turismo bien gestionado pueden incluir el resurgimiento de las culturas locales.

Tabla 7. Diferencias entre Recurso-Producto/servicio turístico

<i>Recurso Turístico</i>	<i>Producto/Servicio Turístico</i>
<p>Los motivantes para elegirlo como destino son su atractivo y singularidad</p> <p>Entre más original es el destino, será más apreciado por sus potenciales visitantes, generando mayor demanda.</p> <p>Cuenta con la capacidad para sostener una buena atención a sus visitantes.</p> <p>Es el atractivo de los turistas por motivos de ocio o relajación.</p>	<p>Los servicios o productos turísticos están compuestos por factores tangibles, por ejemplo, un servicio de alimentación o una habitación decorada. Y por factores intangibles como: Información del sector visitado, la atención recibida, o la experiencia generada.</p> <p>Sus componentes principales son la calidad de los servicios y el estado de las instalaciones turísticas.</p> <p>No son almacenables, tienen fecha de caducidad (o mantenimiento-renovación)</p> <p>Su demanda varía de acuerdo a la época del año.</p> <p>Su implementación depende de costos fijos y variables</p> <p>Serán dependientes del recurso turístico y viceversa, deben satisfacer a los turistas con aspectos como alojamiento, alimentación, desplazamiento, de la calidad de estos factores dependerá su costo al público.</p>

Elaborado por: B. Herrera

Fuente: (Ferrel, 2019)

Al mencionar recurso, se entiende como el medio que permite lograr un objetivo o meta; en cuanto al servicio o producto, es aquel resultado de un plan elaborado, que sirve para la utilidad o consumo de los individuos.

1.4.2. Modos de suministro

La oferta de servicios turísticos se caracteriza principalmente por que el consumidor va o viene al proveedor, es decir, Modo 2. En este caso es el turista quien viaja desde su país de origen para tomar unas vacaciones en un país extranjero. De hecho, este es uno de los aspectos más cruciales del comercio internacional de servicios turísticos.

Las exportaciones del Modo 2 son provistas por intereses comerciales de todos los tamaños en el país extranjero. Esto va desde particulares que venden artesanías locales hasta hoteles multinacionales que venden alojamiento y comida, además de todas las pequeñas y medianas empresas que ofrecen una amplia gama de servicios a extranjeros del exterior. (Ministerio de Turismo, 2019)

Modo 1: El comercio de servicios turísticos, especialmente los servicios de agencias de viajes y operadores turísticos, se está volviendo cada vez más importante a medida que se expande el uso de Internet para las reservas de viajes. Ofrece oportunidades para que los proveedores de los países en desarrollo "eliminen al intermediario", reduciendo así las "fugas" y reteniendo una gran parte de los gastos de turismo a nivel nacional. (Ministerio de Turismo, 2019)

El modo 3 también es muy importante para el turismo a través del establecimiento de empresas que construyen instalaciones para la alimentación y el alojamiento, así como el transporte. Los compromisos de liberalización en esta área también podrían tener un efecto significativo al proporcionar la tecnología necesaria y la inversión de capital.

Modo 4: El comercio se caracteriza por el movimiento de trabajadores hoteleros y de otros sectores de la industria turística, tanto calificados como semi-calificados, normalmente por temporadas, y las remesas recibidas pueden ser una fuente importante de divisas para los países en desarrollo. (Ministerio de Turismo, 2019)

1.4.3. Cadena de turismo

En turismo, una cadena de suministros se aborda desde dos perspectivas: longitud y amplitud. La primera incluye los factores de intermediación que se da entre productor de servicios y el consumidor de estos. En tanto que la amplitud, es la intensidad en los niveles de intermediación (Santamaría E. , López, Miranda, & López, 2020).

Ilustración 1. Cadena de Turismo



Elaborado por: B. Herrera

Fuente: (Santamaría E., López, Miranda, & López, 2020)

En la ilustración se puede observar los factores que permiten la eficiencia de la cadena de turismo. El recurso turístico es la materia prima más relevante, en base a estos se desarrollan los otros componentes. Utilizar bien este recurso permite realzar el valor social y económico, sin llegar a un sobreprecio, maximizando la experiencia del turista con los recursos naturales y culturales que tiene un determinado lugar.

El transporte, en la mayoría de casos, es el factor que más retos representa. Si este tiene las características adecuadas, se cumplirá con los tiempos de viaje, entrega o recorrido que tenga el destino turístico. Al tener un sistema de transporte, se garantiza la confianza del turista para llegar a tiempo al lugar acordado; en este componente, las alianzas con entidades privadas para mejorar la capacidad de transporte son muy importantes, logrando optimización en el proceso.

En relación a la hospitalidad o alojamiento, es importante que cumplan con los estándares y normas de calidad impuestos por las autoridades turísticas de cada localidad, una por obtener los permisos de funcionamiento y otra razón para generar el interés del turista y la percepción que se tendrá del destino.

Sobre la gastronomía, debe cumplir con cuatro elementos fundamentales: calidad de las materias primas del producto, atractivo, experiencia culinaria y fenómeno cultural, representando alta calidad en el servicio de los alimentos, convirtiéndose en un motivante para elegir el lugar a visitar. La recreación, es un apoyo a los factores anteriores, relacionándose con el entretenimiento y la relajación, viéndose como un factor importante, a pesar de ser complementario también influyen en la decisión del turista.

1.4.4. Servicios turísticos en el Ecuador

De acuerdo al autor Romero (2017) el turismo es una actividad primordial y clave para el desarrollo económico del Ecuador. Con la inestabilidad del precio del petróleo, el recurso turístico se está convirtiendo en un motor económico muy relevante y sostenible, siendo importante que la zona a visitarse cuente con los servicios turísticos necesarios para la satisfacción del visitante.

Esto se apoya en lo mencionado por los autores Santamaría & López (2019) y se cita:

El turismo como sector impacta en el 2% del PIB del Ecuador, por ello es necesario que los esfuerzos de política pública creen beneficios más allá de lo económico, siendo necesario enfocar el estudio del sector en las implicaciones que existen en la sociedad a través del ofrecimiento de productos y servicios que sean atendidos como una marca país, para evitar gastos innecesarios y generar ingresos y mayor rentabilidad de la oferta turística actual. (pág. 418)

En este sentido, el servicio turístico en Ecuador ha ido mejorando en los últimos diez años, desde la infraestructura a cargo del estado hasta las instalaciones que cada empresa privada ha montado para lograr una ganancia estable, tanto para el turista como para el productor de turismo. En este sentido, el turismo no desaparecerá, porque siempre habrá la intención por parte de las personas de viajar, sin embargo, la programación que el turista tiene en cada visita cambia los paradigmas de los servicios

y productos turísticos. Es así que los gobiernos deben invertir en el sector tomando en cuenta cada uno de los eslabones de la cadena turística.

1.4.5. Servicio de Transporte a la parroquia Pilaló

En Ecuador existe una escasa oferta de transporte turístico y además, una baja promoción de este factor, sin embargo, las empresas dedicadas a esta labor han mejorado sus servicios y frecuencias. De acuerdo a Herrera, Argüello, & Villamarín (2019) un medio de transporte tiene un gran impacto en la actividad turística, el desplazamiento es necesario para llegar a una determinada localidad, en esto se incluye la creación, renovación de frecuencias, horarios y factor económico como principales beneficios para el turista.

De acuerdo al (INEC, 2020) existen 6806 unidades que pueden transportar hasta 40 pasajeros en ese año. Solo en la provincia de Cotopaxi, existen 55.015 vehículos matriculados, de estos el 95,4% son particulares y el 3.4% son de alquiler. Se puede destacar que la carretera principal (Panamericana Sur) tiene acceso a la parroquia Pilaló, en las siguientes frecuencias:

Tabla 8. Frecuencias de transporte a Pilaló

<i>Ruta</i>	<i>Horario</i>	<i>Coop. Transporte</i>
Ambato-Quevedo	05H00	Coop. Ambato
	13H00	Coop. Ambato
	04H00	Coop. La Maná
Latacunga-Quevedo	Buses salen cada hora Desde las 07H00 hasta las 19H00	Coop. Cotopaxi
Quevedo-Ambato	04H00	Coop. Ambato
	13H00	Coop. La Maná
Quevedo- Latacunga	Buses salen cada hora Desde las 07H00 hasta las 19H00	Coop. Cotopaxi

Elaborado por: B. Herrera

Fuente: Investigación propia

1.4.6. Servicios de Alojamiento en la parroquia Pilaló

Según lo establecido por el reglamento de alojamiento turístico (Ministerio de Turismo, 2016) El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros. Y sobre casa de huéspedes menciona:

“g) Casa de huéspedes: Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento.” (Art. 12, 2016)

De acuerdo al GAD Parroquial de Pilaló (2015) en la cabecera cantonal de la parroquia existen dos sitios de alojamiento temporal: La casa de Nubia (Casa de huéspedes- Categoría única) que cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado.

De acuerdo a este panorama el Ministerio de Turismo ha desarrollado proyectos para la implementación de servicios turísticos, teniendo como objetivos estratégicos, incrementar la oferta de servicios turísticos a nivel nacional y que estos se enfoquen en la alta calidad, a su vez, generando ingresos y participación del turismo en la economía nacional. Sobre los proveedores de servicios turísticos en la parroquia Pilaló, en lo que se refiere a sitios de alojamiento y de alimentación se puede citar los siguientes:

Tabla 9. Sitios de alojamiento

<i>Nombre</i>	Tipo de alojamiento	Clase
<i>Posada de Homero</i>	Hostería	2 estrellas
<i>Hostal Tigua</i>	Hostería	2 estrellas
<i>Alpaca Quilotoa</i>	Hostería	2 estrellas
<i>Crater lake</i>	Hostería	2 estrellas
<i>Divino Niño</i>	Casa de huéspedes	2 estrellas

Elaborado por: K Herrera

Fuente: Investigación propia

1.4.7. Servicios de Gastronomía en la parroquia Pilaló

La gastronomía de la parroquia se caracteriza por ser tradicional de la región sierra, los restaurantes que existen en la zona especializan sus platos en sopas y platos fuertes característicos de la zona andina, como el aguado de gallina, tortillas con choclo y fritada.

Tabla 10. Sitios de servicio gastronómico

<i>Nombre</i>	<i>Tipo de alojamiento</i>	<i>Clase</i>
<i>Picantería Olguita</i>	Categoría 1	1 tenedor
<i>Restaurante Doña Nubia</i>	Categoría 1	1 tenedor
<i>Comedor Magaly</i>	Categoría 1	1 tenedor

Elaborado por: K Herrera

Fuente: Investigación propia

1.4.8. Servicios de recreación en la parroquia Pilaló

No existe información sustentada sobre servicios de recreación en la parroquia, ni tampoco sobre empresas que se dediquen a esta actividad, se puede destacar que las áreas verdes son amplias y de fácil acceso, sin que exista alguien que controle el ingreso y menos aún se genere algún beneficio económico en la zona basado en este factor.

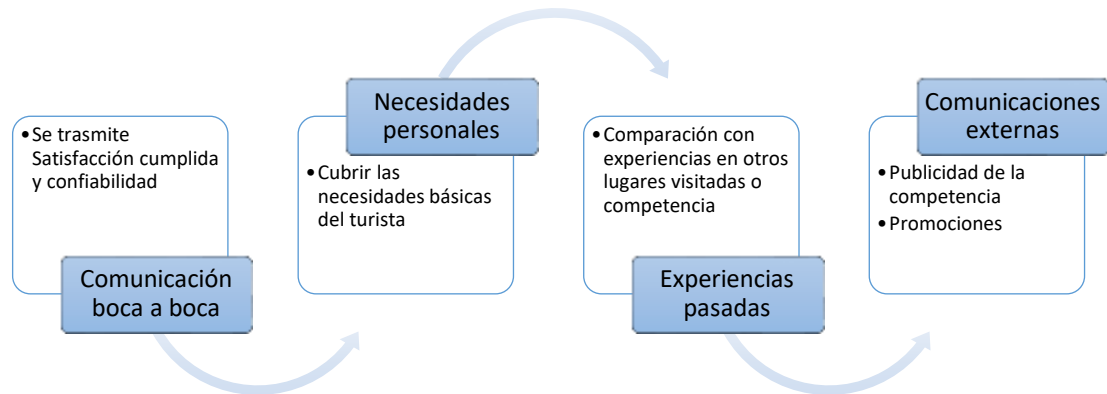
1.5. Factores de calidad de los servicios turísticos

La calidad del servicio turístico en una organización se define en términos de calidad de excelencia, calidad de valor, calidad de conformidad hasta cierto punto, y la calidad se considera muy importante para cumplir con las expectativas de los clientes de turismo. Por lo tanto, la excelencia en la calidad del servicio turístico que implica el uso de tecnología de calidad del servicio se está volviendo muy importante.

Los autores Bonilla & Guerrero (2018) uno de los objetivos primordiales de la calidad es cumplir con las necesidades del cliente, generando satisfacción en sus gustos, basando estos procesos en la innovación de servicios, productos, nuevas tecnologías y la posición de la competencia.

En este sentido, un cliente satisfecho generará publicidad expresando las cualidades brindadas en el servicio a través del boca a boca, que se ha convertido en una especie de promoción de alta credibilidad.

Ilustración 2. Etapas para formación de calidad



Elaborado por: K Herrera
Fuente: (Bonilla & Guerrero, 2018)

Como se puede observar en la ilustración, estos factores de calidad influyen en la percepción de los servicios que el turista recibe, lo que para una próxima visita genera expectativas que, al ser cumplidas, el visitante tendrá una sensación de un buen nivel de calidad en la oferta de servicios que tenga el destino, convirtiendo al factor calidad en un punto de competitividad del lugar visitado.

La calidad de las empresas turísticas, si se estimula y se orienta estrictamente, es un elemento estratégico muy importante, porque determina el más alto nivel de competitividad. La calidad en los servicios se ha impuesto como conformidad con las demandas del cliente. Las empresas realizan esfuerzos en lo que se refiere a la mejora de la calidad del servicio, siendo tanto un objetivo de la gestión del servicio como una estrategia en su desarrollo futuro.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Analizar la calidad de los servicios turísticos de aventura en la parroquia Pilaló del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

Se determinó la calidad de los servicios turísticos mediante las etapas de formación de la calidad. Mediante las encuestas se pudo verificar que a la mayoría de visitantes les gusta el clima y los paisajes de la parroquia, y transmiten esto como recomendación para otros visitantes. Sin embargo, también mencionan que no existen sitios de alojamiento que superen las expectativas para cubrir necesidades personales como servicios básicos, comunicación, entretenimiento y ocio. Esto ha generado una experiencia con una percepción de baja calidad en cuanto a servicios turísticos. Este deterioro también se da por falta de infraestructura de alojamiento, de servicios gastronómicos y turísticos. A esto se añade que no existe publicidad en ningún medio de comunicación. Y ningún tipo de contenido oficial en plataformas digitales, redes sociales, ni medios de comunicación, lo cual afecta al posicionamiento de la parroquia en el mercado turístico.

1.6.2. Objetivos específicos

- Caracterizar a los visitantes que buscan practicar actividades turísticas de aventura.

Se cumplió este objetivo mediante la encuesta realizada, aquí se analizó el aspecto sociodemográfico de los visitantes y que preferencias tienen en lo que se relaciona a servicios y tipo de turismo que pueden realizar en la parroquia. Se pudo constatar que los servicios que existen son pocos y de baja calidad, además, los productos turísticos no son ofertados adecuadamente y no hay interés por parte de las instituciones encargadas para mejorar estos aspectos.

- Analizar la percepción sobre la calidad de los servicios turísticos por parte de los turistas que visitan la parroquia Pilaló.

En el análisis de resultados, también se pudo estudiar la calidad de servicios turísticos que tiene la localidad, teniendo como derivación que los servicios existentes no cumplen adecuadamente con las exigencias de los turistas y que existen recursos naturales que no han sido bien gestionados, y no son del

conocimiento del turista. También se comprendió las características, preferencias, actitudes y opiniones de los visitantes como puntos importantes de partida para cualquier destino turístico. En este punto, se ve necesario aplicar una investigación de mercado que puede ayudar a identificar nuevos mercados y monitorear el desempeño del turismo de la parroquia.

- Estudiar los factores que influyen en la calidad de servicios turísticos de las empresas de turismo de aventura de dicha parroquia.

Mediante el estudio de información recolectada en el marco teórico, se pudo comprobar que factores forman parte del proceso turístico de la parroquia Pilaló. Así también, se determinó la inexistencia de empresas que brinden oferta turística de la zona, y el poco interés por parte de autoridades para incrementar el potencial turístico de Pilaló y sus alrededores. Se puede concluir que antes de comprar o usar un producto o servicio, los clientes siempre tienen sus expectativas personales sobre su desempeño. Después de comprar o usar un producto o servicio, si el resultado es igual o mejor que la expectativa, significa que la expectativa tiene una confirmación positiva. En caso contrario, si el resultado es inferior al esperado, tenemos confirmación negativa. Se dice que los clientes están satisfechos solo si hay confirmaciones positivas de expectativas. Sin embargo, en cualquier caso, el nivel de satisfacción del cliente es diferente entre diferentes clientes porque cada uno de ellos es dueño de sus necesidades, demandas y experiencias personales.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

En este capítulo se estudiará la metodología de investigación que se aplicará al presente trabajo de investigación.

2.1. Métodos

Se utilizó el método analítico para establecer conceptos de varios autores con el fin de llegar a una síntesis de la problemática existente, que es la falta de servicios turísticos en la parroquia Pilaló. Se estudió varios conceptos básicos propuestos en las variables para que el proyecto tenga sustento científico.

El método deductivo sirvió para verificar la verdad a partir de los conocimientos más generalizados y generaron conocimientos específicos, conclusiones puntuales para cada concepto y apegado al tema de la investigación. Esto permitió crear soluciones al problema respetando los parámetros y normativas de la síntesis lograda.

2.1.1. Diseño de la investigación

El diseño fue transversal no experimental, debido a que no se manipula ningún elemento de la investigación, el propósito de este tipo de diseño fue observar los fenómenos dentro de un periodo de tiempo determinado. A esto se sumó, que se levantó un registro de datos en un lugar en específico, en este caso, la parroquia Pilaló, determinándose como puede influir el turismo de aventura en el desarrollo socioeconómico.

2.1.1. Alcance de la investigación

Este fue exploratorio y descriptivo; exploratorio porque investigó un problema o tema novedoso y que no ha tenido estudios adecuados, en este caso, el turismo de aventura en la parroquia Pilaló. Y descriptivo, porque se señaló las características principales, aspectos o factores de cualquier objeto o situación de estudio, siendo los servicios turísticos de los cuales carece la parroquia y que se busca mejorar.

2.2. Población y muestra

Mediante la recolección de datos e investigación de la cantidad de turistas potenciales que visitan el cantón Pujilí, que en promedio en el año 2020 se estiman que visitaron el cantón 125,000 personas (GAD Pujilí, 2020).

A partir de este dato, se extraerá la muestra, aplicando la siguiente fórmula:

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

donde:

n = tamaño de la muestra.

z = nivel de confianza 95% = 1.96

N = Población = 125000

p = variabilidad negativa = 0,5

q = variabilidad positiva = 0,5

e = error = 0.07

$$n = \frac{1,96 * 0,5 * 0,5 * 125000}{0,07^2 (125000 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 195,69$$

De la población se determina que la muestra sean 195 personas.

2.3. Plan de recolección de datos y análisis de resultados

Tabla 11. Plan de recolección de datos y análisis de resultados

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Determinar que servicios turísticos oferta la parroquia Pilaló, a los visitantes que buscan practicar Turismo de Aventura
¿A quién se investiga?	Potenciales visitantes de la parroquia Pilaló
¿Sobre qué aspectos?	Turismo de Aventura y Servicios turísticos
¿Quién?	Investigadora: Belén Herrera
¿Cuándo?	Septiembre 2021 – Marzo 2022

¿Dónde?	Parroquia Pilaló
¿Cuántas veces?	Una sola vez
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
¿Con qué?	Cuestionario
¿En qué situación?	Durante fines de semana

Elaborado por: B. Herrera

2.4. Análisis de fiabilidad (Alfa de Cronbach)

Para determinar la fiabilidad de la encuesta, se aplicará la herramienta estadística Alfa de Cronbach, la cual indica que, si la fiabilidad se acerca a 1, la encuesta es confiable; mientras que si es 0 representa confiabilidad nula. Este análisis se realizará con una muestra piloto de 20 personas y aplicando respuestas con Escala de Likert. Como se puede observar a continuación, el alfa de Cronbach con 6 elementos probados es de 0.8; lo cual indica que la encuesta tiene una fiabilidad casi perfecta.

Tabla 12. Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,8	6

Elaborado por: B. Herrera (2021)

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

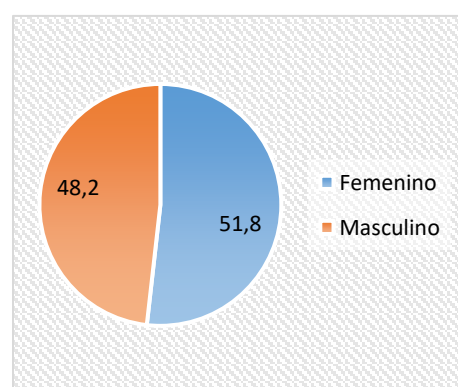
3.1. Análisis y discusión de los resultados

Para el análisis de resultados se tabuló la información recolectada a través de las encuestas en el programa SPSS, mientras que los gráficos se realizaron en Microsoft Excel. Se inicia con la situación demográfica:

Tabla 13. Género

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	101	51,8
Masculino	94	48,2
Total	195	100,0

Gráfico 1. Género



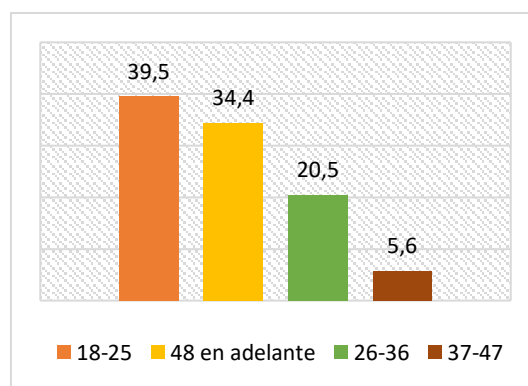
Elaborado por: B. Herrera (2021)

Fuente: Encuesta

Tabla 14. Edad

	Frecuencia	Porcentaje
18-25	77	39,5
48 en adelante	67	34,4
26-36	40	20,5
37-47	11	5,6
Total	195	100,0

Gráfico 2. Edad



Elaborado por: B. Herrera (2021)

Fuente: Encuesta

En lo que se refiere a género, 101 personas que representan el 51.8% de los encuestados son mujeres, mientras que 94 personas que son el 48.2% son hombres. En relación a la edad de los encuestados, por orden de porcentaje, el 39.5% oscila una edad entre 18-25 años, seguidos por el 34.4% que tienen 48 años en adelante; el 20.5% tienen entre 26-36 años, y por último un 5.6% que tienen de 37-47 años. Estos datos

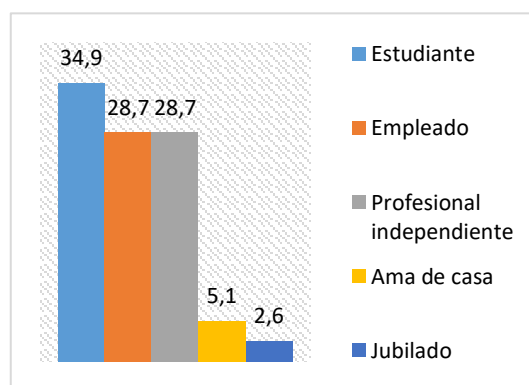
nos indican que los potenciales visitantes a la parroquia Pilaló en su mayoría son personas que tienen entre 18 a 48 años en adelante, lo que significa que la parroquia tiene una atracción para personas de mayoría de edad en adelante, lo que brinda una oportunidad de generar servicios turísticos acordes a estos rangos de edad, entre las opciones puede incluirse el turismo de aventura.

Profesión del turista

Tabla 15. Profesión

	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	68	34,9
Empleado	56	28,7
Profesional independiente	56	28,7
Ama de casa	10	5,1
Jubilado	5	2,6
Total	195	100,0

Gráfico 3. Profesión



Elaborado por: B. Herrera (2021)

Fuente: Encuesta

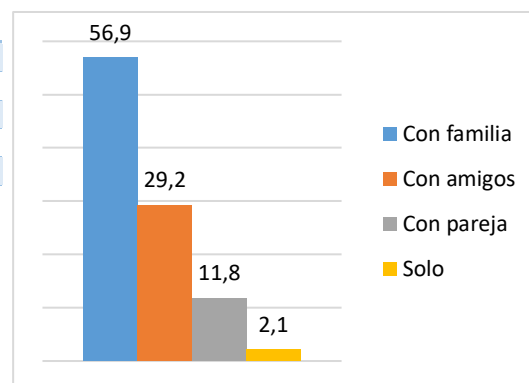
Del total de encuestados, el 34.9% son estudiantes; seguido por un 28.7% que son empleados y profesionales independientes; 5.1% son amas de casa; 2.6% son jubilados. En este contexto, significa que personas de todas las profesionales han visitado la parroquia por lo menos en una ocasión, demostrando interés por conocer sus atractivos, gastronomía y servicios turísticos.

Actividades turísticas

Tabla 16. Forma de realizar turismo

	Frecuencia	Porcentaje
Con familia	111	56,9
Con amigos	57	29,2
Con pareja	23	11,8
Solo	4	2,1
Total	195	100,0

Gráfico 4. Forma de realizar turismo



Elaborado por: B. Herrera (2021)

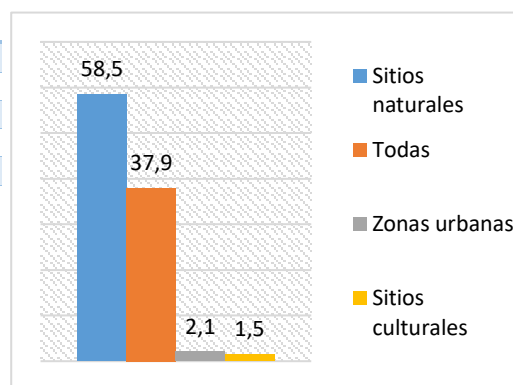
Fuente: Encuesta

La mayoría de turistas, siendo el 56.9% de encuestados realiza actividades turísticas con su familia; el 29.2% con amigos; un 11.8% con pareja; y el 2.1% solos. Esto se presta a que el turista busca distraerse en compañía de personas que estima, siendo necesario que las actividades turísticas que se oferten en la parroquia Pilaló estén destinadas a todos los integrantes de la familia, incluso ofreciendo ambientes “Petfriendly” para que los turistas puedan llevar a sus mascotas.

Tabla 17. Sitios favoritos para turismo

	Frecuencia	Porcentaje
Sitios naturales	114	58,5
Todas	74	37,9
Zonas urbanas	4	2,1
Sitios culturales	3	1,5
Total	195	100,0

Gráfico 5. Sitios favoritos para turismo



Elaborado por: B. Herrera (2021)

Fuente: Encuesta

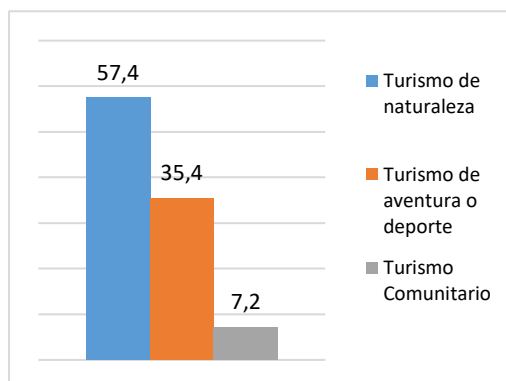
En orden de porcentaje, de mayor a menor, el 58.5% prefiere visitar en sitios naturales, donde pueda observar y sentir la flora y fauna; seguido por un 37.9% que les gusta visitar zonas de todos los aspectos, ya sean naturales, culturales o urbanas; 2.1% les gusta visitar zonas urbanas y, por último, el 1.5% gustan visitar sitios culturales.

Lo que significa que las personas prefieren salir de la ciudad a sitios que tengan atractivos naturales como senderos, cascadas, montañas, playas entre otros. Siendo una posibilidad que visiten la parroquia Pilaló que se encuentra rodeada de montañas y zonas naturales muy amplias.

Tabla 18. Tipo de turismo

	Frecuencia	Porcentaje
Turismo de naturaleza	112	57,4
Turismo de aventura o deporte	69	35,4
Turismo Comunitario	14	7,2
Total	195	100,0

Gráfico 6. Tipo de turismo



Elaborado por: B. Herrera (2021)

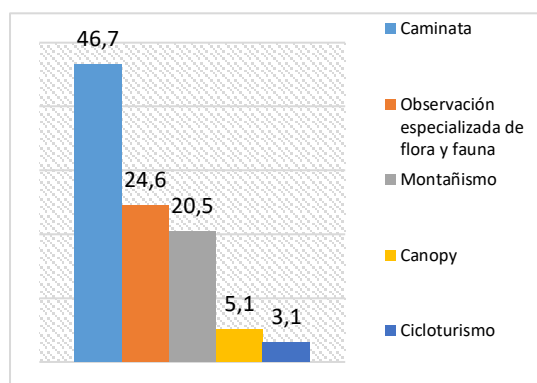
Fuente: Encuesta

Sobre el tipo de turismo preferido por el visitante, el 57.4% prefiere el turismo de naturaleza; seguido por el 35.4% que busca realizar actividades turísticas de aventura o deporte; mientras que el 7.3% desea realizar turismo comunitario. Esto significa que actividades como senderismo, montañismo, ciclismo de montaña, observación de flora y fauna son las más atractivas para el visitante, tomando en cuenta estos factores, la parroquia Pilaló se presta para todas estas actividades.

Tabla 19. Actividad turística preferida

	Frecuencia	Porcentaje
Caminata	91	46,7
Observación especializada de flora y fauna	48	24,6
Montañismo	40	20,5
Canopy	10	5,1
Cicloturismo	6	3,1
Total	195	100,0

Gráfico 7. Actividad turística preferida



Elaborado por: B. Herrera (2021)

Fuente: Encuesta

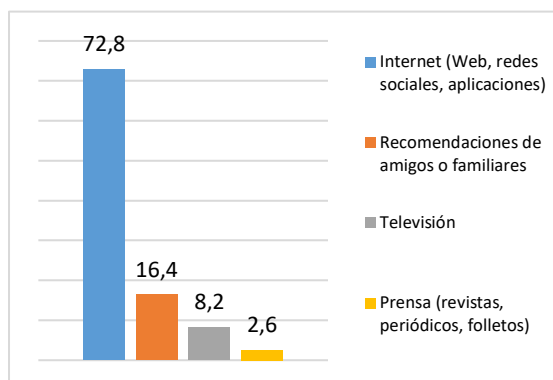
Del total de encuestados, el 46.7% prefiere realizar caminatas en parajes naturales; seguidos por un 24.6% que le gusta la observación de la flora y fauna; un 20.5% prefiere el montañismo. El 5.1% prefiere realizar actividades como Canopy; mientras que el 3.1% desea realizar cicloturismo. Por esto es importante una mejora general de la infraestructura turística de la parroquia, debido a que cuenta con los recursos

naturales para realizar estas actividades, esto ayudaría a mejorar la vida socioeconómica de muchas familias del sector.

Tabla 20. Medio de información turística

	Frecuencia	Porcentaje
Internet (Web, redes sociales, aplicaciones)	142	72,8
Recomendaciones de amigos o familiares	32	16,4
Televisión	16	8,2
Prensa (revistas, periódicos, folletos)	5	2,6
Total	195	100,0

Gráfico 8. Medio de información turística



Elaborado por: B. Herrera (2021)

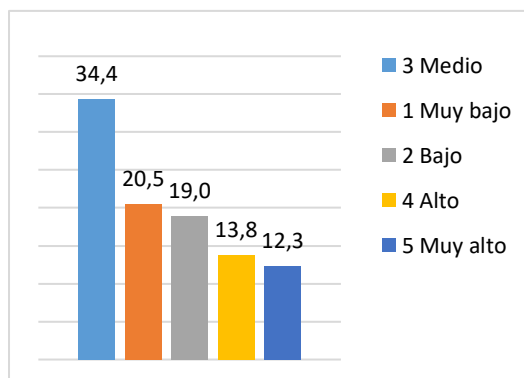
Fuente: Encuesta

En esta era digital, la mayoría de encuestados, con el 72.8% se entera de sitios turísticos a través del internet, ya sea en páginas web, redes sociales o aplicaciones; en menor cantidad, el 16.4% se guió por recomendaciones de amigos o familiares; un 8.2% a través de la televisión y, por último, el 2.6% se informó por medios impresos. Este aspecto es importante debido a que la localidad sabrá porque medio de comunicación darse a conocer, generando campañas publicitarias a través de redes sociales o plataformas digitales.

Tabla 21. Promoción turística de la parroquia

	Frecuencia	Porcentaje
3 Medio	67	34,4
1 Muy bajo	40	20,5
2 Bajo	37	19,0
4 Alto	27	13,8
5 Muy alto	24	12,3
Total	195	100,0

Gráfico 9. Promoción turística de la parroquia



Elaborado por: B. Herrera (2021)

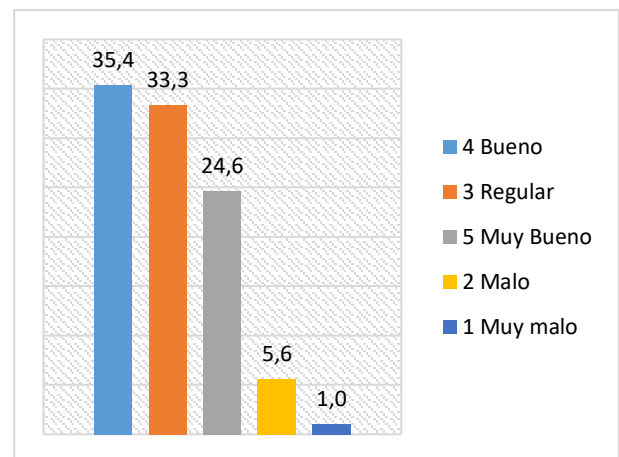
Fuente: Encuesta

En la pregunta sobre promoción turística, y en orden de consideración; el 34.4% de los turistas encuestados considera que la promoción que tiene la parroquia es media; seguida por un 20.5% que es muy baja la publicidad que se realiza sobre la parroquia; seguido por un 19% que consideran que es baja; y apenas un 13.8% y 12.3% cree que la información turística de la parroquia es alta y muy alta respectivamente. Lastimosamente, a pesar de los esfuerzos en los últimos 3 años por parte de las autoridades parroquiales, no existe un presupuesto asignado a la promoción y publicidad de la comunidad, a esto se suma la escasez de productos, bienes y servicios turísticos que oferta la parroquia Pilaló.

Tabla 22. Acceso vial de la parroquia

	Frecuencia	Porcentaje
4 Bueno	69	35,4
3 Regular	65	33,3
5 Muy Bueno	48	24,6
2 Malo	11	5,6
1 Muy malo	2	1,0
Total	195	100,0

Gráfico 10. Acceso vial de la parroquia



Elaborado por: B. Herrera (2021)

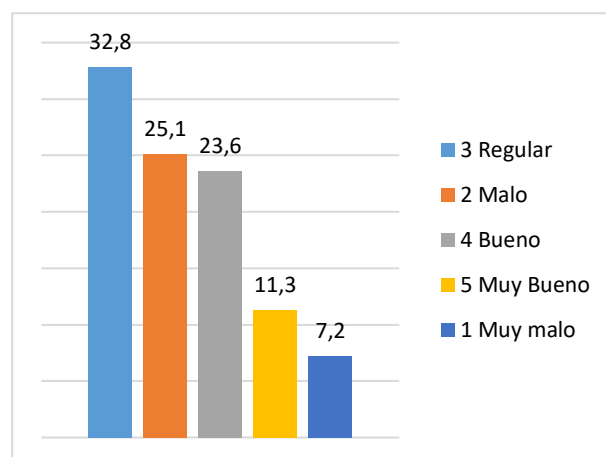
Fuente: Encuesta

En orden, el 35.4% de los encuestados consideran que el acceso vial a la parroquia Pilaló es bueno; seguido por el 33.3% que cree que la vía es regular; mientras que el 24.6% de visitantes creen que la carretera es muy buena; por último, un pequeño sector 5.6% y 1% consideran que el acceso vial es muy malo. En resumen, el viajero promedio que ha visitado la parroquia considera que el estado vial es bueno, sin embargo, es necesario se realice un mantenimiento continuo a la carretera Latacunga-La Maná que es la que atraviesa por la parroquia y permite el acceso a ella, esto debido a que por el clima y el desgaste la carretera ha sufrido algunos daños en varios sectores.

Tabla 23. Alojamiento de la parroquia

	Frecuencia	Porcentaje
3 Regular	64	32,8
2 Malo	49	25,1
4 Bueno	46	23,6
5 Muy Bueno	22	11,3
1 Muy malo	14	7,2
Total	195	100,0

Gráfico 11. Alojamiento de la parroquia



Elaborado por: B. Herrera (2021)

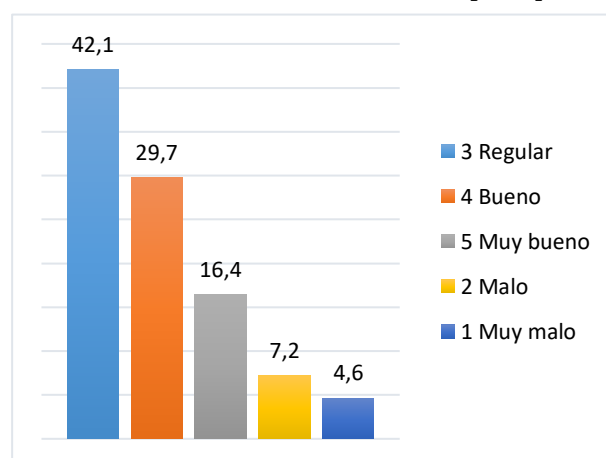
Fuente: Encuesta

Del total de encuestados, el 32.8% considera que el alojamiento que existe en la parroquia es regular; seguido por un 25.1% que consideran que este factor es malo; el 23.6% creen que es bueno; seguido por un 11.3% que creen que es muy bueno; y un 7.2% que consideran el alojamiento como muy malo. En síntesis, el alojamiento de la parroquia es regular acercándose a malo, debido a que la afluencia de turistas no ha generado el interés para implementar una infraestructura de alojamiento adecuada y que llame la atención de los visitantes. A pesar de tener recursos naturales que se pueden explotar para los turistas, los habitantes de la parroquia no se han interesado en mejorar la oferta turística.

Tabla 24. Servicio restaurantero de la parroquia

	Frecuencia	Porcentaje
3 Regular	82	42,1
4 Bueno	58	29,7
5 Muy bueno	32	16,4
2 Malo	14	7,2
1 Muy malo	9	4,6
Total	195	100,0

Gráfico 12. Servicio restaurantero de la parroquia



Elaborado por: B. Herrera (2021)

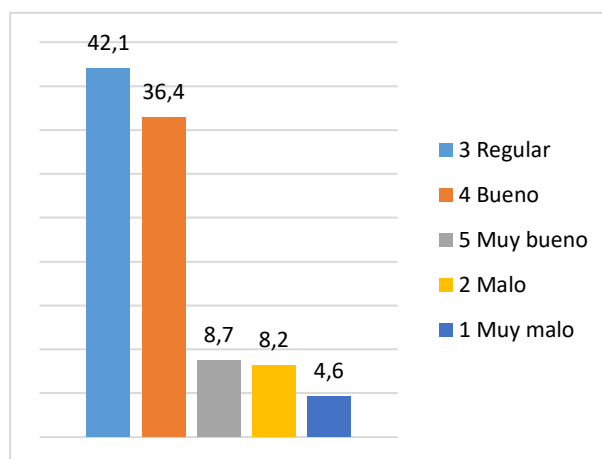
Fuente: Encuesta

Sobre el servicio de restaurantes en la parroquia, el 42.1% de los encuestados considera que este factor es regular; el 29.7% lo considera bueno; seguido por el 16.4% que cree que el servicio es muy bueno; mientras que el 7.2% cree que los restaurantes de la parroquia son malos y, por último, el 4.6% los considera muy malos. Esto significa que, a pesar de la poca oferta gastronómica, está si es satisfactoria para el visitante, incluso la parroquia se ha convertido en una parada en el trayecto de los viajeros entre sierra y costa, este es un aspecto que puede favorecer a las personas interesadas en implementar alojamiento.

Tabla 25. Servicio de transporte hacia la parroquia

	Frecuencia	Porcentaje
3 Regular	82	42,1
4 Bueno	71	36,4
5 Muy bueno	17	8,7
2 Malo	16	8,2
1 Muy malo	9	4,6
Total	195	100,0

Gráfico 13. Servicio de transporte hacia la parroquia



Elaborado por: B. Herrera (2021)

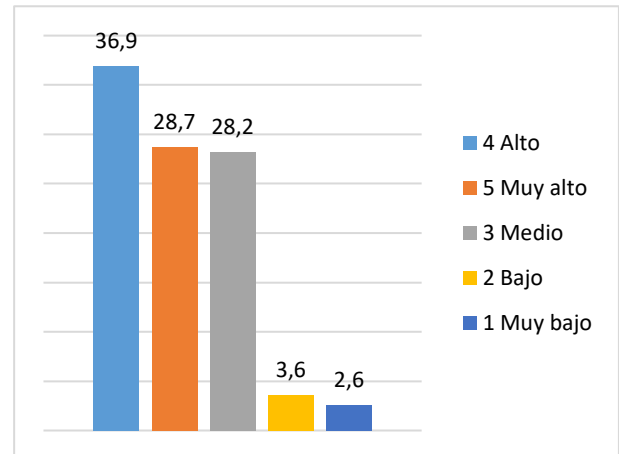
Fuente: Encuesta

En cuanto al servicio de transporte público que llega a la parroquia, el 42.1% de los encuestados, considera que el servicio es regular; el 36.4% cree que es bueno; el 8.7% que es muy bueno; el 8.2% que el servicio es malo; y por último, el 4.6% que el servicio es muy malo. Para acceder a Pilaló, existen cooperativas de transporte de pasajeros que prestan sus servicios y que hacen parada en la parroquia en el trayecto hacia Quevedo. Coop. Cotopaxi y Coop. Ciro desde Latacunga y Coop. La Maná y Coop. Ambato, desde la ciudad de Ambato; al cubrir la ruta Ambato-Quevedo o Latacunga-Quevedo, las mencionadas empresas de transporte público han incrementado sus horarios, pero no la calidad de su viaje, implementado mejoras pequeñas, la calidad del servicio se acrecentaría exponencialmente y sería atractivo para el visitante.

Tabla 26. Importancia Turismo de aventura e impacto

	Frecuencia	Porcentaje
4 Alto	72	36,9
5 Muy alto	56	28,7
3 Medio	55	28,2
2 Bajo	7	3,6
1 Muy bajo	5	2,6
Total	195	100,0

Gráfico 14. Importancia Turismo de aventura e impacto



Elaborado por: B. Herrera (2021)

Fuente: Encuesta

Sobre el impacto del turismo de aventura en el desarrollo de una determinada localidad; el 36.9% considera que este tipo de turismo tendría un alto impacto; el 28.7% que es muy alto; el 28.2% que el impacto es medio; mientras que el 3.6% y el 2.6% consideran que es bajo y muy bajo respectivamente. El turismo es uno de los principales motores de la economía mundial y también pasa a ser una industria importante. Cuando se trata de viajar a un lugar determinado, depende más del país en cuestión que de cualquier otra cosa. El turismo de aventura junto con el turismo general a menudo impulsa la economía local. A menudo conduce a la creación de más puestos de trabajo, ayuda a crear servicios especializados para atender a este sector e incluso da lugar a la creación de otras industrias debido al interés turístico, por ejemplo, clases de montañismo para principiantes en las montañas de Pilaló, observación de flora y fauna, senderismo, entre otras actividades.

Como resultado del interés mostrado en los deportes de aventura y dada la conciencia del consumidor sobre los temas ambientales, más empresas han comenzado a enfocarse en la creación de paquetes turísticos amigables con el medio ambiente, con un enfoque en las energías renovables. Como resultado, más empresas han comenzado a enfocarse más en capacitar y ayudar a los lugareños a mantener mejor su entorno natural. Desde ayudarlos a combatir la escasez de agua hasta educar a los turistas para que no tiren basura, estas empresas turísticas están haciendo todo lo posible para ayudar a preservar la región.

3.2. Verificación de hipótesis

Para la verificación de hipótesis se planteó dos panoramas, enunciándose de la siguiente manera:

Hipótesis alternativa: Los servicios turísticos SI inciden en la operación de Turismo de Aventura en la parroquia Pilaló.

Hipótesis nula: Los servicios turísticos NO inciden en la operación de Turismo de Aventura en la parroquia Pilaló.

Estos enunciados responden a criterios de exclusividad de esta investigación, y se puede determinar que están relacionadas y son comprobables. Y se utilizó la herramienta estadística de correlación que se presenta a continuación:

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	-0,152	0,059	-2,564	0,010
N de casos válidos		195			

El error estándar asintótico menor a 1 (0,059) y la significación aproximada menor a 0,05 (0,010), reafirman la hipótesis alterna.

Se analizó tablas cruzadas entre las preferencias de compañía del turista al momento de viajar y la calificación de los servicios de turismo de la parroquia Pilaló, según la correlación de Tau-b de Kendall se reafirmó la hipótesis alterna que dice: Los servicios turísticos SI inciden en la operación de Turismo de Aventura en la parroquia Pilaló.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Terminada la investigación, recolección de datos y análisis de los mismos, se puede concluir que:

- Se pudo realizar la investigación sobre los conceptos de Turismo de aventura y servicios turísticos, con aportes científicos y teóricos de varios autores nacionales e internacionales, con el fin de tener varias perspectivas o puntos de vista de estos conceptos para llegar a una síntesis de ideas, las mismas que servirán para determinar cómo impactará el turismo de aventura en el implemento de servicios turísticos en la parroquia Pilaló de la provincia de Cotopaxi.
- De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, se establece que la parroquia tiene un potencial de atractivos para el público en general. El clima, los accesos viales, la fauna, flora, actividades culturales, deportivas y gastronómicas, generan interés para el visitante promedio. Depende totalmente de que sus habitantes y autoridades llegue a acuerdos para crear ofertas atractivas que generen el interés de los visitantes y turistas.
- En sí, no existen empresas de turismo en la parroquia Pilaló, esto dificulta el acceso a información sobre qué tipo de actividades se pueden realizar en la misma. Por esto es necesario crear una empresa que oferte servicios dirigidos a los viajeros de paso, permanentes y turistas temporales que deseen conocer los atractivos naturales que rodean a la parroquia. En este punto es necesario también que las autoridades se involucren más en la difusión de la imagen de la localidad y que socialicen con los habitantes posibles proyectos y beneficios que se logre con el turismo de aventura.

4.2. Recomendaciones

En base a las conclusiones, se recomienda:

- Incentivar a la colectividad académica se realicen más investigaciones sobre los recursos naturales y el atractivo turístico que pueden generar, a su vez, como estas investigaciones pueden ayudar a incrementar el beneficio comunitario de zonas rurales que requieren mejorar su sustento económico, en bien de sus habitantes.
- Al existir un atractivo turístico que se basa en el recurso natural, se recomienda que cualquier tipo de turismo que se desarrolle debe respetar normas y procesos de sostenibilidad, que no dañen el entorno y que el beneficio se destine, ya sea directa o indirectamente para los habitantes de la parroquia, de esta manera se motivará a que se invierta más en infraestructura turística y sus servicios.
- Si no existe una empresa de turismo en la parroquia, y tampoco se de la factibilidad de crear la misma, se recomienda que las autoridades parroquiales soliciten apoyo de las entidades gubernamentales del cantón Pujilí y de la provincia Cotopaxi para que la parroquia sea tomada en cuenta en las planificaciones a mediano y largo plazo en lo que se refiere a desarrollo turístico, este tipo de planificaciones se convertirán en proyectos de turismo comunitario que incluyan varias actividades que se pueden realizar en la parroquia.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Diseño de un plan integral de servicios y productos turísticos en la parroquia Pilaló

5.1.1. Introducción

La importancia de la industria de viajes y turismo como uno de los principales contribuyentes a la salud económica y social de países y regiones de todo el mundo ha aumentado significativamente. El turismo se considera comúnmente, no solo como una fuente importante de empleo, sino también como un catalizador para la regeneración urbana y rural.

Al igual que todos los tipos de desarrollo económico, los viajes y el turismo deben realizarse de manera planificada y ordenada. Esto se logra mejor a través de la realización e implementación de un Plan integral de Servicios y productos turísticos.

A diferencia de otras industrias importantes, el turismo está muy fragmentado. Un enfoque planificado para el desarrollo y la comercialización de productos turísticos es esencial para que su sector turístico desarrolle todo su potencial económico. Este tipo de planes deben esbozar tanto una estrategia de desarrollo general para guiar un proceso amplio como declaraciones/objetivos de política claros y concisos que describan recomendaciones específicas para ser implementadas en una determinada localidad, en este caso la parroquia Pilaló del cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi.

Con la propuesta, se busca mejorar la calidad de los servicios turísticos de la parroquia, basados en la expectativa generada por el turista, su percepción y la recomendación que hacen a otros potenciales visitantes.

5.2. Marco conceptual

5.2.1. Productos y servicios turísticos

Tal como lo define la OMT, un producto turístico es una combinación de elementos tangibles e intangibles, como recursos naturales, culturales y artificiales, atracciones, instalaciones, servicios y actividades en torno a un centro de interés específico que representa el núcleo del marketing del destino, mezclan y crean una experiencia general para el visitante que incluye aspectos emocionales para los clientes potenciales. Un producto turístico tiene un precio y se vende a través de canales de distribución y tiene un ciclo de vida.

Los productos turísticos incluyen todos los servicios o experiencias que se ofrecen principalmente a los turistas en el destino que visitan, como alojamiento, restaurantes, excursiones de pesca, excursiones de caza, recorridos por las montañas o vales, visitas turísticas, museos, centros culturales, tiendas de artesanías o indígenas. experiencias culturales con las etnias de la localidad, observación de arte de la localidad.

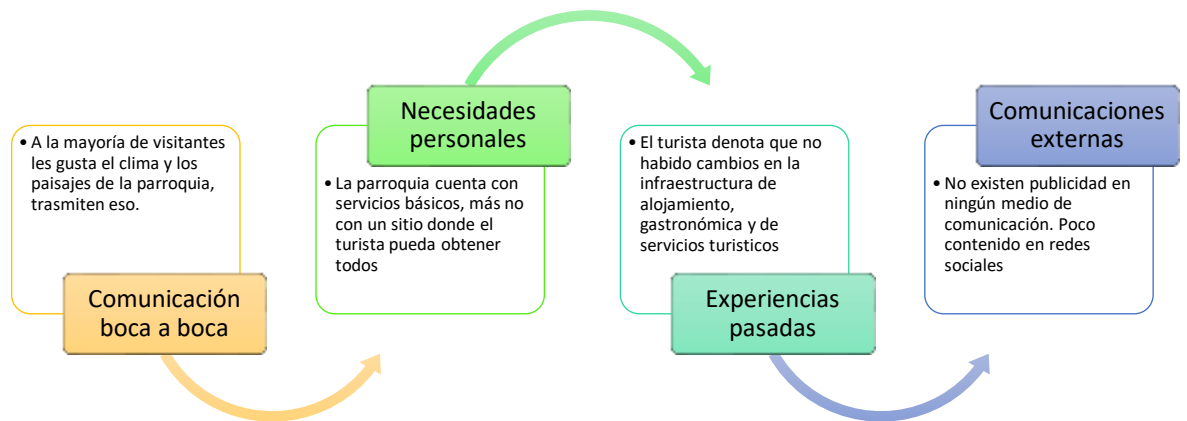
En la parroquia Pilaló, se busca desarrollar productos que satisfagan las necesidades del turista, en un esfuerzo conjunto con los actores involucrados en el desarrollo sostenible de la parroquia, entre los cuales se destacan las autoridades de la Junta parroquial, los habitantes y la investigadora.

5.2.2. Calidad de los productos y servicios turísticos en Pilaló

La calidad en el área de servicio tiene dos componentes: la calidad del proceso de servicio y el nivel de calidad del servicio, es decir, el servicio real que se ofreció. En cuanto a la calidad de los productos turísticos, esta puede ser evaluada por el consumidor, utilizando como indicadores de referencia el precio, la categoría del medio de transporte, alojamiento o establecimiento de alimentación. Así, en turismo, el concepto de calidad de los servicios turísticos significa todos los aspectos concernientes a la calidad del servicio turístico, que es un área muy amplia, donde confluyen los puntos de vista del consumidor y del operador.

En la parroquia Pilaló, se genera una buena percepción cuando el viajero visita la localidad, que se basa en los recursos naturales de la localidad, sin embargo, en cuanto a servicios turísticos, la percepción del nivel de calidad baja debido a que la mayoría no cumple con las expectativas del turista. Se puede dar el siguiente ejemplo sobre las etapas para formación de calidad de los servicios turísticos de la parroquia Pilaló:

Ilustración 3. Etapas para formación de calidad en Pilaló



Elaborado por: K Herrera

5.2.3. Turista

Según define la OMT (2020), el turista es aquella persona que visita un destino o localidad y permanece por lo menos una noche en un lugar de alojamiento del sitio visitado.

5.2.4. Visitante

Aquella persona que viaja a un destino distinto de su entorno habitual, por lo menos una vez al año, y que se motiva por negocios, ocio, entretenimiento o placer. (Ministerio de Turismo, 2019).

5.3. Marco Legal

Constitución de la República y el Estado Ecuatoriano a través de su Carta Magna establece:

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
2. Garantizar y defender la soberanía nacional.
3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.
4. La planificación del desarrollo nacional, la erradicación de la pobreza, promover el desarrollo sustentable, y la redistribución de los recursos y la riqueza de una forma equitativa, para el buen vivir. (Constitución de la República, 2008).

Es importante potencializar los recursos naturales de lugares donde no se ha desarrollado turismo con el fin de mejorar el nivel de vida de los habitantes de una determinada localidad.

5.3.1. Ley de Turismo

Para la propuesta se considera el siguiente aspecto legal:

Art. 42.- Actividades turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes: a) Alojamiento; b) Servicio de alimentos y bebidas; c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones.

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

5.4. Contexto Sociodemográfico

5.4.1. Situación geográfica de la parroquia

La parroquia Pilaló se encuentra aproximadamente en el km 90 de la vía Latacunga-La Maná. El clima es semiárido - meso termal, teniendo una temperatura promedio de 12°C., su topografía es irregular, rodeada de montañas, valles y el río Pilaló que atraviesa la parroquia. Se encuentra en los siguientes límites:

AL NORTE: punto que se desplaza desde la captación de agua que abastece a Chaupicruz de coordenadas (9895404N; 722548E) de ese punto siguiendo la quebrada aguas arriba hasta un punto de coordenadas (9895641N; 723081E), ubicado a 300 mts, de la ex estación de servicio Merizalde.

AL SUR: el límite corresponde al puente de ingreso a la parroquia de coordenadas (9895136N; 723723E), de ese punto siguiendo en dirección oeste hasta el predio de la señora Ilaria Medina.

AL ESTE: comprende desde el punto ubicado a 300 mts, de la ex estación de servicio Merizalde de coordenadas (9895641N; 723081E), desde ahí siguiendo toda la calle conocida como “de la Cementos Cotopaxi” en dirección Sur-Este hasta llegar al puente de ingreso a Pilaló de coordenadas (9895136N; 723723E). AL OESTE: desde el límite Sur-Este de los terrenos de la señora Ilaria Medina siguiendo todo el lindero hasta llegar a la captación de agua que abastece a Chaupicruz. (GAD Pujilí, 2020)

Su división política es la siguiente:

- Comunidad Apahua
- Sector Chilca
- Sector Corralpungo
- Sector Conucto
- Sector Milin
- Recinto La Planada
- Recinto Choasilli
- Sector Redrovan
- Recinto Chaupicruz

5.4.2. Densidad poblacional

La parroquia Pilaló actualmente cuenta con los siguientes recintos: Apahua, Redrován, Milín, Chilca, Conucto, Pilaló centro, La Planada, Chaupicruz, Choasillí, Comuna El

paraíso. La población actual al 2022 son 3050 habitantes y un área total de 20593.98 hectáreas.

PARROQUIA	POBLACIÓN AL 2022	SUPERFICIE (HA)	DENSIDAD
Pilaló	3050	20593.98	0.15

Tomado de: (PDYOT, 2020)

5.4.3. Proyección de la población

Para la parroquia Pilaló se tomó en cuenta las proyecciones realizadas por el INEC hasta el año 2025. En esta proyección podemos darnos cuenta que la población crece paulatinamente teniendo como resultado para el año 2025 una población estimada de 3201 personas.

Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
2995	3023	3050	3082	3112	3142	3171	3201

Elaborado por: K Herrera

Tomado de: (PDYOT, 2020)

5.4.4. Servicios básicos

Infraestructura y acceso a servicios básicos

Los servicios básicos como el agua, alcantarillado, energía eléctrica, recolección de basura y telefonía, son indispensables para el desarrollo de los diferentes centros poblados.

Sistema de abastecimiento de agua

Una red de abastecimiento de agua potable es aquella que facilita que el agua avance desde el punto de captación hasta el punto de consumo en condiciones aptas para su consumo. Por aptas no solo se entiende en cuanto a condiciones sanitarias de calidad, sino también de cantidad. La fuente de agua que da origen al sistema puede ser de:

- Agua de manantiales naturales.
- Agua de mar, que se desaliniza antes de entrar en la red de abastecimiento.
- Agua superficial, como la procedente de lagos, ríos, embalses o arroyos.
- Agua subterránea, captada con extracciones.

La procedencia del agua en la parroquia Pilaló se da primordialmente por pozo en 236 casos representando el 38.56%, la procedencia del agua por red pública se ve presente en 195 casos siendo el 31.86%; de río o acequia se ve presente en 171 casos con un 27.94%; la procedencia de agua de lluvia se ve presente en 10 casos siendo el 1.63%.

Sistema de servicio de energía eléctrica

La energía en la parroquia Pilaló tiene una cobertura de 453 casos equivalente al 74.02% y los casos que no cuentan con el servicio son 159 equivalente al 25.98%.

Servicio de recolección y eliminación de basura

La eliminación de basura en la parroquia Pilaló se da en la mayoría de casos con la quema de los desperdicios siendo 389 casos equivalente al 63.56%.

5.4.5. Crecimiento económico

Los habitantes de Pilaló se dedican en su mayoría a actividades agrícolas, de silvicultura y ganaderas, resumiendo de la siguiente forma:

Rama de actividad (primer nivel)	Total
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	617
Industrias manufactureras	66
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	2
Construcción	79
Comercio al por mayor y menor	22
Transporte y almacenamiento	15
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	7
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1
Administración pública y defensa	7
Enseñanza	12
Actividades de la atención de la salud humana	4
Otras actividades de servicios	4
Actividades de los hogares como empleadores	5
No declarado	157
Trabajador nuevo	22
Total	1,020

Elaborado por: K Herrera

Tomado de: (PDYOT, 2020)

5.4.6. Diagnostico sociocultural

La parroquia Pilaló ha sido amenazada por la migración de sus habitantes jóvenes hacia las ciudades aledañas, con el fin de mejorar su nivel de ingresos económicos y por ende, su estilo de vida. Los habitantes que han decidido no dejar la parroquia tienen un nivel económico medio y bajo, incluso llegando a un nivel de pobreza. Teniendo tres sectores, el primero como pobreza extrema, pobreza media y pobreza baja:

n° de personas por sector	n° de personas	área	índice de pobreza	zona
Pobreza extrema – Sector 1	1431	17760.45	12.41	rural
Pobreza media – Sector 2	3214	1497.81	0.47	urbano
Pobreza baja – Sector 3	1393	951.97	0.68	periurbano

Elaborado por: K Herrera

Tomado de: (PDYOT, 2020)

- Sector 1: Chilca, Apahua, Corralpungo, Redrován, Milín, Chaupicruz, La Planada, Choasillí.
- Sector 2: Pilaló Centro
- Sector 3: El Paraíso

5.5. Aspecto cultural

En el país conviven varias nacionalidades y etnias indígenas, con el paso del tiempo esto se ha convertido en un atractivo turístico por que genera un interés cultural en el visitante. Varios miembros de estas comunidades han trabajado para dar a conocer las actividades culturales de sus etnias con una especie de turismo comunitario. En Pilaló, se ha logrado generar una mezcla de varias culturas entre indígenas y mestizas, dando una variedad cultural.

Manifestaciones culturales de la parroquia Pilaló

Se puede definir a las manifestaciones como aquellos actos donde se expresa una obra de arte, por ejemplo, la música, el baile, pinturas, artesanías, que se pueden caracterizar como patrimonios culturales tangibles. Mientras que, las costumbres, tradiciones, rituales que se transmiten como conocimiento entre generaciones, son patrimonio intangible. En este sentido, la parroquia Pilaló tiene expresiones culturales propias, entre la más llamativa está el Corpus Christi, en la que actúan los danzantes recuperando la vestimenta y danzas de los pueblos originarios. Utilizan instrumentos musicales autóctonos como el churo, flauta, rondador, bocina, pingullo, arpa y violín

(PDYOT, 2020). Como otra manifestación cultural, también se toma en cuenta las fiestas patronales de San Andrés, realizadas en el mes de noviembre y que se han convertido en un atractivo para el turista local.

Gastronomía

La principal característica de la gastronomía de Pilaló, es que es comida típica de la sierra, siendo los platos más consumidos, el aguado de gallina, la fritada, la trucha asada o a la plancha, la tortilla de papa y choclo con queso. La zona también produce el licor artesanal llamado “puro” o de trapiche. Pocos habitantes han decidido promocionar estos productos con fines más comerciales, entre estos, el queso y la leche pura.

Con esta propuesta se busca promocionar todos estos aspectos culturales, a través de un plan sostenible que beneficie a todos los habitantes de la parroquia, sin ignorar las necesidades básicas de los pobladores y de los visitantes.

Plan integral estratégico de servicios y productos turísticos en la parroquia Pilaló

Tabla 27. PIE Servicios y productos turísticos de Pilaló

Estrategia	Objetivos a largo plazo					Políticas
	Generar 3 productos/servicios estrella dentro de la parroquia	Posicionar los productos a nivel local, regional y nacional	Conseguir que el 70% de la población de Pilaló se identifique con la promoción turística de la parroquia	Implementar por lo menos un prestador de servicios turísticos para la parroquia	Crear dos campañas publicitarias al año para generar atracción en los turistas que visitan el país	
Diseñar un producto turístico relevante con varias rutas que lleguen a atractivos turísticos de la parroquia Pilaló	X		X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> a) Crear un circuito turístico no tan extenso y socializar la información con los habitantes. b) Medir la capacidad de la parroquia para cubrir las necesidades de los potenciales turistas c) Promocionar los productos constantemente
Crear alianzas estrategias con instituciones gubernamentales, empresas privadas para socialización de los atractivos turísticos de Pilaló y realización de eventos sociales, culturales y deportivos		X	X		X	<ul style="list-style-type: none"> a) Realizar estos convenios 6 meses antes de cada evento b) Establecer valores de viáticos, servicio de alojamiento y movilización para los representantes de las instituciones privadas y públicas c) Cubrir estos valores d) Realizar un informe detallado de cada evento estipulando los márgenes de beneficio económico para la parroquia

Optimizar el manejo administrativo, presupuestario y de gestión del GAD parroquial enfocado a una mejora continua							<ul style="list-style-type: none"> a) Establecer tareas relacionadas con la gestión a cada colaborador del GAD parroquial de Pilaló b) Realizar evaluaciones continuas sobre la gestión con sus informes pertinentes.
Solicitar al GAD Municipal promover reglamentos que normaticen el uso de los recursos naturales	X	X	X	X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> a) Socializar con los prestadores de servicios los reglamentos de turismo y verificar su cumplimiento b) Motivar a los promotores turísticos a través de reconocimientos de cumplimiento de los reglamentos y normas. (Sellos de calidad, y de servicios)

Elaborado por: B. Herrera (2021)

Estrategia 1. Diseñar un producto turístico relevante con varias rutas que lleguen a atractivos turísticos de la parroquia Pilaló

Tabla 28. Atractivos turísticos parroquia Pilaló

Atractivo	Horario de recorrido	Tipo de actividad	Costo
Sendero del Catorce y Quince	09H00 – 11H00	Caminata Observación de flora y fauna	\$ 5.00 x pax
Campamento Catorce y Quince	18H00 - 06H00	Observación del cielo nocturno Fogata Narración de historias del pueblo y sus alrededores Visita a la actividad de ordeño en la madrugada Degustación de lácteos	\$ 5.00 x pax
Observación de amanecer y atardecer desde el dieciocho	05H00 a 07H00 16H00 a 17H00	Caminata Observación de flora y fauna	\$ 5.00 x pax
Sendero La Isla – La Chorrera	09H00 - 12H00	Caminata	\$ 5.00 x pax
Trapiches Tour	16H00 – 18H00	Visita a la comunidad Choasillí Recorrido a los Trapiches Observación del proceso de elaboración del licor de caña de azúcar Degustación y compra de productos	\$ 5.00 x pax
Visita a Casa museo musical “Luis Vaca”	17H00 – 19H00	Difusión de la Colección discográfica y sonora de Luis Vaca	\$ 3.00 x pax

Elaborado por: B. Herrera (2021)

Estrategia 2. Crear alianzas estrategias con instituciones gubernamentales y entidades privada para la promoción de la Parroquia

En esta estrategia se toma en cuenta las siguientes políticas:

- Realizar estos convenios 6 meses antes de cada evento
- Establecer valores de viáticos, servicio de alojamiento y movilización para los representantes de las instituciones privadas y públicas
- Cubrir estos valores
- Realizar un informe detallado de cada evento estipulando los márgenes de beneficio económico para la parroquia

Para efecto de eventos culturales, sociales y deportivos se buscará el auspicio de empresas privadas relacionadas con estos aspectos. De esta manera se intercambiará la promoción de la parroquia en las localidades donde se encuentren las empresas.

Se busca lograr las alianzas con las siguientes empresas:

Tabla 29. Alianzas con proveedores turísticos

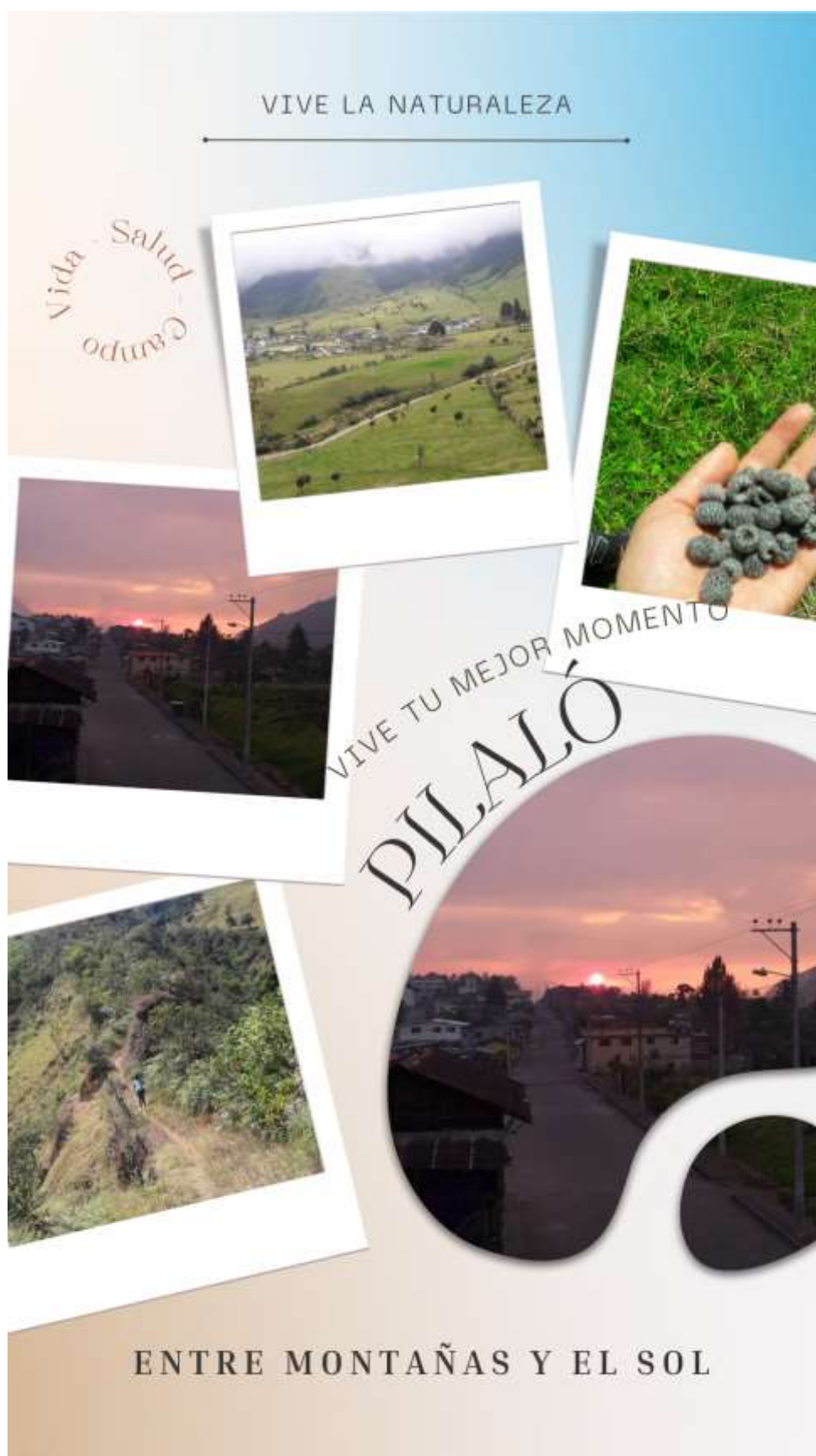
Nombre prestador de servicio turístico	Localidad
Agencia De Transportes Turístico “VIANEYTOUR”	La Maná
Parrilladas Argentinas “El Che Pepe”	
Coop. De Transportes Interprovincial De Pasajeros “La Mana”	
Hostería Carlos Patricio	
Cotopaxi Travel – Minube	Latacunga
Agencia De Viajes & Operadora de Turismo COTOTRAVELTOURS Cía.	

Elaborado por: B. Herrera (2021)

Las agencias están interesadas en apoyar la propuesta para generar afluencia de turistas a la zona, debido a que es beneficioso para todos. Sobre las entidades gubernamentales, las alianzas serán con el GAD Municipal del cantón Pujilí, el Gobierno Provincial de Cotopaxi, y los GAD Parroquiales de Zumbahua y El Tingo La Esperanza.

Las empresas que decidan aliarse podrán utilizar el afiche promocional de la parroquia:

Ilustración 4. Afiche Promocional

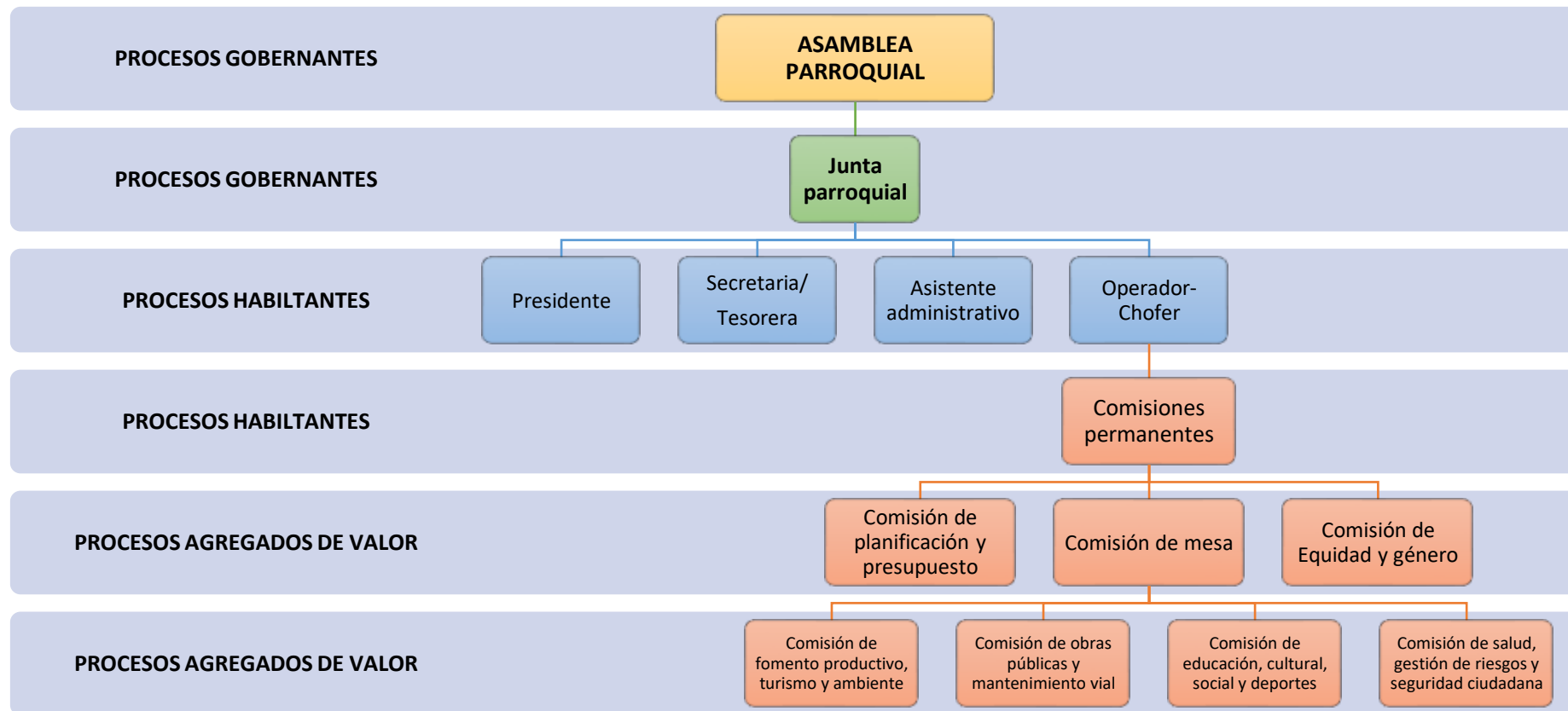


Elaborado por: B. Herrera (2021)

Estrategia 3. Optimizar el manejo administrativo, presupuestario y de gestión del GAD parroquial enfocado a una mejora continua

Para esta estrategia es necesario identificar el organigrama del GAD parroquial de Pilaló.

Ilustración 5. Estructura orgánica GAD Parroquial Pilaló



Tomado de: (PDYOT, 2020)

En la ilustración 2, se puede observar el esquema organizacional jerárquico de la parroquia Pilaló, donde la parte turística está en los procesos agregados de valor. Sin embargo, la comisión encargada ha tenido poco trabajo, siendo necesario generar un plan que permita a esta comisión ejecutar acciones que fomenten el turismo, las más relevantes son:

- Fomentar los principales motivos de desplazamiento para el turista hacia la parroquia
- Crear una alianza-convenio con el Ministerio de Turismo para que genere material publicitario
- Desarrollar productos y servicios turísticos hacia otras comunidades y parroquias del cantón Pujilí
- Que cada integrante del gobierno parroquial motive en su entorno la visita a la parroquia para fines turísticos.
- Asesorarse con un profesional del Turismo para la gestión de los recursos turísticos con los que cuenta el país.
- Tener información clara sobre las características de los recursos naturales del destino, servicios ofertados y proveedores del sector.
- Asesorar a los turistas para que se decidan sobre la actividad turística más adecuada de acuerdo a sus gustos, edad, género y capacidad para soportar actividad física.
- Proteger la salud emocional y física con la prestación de servicios médicos y la atención en el Centro de Salud Tipo A que está en la cabecera parroquial, y siempre controlar que el dispensario tenga lo necesario para atender las necesidades de salubridad del turista.
- Evaluar periódicamente las acciones implementadas y realizar los correctivos necesarios para tener un alto nivel de prestación de servicios turísticos.
- Capacitarse constantemente en innovación turística sostenible y rural.

Estrategia 4. Solicitar al GAD Municipal promover reglamentos que normaticen el uso de los recursos naturales

Existiendo una normativa de turismo, se la puede usar como guía para los proveedores de turismo y que implementen sus servicios y productos turísticos basados en una economía sostenible, que genere beneficio para la parroquia, sus habitantes y ellos mismo, respetando el recurso natural y ayudando a que exista una renovación constante de este.

Aquí será imprescindible se cumpla con lo establecido en el PDYOT (2020), citándose:

- Se incorpora los páramos, bosques nativos y humedales a zonas de conservación comunitarias o privadas y recuperación ecológica al sistema de áreas protegidas en el marco de ley con un acuerdo social, transformando el uso actual manejo sustentable de recursos naturales mejorando así la capacidad de regulador hídrico de este ecosistema. Mediante la generación de incentivos para los propietarios de esta área.
- Los caudales de agua se incrementan o por lo menos se mantienen
- Existe la disponibilidad de agua necesaria para el funcionamiento de las actividades que se desarrollen en los territorios que dependen de este sistema territorial.
- Se conserva la flora y la fauna, se implementan propuestas de aprovechamiento de productos del bosque no maderables y el turismo ecológico como un medio para el desarrollo local.
- Se mejora el paisaje natural y con ello se incrementa la posibilidad de ejecutar turismo ecológico
- Las áreas transformadas a pastizales son reforestadas o integradas a sistemas agro silvo pastoriles.
- Se apoya para la delimitación de áreas protegidas de páramo y bosques en terrenos comunales como privados. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pilaló, 2020, pág. 185)

5.6. Presupuesto del plan

Tabla 30. Presupuesto para aplicación de propuesta

Estrategia	Detalle	
Diseñar un producto turístico relevante con varias rutas que lleguen a atractivos turísticos de la parroquia Pilaló	Mejora de senderos en las rutas indicadas en la tabla 28.	\$ 1.500,00
	Capacitación de guías para las visitas	\$ 800,00
	Promoción y publicidad del producto turístico	\$ 800,00
Crear alianzas estrategias con instituciones gubernamentales, empresas privadas para socialización de los atractivos turísticos de Pilaló y realización de eventos sociales, culturales y deportivos	Movilización y alimentación para reuniones con las instituciones	\$ 250,00
	Realización de eventos, ferias (compra de infraestructura para stands de exposiciones)	\$ 2500,00
Optimizar el manejo administrativo, presupuestario y de gestión del GAD parroquial enfocado a una mejora continua	Capacitación de autoridades de la parroquia en temas de índole administrativo, presupuestos y gestión pública	\$ 1200,00
TOTAL		\$ 7050,00

Elaborado por: K. Herrera (2021)

Bibliografía

- Alcarraz, J., & Quinapallo, P. (29 de Enero de 2020). *ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURISTICO DE LAS PARROQUIAS GUANGAJE, PILALÒ Y ANGAMARCA DEL CANTÓN PUJILÌ*. Latacunga, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Ejército.
- Álvarez, D. (13 de Julio de 2013). *El turismo de aventura y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia quisapincha, provincia de tungurahua*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Andrade, D., Quiñónez, M., & Tapia, J. (2018). *Ecuador un destino clave para la práctica del turismo alternativo*. Quito: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- ATTA. (2018). Competencias básicas del turismo de Aventura. *Calificación para Guías de Turismo Aventura y Estándares de Desempeño*, 6-14.
- Baldeón, L. (2018). *Turismo de Aventura para diversificar la oferta de la Reserva de producción de Fauna Chimborazo*. Riobamba, Ecuador: UNACH.
- Bedón, T. (30 de Septiembre de 2018). *Banshee Bikes*. Obtenido de Project ECU - La Casona Pilaló: https://www.youtube.com/watch?v=dqucC_Wb5GE
- Bonilla, D., & Guerrero, A. (2018). Métodos para medir la calidad del servicio turístico en empresas de alojamiento. *Revista Ciencia & Tecnología No. 19*, 165-180.
- Calvopiña, D., & Rodríguez, R. (2017). Desarrollo del producto turístico de aventura al diversificar la oferta turística en el Ecuador. Caso de estudio. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo N° 23*, 2-34.
- Carrasco, Y. (2018). El turismo de aventura como impacto socioeconómico en el cantón La Mana. *Revista Conciencia Digital Vol. 1 N° 4*, 24-33.
- CEUPE. (26 de Julio de 2020). *Blog de CEUPE*. Obtenido de Características del turismo de aventura: <https://www.ceupe.com/blog/caracteristicas-del-turismo-de-aventura.html>
- Ferrel, L. (2019). Estándares ISO para gestionar los servicios de Turismo. *Revista GlobalSTD*, 10-14.
- Flores, B. (2020). Análisis de calidad de los servicios turísticos de aventura en el cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua en el año 2018. *Análisis*

de calidad de los servicios turísticos de aventura en el cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua en el año 2018. Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.

GAD Parroquial de Pilaló. (Octubre de 2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Latacunga, Ecuador: GAD Parroquial de Pilaló.

GAD Parroquial Pilaló. (2021). *GAD Parroquial Pilaló*. Obtenido de Segmento Turismo: <https://pilalo.gob.ec/cotopaxi/wp-content/uploads/2011/08/DSC02703.jpg>

GAD Pujilí. (22 de 2016 de 2020). *Informe de cabeceras parroquiales del cantón Pujilí*. Pujilí, Ecuador.

GAD Pujilí. (2020). Informe Cuatrimestral Socioeconómico Pujilí 2019-2020. Pujilí, Ecuador.

Gonzales, A. (2021). *El cicloturismo como alternativa turística sostenible*. Lima, Perú: Universida San Ignacio de Loyola.

Grupo FARO. (17 de Agosto de 2020). *Grupo Faro*. Obtenido de Sector Turismo en Ecuador Retos Después del COVID-19: https://grupofaro.org/wp-content/uploads/2020/08/FACTSHEET-TURISMO_compressed.pdf

Hernández, A., & Caravaca, D. (2015). En *Senderos turísticos: una introducción para su estudio* (pág. 124). San José: UNA Costa Rica.

Herrera, M., Argüello, D., & Villamarín, J. (2019). Escasa difusión de frecuencias de transporte turístico y logística, en la ciudad de Riobamba, análisis legal, matemático – estadístico. *Ciencia Digital*, Vol. 3 (2.2), 102-117.

INEC. (2020). *Vehículos motorizados según capacidad de motorizados*. Quito: INEC.

Landívar, E. (Agosto de 2011). *Plan de desarrollo turístico para la zona de la Piragua, parroquia de Nanegal, cantón Quito*. Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.

Mariño, M. (18 de Marzo de 2020). *De Senderismo*. Obtenido de Turismo de Aventura: <https://de-senderismo.net/blog/turismo-de-aventura/>

Melendo, J., & Arbonés, N. (2002). *Manual de técnicas de montaña e interpretación de la naturaleza*. Barcelona, España: Editorial Paidotribo.

- Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). Acuerdo Ministerial 24. *Reglamento de alojamiento turístico*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (Julio de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ecuador, tercer país con mayor diversidad de aves en el mundo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/07/MT.BP2017.246-Ecuador-tercer-pa%C3%ADs-en-aves.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). Servicios Turísticos. En *Desarrollo de Destinos y Servicios Turísticos 2018-2020* (págs. 9-103). Quito: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (14 de Mayo de 2020). Acuerdo Ministerial 5. *Reglamento de Operación turística de aventura*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- PDYOT. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pilaló*. Pujilí, Ecuador: PDYOT 2020-2025.
- Proaño, G., & López, C. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables) Vol. 6 Núm. 1*, 29-31.
- QuestionPro. (10 de Diciembre de 2018). *¿Qué es la investigación descriptiva?* Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/#:~:text=Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%3A%20La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva,la%20naturaleza%20del%20segmento%20demogr%C3%A1fico.>
- Quintana, D. (14 de Mayo de 2014). *El turismo de aventura y la cicloruta en las comunidades Yahuarcochay San Jorge Bajo*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Ramírez, K. (Septiembre de 2021). *Glamping y el turismo rural de la parroquia Mulaló*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Romero, B. (2017). Sector turístico, buscando una luz al final del túnel. *Revista Gestión* 265, 20-28.

- Salcedo, C., & Sarabia, D. (18 de Marzo de 2013). *PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA, CANTÓN PUJILI*. Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Santamaría, E., & López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 24, núm. 86, , 417-434.
- Santamaría, E., López, S., Miranda, R., & López, E. (2020). Cadena de suministro de servicios turísticos en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 869-884.
- SECTUR. (2002). *Turismo Alternativo: Una nueva forma de hacer turismo*. México D.F., México: SECTUR México.
- SECTUR. (2016). Grupo Intersectorial de Turismo de Naturaleza. *Diagnóstico del Turismo de Naturaleza en México*, 30-31.
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (26 de Enero de 2018). *Servicios Turísticos de Calidad*. Obtenido de Servicio de Acreditación Ecuatoriano: <https://www.acreditacion.gob.ec/servicios-turisticos-de-calidad/>
- Tello, J., & Herrera, G. (Agosto de 2017). *Estudio de factibilidad para la identificación del potencial turístico y establecimiento de rutas turísticas en el cantón Pujilí*. Latacunga, Ecuador: Universidad de Cotopaxi.
- Travé, R. (2 de Julio de 2020). *HostelTur*. Obtenido de Turismo de aventuras, ¿qué es y cuál es su impacto económico?: https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/023018_turismo-de-aventuras-que-es-y-cual-es-su-impacto-economico.html
- Zurita, J. (2018). *RETOS DEL SECTOR EQUINO EN ESPAÑA*. Barcelona: JORNADA SOBRE RETOS DEL SECTOR EQUINO EN ESPAÑA.

Anexos

Formulario de encuesta

Encuesta sobre Turismo de Aventura y servicios turísticos de la parroquia Pilaló

Gracias por participar. (tus respuestas serán anónimas)

***Obligatorio**

1. Género *

Marca solo un óvalo.

- Masculino
 Femenino

2. ¿Cuál es su edad? *

Marca solo un óvalo.

- 18-25
 26-36
 37-47
 48 en adelante

3. Ocupación *

Marca solo un óvalo.

- Ama de casa
 Estudiante
 Empleado
 Profesional independiente
 Jubilado

8. ¿A través de que medios de comunicación se informa sobre lugares y servicios turísticos? *

Marca solo un óvalo.

- Televisión
 Prensa (jornales, periódicos, folletos)
 Radio
 Internet (Web, redes sociales, aplicaciones)
 Recomendaciones de amigos o familiares

9. ¿Cómo considera la promoción turística de la parroquia Pilaló de la provincia Cotacachi?, teniendo en cuenta que 1-Muy bajo; 2-Bajo; 3-Medio; 4-Alto; 5-Muy alto *

Marca solo un óvalo.

- 1 2 3 4 5
Muy bajo Muy alto

10. ¿Cómo considera el acceso vial a la parroquia Pilaló de la provincia Cotacachi?, teniendo en cuenta que 1-Muy malo; 2-Malo; 3-Regular; 4-Buena; 5-Muy Buena *

Marca solo un óvalo.

- 1 2 3 4 5
Muy malo Muy buena

14. En que nivel de importancia considera usted el impacto del Turismo de aventura en una localidad, teniendo en cuenta que 1-Muy bajo; 2-Bajo; 3-Medio; 4-Alto; 5-Muy alto *

Marca solo un óvalo.

- 1 2 3 4 5
Muy bajo Muy alto

4. ¿Cómo prefiere usted realizar actividades turísticas? *

Marca solo un óvalo.

- Solo
 Con amigos
 Con pareja
 Con familia

5. ¿Cuáles son sus sitios favoritos para realizar turismo? *

Marca solo un óvalo.

- Sitios culturales
 Sitios naturales
 Zonas urbanas
 Todas

6. ¿Qué tipo de turismo es atractivo para usted? *

Marca solo un óvalo.

- Turismo de aventura o deporte
 Turismo de naturaleza
 Turismo Comunitario

7. ¿Qué actividad turística prefiere realizar? *

Marca solo un óvalo.

- Caminata
 Montañismo
 Cicloturismo
 Canopy
 Observación especializada de flora y fauna

11. ¿Cómo considera el servicio de alojamiento en la parroquia Pilaló de la provincia Cotacachi?, teniendo en cuenta que 1-Muy malo; 2-Malo; 3-Regular; 4-Buena; 5-Muy Buena *

Marca solo un óvalo.

- 1 2 3 4 5
Muy malo Muy buena

12. ¿Cómo considera los servicios de Restaurantes en la parroquia Pilaló de la provincia Cotacachi?, teniendo en cuenta que 1-Muy malo; 2-Malo; 3-Regular; 4-Buena; 5-Muy Buena *

Marca solo un óvalo.

- 1 2 3 4 5
Muy malo Muy buena

13. ¿Cómo considera los servicios de Transporte a la parroquia Pilaló de la provincia Cotacachi?, teniendo en cuenta que 1-Muy malo; 2-Malo; 3-Regular; 4-Buena; 5-Muy Buena *

Marca solo un óvalo.

- 1 2 3 4 5
Muy malo Muy buena