



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE  
AVENTURA EN LA PARROQUIA DE PIFO

Autora

Andrea Fernanda Bolaños Salazar

Año  
2019



**ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE  
AVENTURA EN LA PARROQUIA DE PIFO**

“Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Ingeniera en administración de  
Empresas Hoteleras y Turísticas”

**Profesor guía**

Roberto Carlos Herrera Anangonó

**Autora**

Andrea Fernanda Bolaños Salazar

**Año**

2019

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

"Declaro haber dirigido el trabajo, Propuesta para la creación de un producto turístico de aventura en la parroquia de Pifo, a través de reuniones periódicas con el estudiante Andrea Fernanda Bolaños Salazar, en el semestre 2019-1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Roberto Carlos Herrera Anangonó  
CD. ID. 100251639-9

## **DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR**

“Declaro haber revisado este trabajo, Propuesta para la creación de un producto turístico de aventura en la parroquia de Pifo, del estudiante Andrea Fernanda Bolaños Salazar, en el semestre 2019-1, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

Freddy Xavier Lasso Garzón  
CD. ID. 1716723612

## **DECLARACIÓN DE AUDITORIA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

---

Andrea Fernanda Bolaños Salazar  
CD. ID. 171776598 - 4

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por mi creación, a mi familia por permitirme llegar a donde estoy, a mis amigos y personas que marcaron mi vida, a los docentes que estuvieron pendientes y fueron guías en esta etapa de crecimiento y conocimiento.

## **DEDICATORIA**

Con cariño y amor a Jaime Bolaños, Carmen Salazar, Solange Bolaños y Diana Bolaños; guías, pilares y apoyo incondicional sobre mi educación y toma de decisiones a lo largo de la vida, todo se lo debo a Dios y a ellos, mi familia. Gracias totales.

## RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo principal realizar una propuesta para la creación de un producto turístico de aventura en la parroquia de Pifo, ubicada en el extremo nororiental del Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador. Esta propuesta busca cambiar la visualización actual que tienen los turistas nacionales y extranjeros sobre las actividades turísticas que en la actualidad tiene y ofrece la parroquia; además este proyecto busca aportar de manera general y en todos los ámbitos posibles al creador del proyecto, a las entidades públicas, privadas y a los habitantes involucrados.

Se realizará el análisis de varios puntos importantes, su locación geográfica, características económicas, socioculturales, la infraestructura que posee junto con la movilidad y conectividad y la identificación de sus actores locales permitirá tener un panorama más claro sobre la caracterización situacional del territorio.

Es así, que conocer su oferta actual, su demanda y su superestructura dará paso al diagnóstico de la problemática herramienta fundamental para el desarrollo de este proyecto y para definir el perfil del turista.

Por otra parte, esto permitirá desarrollar la propuesta del proyecto, conocer su vida útil, elaborar objetivos, metas y varias actividades mediante indicadores de resultados, además se desarrollará un cronograma y presupuesto.

Para finalizar, tras el análisis y el desarrollo de los puntos anteriormente mencionados se ejecutará la propuesta de estrategia de implementación a través del producto turístico que se desea crear para la parroquia de Pifo. Este cumplirá con las necesidades y requisitos de los turistas mediante la identificación del impacto ambiental, información sobre el financiamiento, su seguimiento y evaluación.

## **ABSTRACT**

The main objective of this project is to make a proposal for the creation of an adventure tourism product in the Pifo parish, located in the northeastern of the Metropolitan District of Quito, Ecuador. This proposal seeks to create an adventure tourism product that changes the current visualization that national and foreign tourists have about the tourism activities that the parish currently has and offers; In addition, this project seeks to contribute in a general manner and in all possible areas to the creator of the project, to public and private entities and to the inhabitants involved.

The analysis of several important points, its geographical location, economic and socio-cultural characteristics, the infrastructure it possesses along with mobility and connectivity and the identification of its local actors will allow a clearer picture of the situational characterization of the territory.

It is thus, that knowing its current offer, its demand and its super structure will give way to the diagnosis of the problematic fundamental tool for the development of this project and to define the profile of the tourist.

On the other hand, this will allow the project proposal to be developed, to know its useful life, to elaborate objectives, goals and various activities through results indicators, in addition a timetable and budget will be developed.

Finally, after the analysis and development of the aforementioned points, the implementation strategy will be executed through the tourism product that is to be created for the Pifo parish. This will meet the needs and requirements of tourists through the identification of environmental impact, information on financing, monitoring and evaluation.

## ÍNDICE

1	Introducción.....	1
1.1	Objetivos .....	2
1.1.1	General .....	2
1.1.2	Específicos.....	2
1.2	Justificación .....	2
1.2.1	Métodos, técnicas e instrumentos .....	3
2	Capítulo I.- Marco Teórico .....	5
3	Capítulo II.- Caracterización situacional territorio.....	10
3.1	Localización geográfica .....	10
3.2	Características económico-productivas .....	11
3.3	Características socioculturales .....	11
3.4	Descripción de la infraestructura, conectividad, movilidad....	13
3.5	Identificación de los actores locales .....	14
4	Capítulo III.- Caracterización turístico del territorio .....	16
4.1	Análisis de la oferta actual .....	16
4.2	Atractivos turísticos culturales y naturales de la parroquia.....	16
4.3	Descripción de las actividades turísticas .....	16
4.4	Catastro Turístico.....	23
4.5	Análisis de la demanda actual.....	25
4.6	Perfil del turista .....	25

4.7 Análisis de la súper estructura .....	26
4.7.1 Nacional.....	27
4.7.2 Internacional .....	28
4.8 Diagnóstico – problematización .....	29
4.8.1 identificación de la problemática del territorio.....	29
<b>5 Capítulo IV.- Diseño de la propuesta .....</b>	<b>32</b>
5.1 Duración del proyecto .....	32
5.2 Beneficiarios .....	32
5.2.1 Beneficiarios directos.....	32
5.2.2 Beneficiarios indirectos.....	32
5.3 Objetivos, metas y actividades.....	33
5.3.1 Objetivo de desarrollo.....	33
5.3.2 Propósito .....	34
5.3.3 Componentes/ resultados.....	34
5.3.4 Actividades .....	34
5.3.5 Indicadores de resultados.....	34
5.4 Cronograma.....	35
5.5 Presupuesto .....	35
<b>6 Capítulo V.- Desarrollo de la Propuesta .....</b>	<b>37</b>
6.1 Producto turístico. ....	37
6.2 Identificación de la imagen del producto .....	37
6.3 Estrategia de promoción.....	38
6.4 Propuesta de intervención .....	41

6.5 Identificación del posible impacto ambiental y su mitigación	41
6.5.1 Itinerarios.....	41
6.6 Fuentes de financiamiento del proyecto .....	46
6.7 Estrategia de seguimiento y evaluación .....	47
7 Conclusiones.....	48
8 Referencias.....	50
9 Anexos .....	54
9.1 Anexo A. Encuesta para el Estudio de Mercado. ....	55
9.2 Anexo B. Resultados de la encuesta en la parroquia Pifo. ...	59
9.3 Anexo C. Cronograma de actividades del proyecto.....	73
9.4 Anexo D. Variables de costos del producto turístico. ....	74
9.5 Anexo E. Marco lógico del producto.....	77
9.6 Anexo F. Presupuesto del proyecto.....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Festividades de la parroquia Pifo. ....	12
Tabla 2. Análisis de infraestructura, conectividad y movilidad. ....	13
Tabla 3. Actores locales vinculados en el territorio. ....	14
Tabla 4. Actividades Turísticas.....	17
Tabla 5. Información del catastro turístico de Pifo.....	23
Tabla 6. Perfil del turista nacional e internacional. ....	26
Tabla 7. Presupuesto general del proyecto.....	36
Tabla 8. Estrategias de promoción del producto turístico.....	40
Tabla 9. Itinerario opción 1. Primer circuito. ....	41
Tabla 10. Itinerario opción 2. Segundo circuito. ....	43
Tabla 11. Itinerario opción 3. Tercer circuito. ....	44
Tabla 12. Fuentes de financiamiento del proyecto. ....	46
Tabla 13. Indicadores de seguimiento y evaluación.....	47
Tabla 14. Cronograma trimestral de actividades. ....	73
Tabla 15. Variables e información del producto turístico.....	74
Tabla 16. Costos variables del producto turístico.....	75
Tabla 17. Puntos de equilibrio. ....	76
Tabla 18. Marco Lógico.....	78
Tabla 19. Presupuesto general del proyecto.....	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica de la Parroquia de Pifo. ....	10
Figura 2. Árbol de Problemas.....	30
Figura 3. Árbol de Objetivos y Estrategias. ....	31
Figura 4. Imagen o logotipo del proyecto. ....	37
Figura 5. Mapa del Primer Circuito – 16.5 km .....	45
Figura 6. Mapa del Segundo Circuito – 15.5 km .....	45
Figura 7. Mapa del Tercer Circuito – 14.7 km .....	46

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Procedencia de los turistas. ....	59
Gráfico 2. Edades de los turistas. ....	60
Gráfico 3. Género de los turistas. ....	60
Gráfico 4. Estado civil de los turistas. ....	61
Gráfico 5. Procedencia de los turistas. ....	61
Gráfico 6. Nivel académico. ....	62
Gráfico 7. Ocupación laboral. ....	62
Gráfico 8. Ingresos por mes. ....	62
Gráfico 9. Disponibilidad de gastos en viajes turísticos. ....	63
Gráfico 10. Tiempo de estadía. ....	63
Gráfico 11. Acompañantes de viaje. ....	64
Gráfico 12. Motivo de viaje. ....	64
Gráfico 13. Atractivos turísticos de Pifo. ....	65
Gráfico 14. Planificación de los viajes. ....	65
Gráfico 15. Actividades turísticas de preferencia. ....	66
Gráfico 16. Medio de comunicación sobre destinos turísticos. ....	66
Gráfico 17. Servicios requeridos por los turistas. ....	67
Gráfico 18. Estimación de gasto en alojamiento. ....	67
Gráfico 19. Estimación de pago por paquete turístico. ....	68
Gráfico 20. Disponibilidad de pago por alimentación. ....	68
Gráfico 21. Disponibilidad de pago por parqueadero. ....	70
Gráfico 22. Disponibilidad de pago por alquiler de ciclismo. ....	70
Gráfico 23. Disponibilidad de pago por paseos a caballo. ....	71
Gráfico 24. Disponibilidad de gastos en compras de artesanías o recuerdos. ....	72

## Introducción

El turismo en el mundo se ha vuelto fundamental para el desarrollo general de varios países que aprovechan la naturaleza que poseen para ofrecer una amplia opción de actividades recreacionales y de ocio a turistas, más aún si disponen de atractivos turísticos que permiten realizar actividades de aventura. El turismo de aventura en la actualidad tiene mucha demanda y permite la conexión directa del ser humano con la naturaleza y actividades referente a ella.

El Ecuador es un destino turístico que ofrece varias opciones para realizar actividades turísticas de aventura. Cada una de sus regiones, provincias, ciudades y parroquias cuenta con algún atractivo turístico que facilita que los turistas o visitantes puedan hacer actividades o deportes varios; esto a su vez permite que se pueda desarrollar un producto de aventura dependiendo la actividad que se desee realizar.

Ahora bien, como información el producto turístico en el Ecuador es la creación de rutas, destinos, y programas sugeridos por la industria nacional e internacional (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2007). Hay varias líneas de producto turístico que se pueden desarrollar en el país, como, por ejemplo; el turismo de aventura y turismo de naturaleza, estas dos opciones de turismo dan varias facilidades para crear un producto turístico de aventura.

Así mismo, uno de los lugares que puede ser tomado como ejemplo para el desarrollo de dicho producto es la parroquia de Pifo según el Gobierno Descentralizado de la parroquia en cuestión. Pifo dispone de varios atractivos naturales permitiendo la creación de un producto turístico de aventura enfocado en el enduro de motos o 4x4 de autos. Los habitantes o turistas pueden realizar múltiples actividades en diferentes lugares y poner en práctica el turismo activo (Administración Zonal Tumbaco, 2010).

## **Objetivos**

### **General**

Desarrollar una propuesta para la creación de un producto turístico de aventura en la parroquia de Pifo.

### **Específicos**

- Realizar la caracterización situacional de la parroquia de Pifo.
- Analizar la caracterización del sistema turístico del territorio.
- Desarrollar la propuesta para la creación de un producto turístico.

### **Justificación**

La investigación del presente tema será relevante y de utilidad porque permitirá relacionar los atractivos turísticos de aventura de la parroquia de Pifo, de igual manera dependiendo de los resultados obtenidos se analizará y se conocerá la viabilidad del proyecto; a su vez se tendrá conocimiento de que actores o participantes del proyecto serán beneficiados con la creación del producto turístico de aventura.

Al mismo tiempo, se cumple con los lineamientos de investigación de la Universidad de las Américas [UDLA] "Sociedad, comunidad y cultura" y de la Escuela de Hospitalidad y Turismo - UDLA " Gestión, desarrollo turístico y de empresas de hospitalidad" (Escuela de Hospitalidad y Turismo, 2015). De la misma manera se articula con el objetivo 5; política 5.4; lineamiento q; "Articular a las poblaciones y los actores locales a la gestión del patrimonio en la industria turística, con énfasis en la economía popular y solidaria" del plan nacional para el buen vivir 2017 - 2021 (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

En definitiva, se busca promover e impulsar los atractivos turísticos que conectados por circuitos ofrezcan una experiencia de aventura a los turistas por

medio de la actividad de enduro de motos y a su vez dichas actividades beneficien de manera directa o indirecta a los participantes del proyecto; dinamizando la economía y brindando una mejor calidad de vida.

#### Métodos, técnicas e instrumentos

La investigación a emplear en este proyecto será de tipo descriptiva que estudia la capacidad para elegir características específicas del objeto de y su descripción detallada, categorías o clases de ese objeto para su posterior análisis e interpretación con los datos recolectados (Bernal, 2010, pág. 103). Esta metodología es la más viable para el presente proyecto de desarrollo ya que tiene un enfoque cualitativo y se guía por temas o áreas importantes y fundamentales para la investigación y, con frecuencia es necesario regresar a etapas previas para tener la información necesaria (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

En la actualidad, en la parroquia de Pifo se carece de datos certeros para conocer la población y muestra ya que no se tiene un registro de visitantes, por ello se determinó realizar un sondeo de opinión en un tiempo específico.

Para el sondeo de opinión inicialmente se usará el método de observación, y como herramienta se usarán encuestas con la finalidad de conocer a profundidad el tema de interés que se desea desarrollar sistematizando la información y sus resultados para la elaboración de la propuesta y el producto turístico (Benassini, 2009).

Una vez definido nuestro método se procede a realizar el sondeo de opinión y encuestas como instrumento de recolección de información, es así que de esta manera se determinará el perfil del turista y las características de la demanda turística de la parroquia de Pifo.

Se aplicará la cantidad de 25 encuestas en el territorio a visitantes nacionales y extranjeros por el periodo de un mes, tiempo suficiente para su análisis y la sistematización de información.

Para finalizar, se usará como complemento el método de observación, este método nos permite analizar de manera externa sin contacto con el sujeto de interés hechos y acciones importantes que aportan con información adicional y relevante a nuestra investigación (Benassini, 2009).

## Capítulo I.- Marco teórico

El turismo en la actualidad está cobrando mucha fuerza a nivel mundial; y aunque su concepto se preste para ser interpretado de varias maneras o por sus diferentes enfoques y disciplinas su importancia sigue aumentando considerablemente (Cardoso, 2006).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (Sancho, 2008, pág. 11). Así mismo, en el siglo XX esta actividad se volvió indispensable para la mayoría de las personas convirtiéndose en un fenómeno de masas, es decir turismo masivo, por esta razón los viajes con el pasar del tiempo se fueron haciendo mucho más accesibles debido a ciertos factores, por ejemplo, la creación de aviones con pasajeros, la aparición de vacaciones pagadas y el tiempo libre que disponían los habitantes de países industrializados para realizar actividades varias.

En la actualidad, conocer la importancia que tiene el turismo es necesario para entender cómo aplicarlo cuando se requiera ya que tiene un gran impacto en la economía mundial, en el desarrollo local de los lugares que se visita y, a su vez, ayuda a que se beneficie el entorno natural en donde se desarrolla, las zonas edificadas y, los visitantes propiamente dichos que disfrutan de esta actividad (Organización Mundial de Turismo (OMT), 2007).

Por otra parte, el desarrollo sostenible ha formado un enlace integral e inevitable con el turismo en general. Esto ha dado lugar a un proceso de cambio donde se permite satisfacer necesidades presentes y futuras por medio de enfoques ambientales, socioculturales y económicos a personas involucradas en este tipo de actividad (Cardoso, 2006).

Algo semejante ocurre con el turismo rural, este tipo de turismo se preocupa por mantener un equilibrio entre la naturaleza y las actividades turísticas. Es significativo considerar que el turismo rural se caracteriza por el desarrollo de

actividades en lugares geográficos específicos, motivo por el cual se debe tomar en cuenta que el sitio necesita tener características definidas para que a su vez de paso a la creación de sus propias modalidades turísticas (Baidal, 2000).

Por consiguiente, este turismo no es masivo; es amigable con el medio ambiente, con las costumbres y tradiciones del sitio; de esta manera se aprovechan los beneficios del terreno sin realizar mayor daño en el desarrollo de actividades turísticas y enfocadas en la actividad que se desea desarrollar que es el enduro en motocicletas. Aunque el turismo rural sea dirigido para un grupo específico de personas no deja de ser una opción rentable al momento de implementarla y ofrecerla al mercado (Crosby & Moreda, 1996, págs. 18-19); así la motivación o necesidad de cada turista permite saber a qué subtipo de turismo rural pertenecen, por ejemplo, turismo de naturaleza, cultural, agroturismo, de aventura, deportivo, ecoturismo, comunitario. (Crosby & Prato, 2009, pág. 26).

Ahora bien, el turismo de aventura usa como recurso a los atractivos naturales que tiene el turismo rural dispone para producir sensaciones de descubrimiento a las personas que practican actividades poco comunes, esto ayuda a transmitir experiencias variadas aprovechando los recursos que se encuentren en el lugar (Crosby & Moreda, 1996, pág. 20).

Al mismo tiempo, el experto mundial en turismo de aventura, Shannon Stowell (2014) en su visita al Ecuador menciona que hay tres pilares fundamentales para realizar turismo de aventura de calidad; tales como, la cultura y la naturaleza, el factor humano y para finalizar la variedad de actividades, que el país tiene para generar experiencias favorables a los turistas considerando al Ecuador como una de las mejores opciones para realizar este tipo de turismo.

En relación a lo antes mencionado es importante analizar también el turismo en el caso de Ecuador y entender que gracias a su manejo en los últimos años confirma que hay una gran posibilidad de potenciarse como el país con mayor diversidad del planeta por varias razones, como por ejemplo; la amplia biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial que nos caracteriza en

el mundo como un país de naturaleza (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2007). Además, tiene una gran variedad de atractivos naturales y culturales en sus provincias, ciudades y parroquias, permitiendo que lo mencionado por Shannon Stowell sea relevante.

Para dicha creación, es necesario conocer los pasos para la creación de un producto turístico y una vez la información se encuentre clara se lo direccionará y se hará referencia a la aventura. El producto turístico es un conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles donde se incluyen recursos y atractivos turísticos; además de equipamientos, infraestructuras, servicios turísticos y actividades recreativas. Todo esto ayudará a atraer a un grupo determinado de consumidores para satisfacer sus expectativas y motivaciones relacionadas con su tiempo libre haciendo que en diferentes lugares del país haya la necesidad de crear un producto turístico. (Marín, 2012).

Por lo tanto y de acuerdo a lo dicho anteriormente, es fundamental tomar en cuenta diversos factores para la creación del producto como por ejemplo; realizar el análisis del destino turístico permite identificar y evaluar los recursos disponibles; es importante analizar el lugar en donde se desea emprender el proyecto, los recursos humanos implicados en el diseño del producto, los atractivos turísticos de la zona, los servicios y equipamiento disponibles, la infraestructura, movilidad, accesibilidad del lugar, tejido económico y social (Blázquez & Sarrión, 2014).

De igual manera el análisis depende de la comparación entre mercados demandantes y flujos turísticos; la finalidad de este componente es importante ya que ayuda a identificar los perfiles, atributos y exigencias de los principales consumidores o de los consumidores a donde el producto turístico de aventura está proyectado, como; excursionistas, visitantes extranjeros y nacionales. Esto ayudará sin duda a darse cuenta cuál es el mercado prometedor y con potencial que ofrece posibilidades de consumo inmediato (Ministerio y Comercio Exterior de Turismo del Perú y Swisscontact, 2014).

Para continuar, la conceptualización del producto turístico es importante ya que implica plantear la temática principal del producto mediante el pensamiento

creativo de las personas involucradas, para generar ideas acerca del producto turístico tomando en cuenta características, necesidades, conocimiento técnico, mercados potenciales, niveles de innovación y tendencias del mercado. Al concluir con la lluvia de ideas el objetivo consiste en eliminar las ideas poco atractivas o ideas irrelevantes que no van acorde con el desarrollo del producto turístico. Es necesario entender y tener claro que este proceso no es un estudio profundo y definitivo acerca de la viabilidad de llevar o no a cabo la continuación del diseño del producto simplemente es el análisis general de ideas (Gómez, 2014).

Una vez se realicen los dos primeros pasos antes mencionados es necesario realizar el diseño del producto turístico, inicialmente se debe especificar y sistematizar la información anteriormente trabajada para reconocer las acciones concretas que se necesita llevar a cabo para desarrollar integralmente el producto turístico elegido (Ministerio y Comercio Exterior de Turismo del Perú y Swisscontact, 2014).

El enfoque que se debe priorizar es el del sector privado y el gobierno local, estos deben estar involucrados en el diseño y actividad turística, pues debe prevalecer siempre el enfoque comercial. En el diseño turístico es esencial describir de forma detallada los atributos en ofertas y/o servicios para realizar una matriz de atributos y requerimientos detallados; saber qué acciones concretas se deberán desarrollar ayuda a dar la dirección correcta al diseño general del producto (Machado, 2013).

La creación de un producto turístico debe identificar las acciones concretas a desarrollar sobre el producto turístico, el tiempo que tomará realizar el producto, las personas o entidades responsables y el cronograma de implementación. Es importante mencionar que se debe garantizar de manera coordinada y participativa el desarrollo turístico sostenible y competitivo del producto turístico, además de promover el financiamiento y ejecución de las actividades (Ministerio y Comercio Exterior de Turismo del Perú y Swisscontact, 2014).

Una vez se realice el análisis completo de la creación del producto turístico se debe direccionar al tipo de turismo que se desea realizar, en el presente caso el turismo de aventura es el ideal para el enduro de motocicletas que será el tema central del proyecto. Es así, que en esta etapa se analizará el precio y promociones, se arma un plan de marketing y se define los canales de venta. A este proceso se lo considera elemento clave ya que sin una buena estrategia de distribución con mayoristas de viajes y/o minoristas especializados será muy difícil hacer crecer la comercialización del producto (Blázquez & Sarrión, 2014).

Como se mencionó anteriormente, los modelos de producto turístico son importantes en la creación del mismo, para su desarrollo se debe analizar la actividad de aventura que se desee realizar, por lo tanto, la creación de un producto turístico de aventura ofrece la posibilidad de hacer diferentes actividades en base a las opciones que el Ministerio de Turismo propone como, actividades de tierra, agua y aire siendo el turismo de tierra el eje fundamental para desarrollar el enduro en motocicletas (Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR] , 2014).

Finalmente, en la parroquia de Pifo existen paisajes privilegiados, atractivos naturales y culturales que pueden ser aprovechados de la mejor manera; además, cuenta con una importante e interesante oferta para los turistas que visitan el lugar, ayudando a que el turismo en Pifo sea una alternativa económica y de interés para toda la población. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015)

## Capítulo II.- Caracterización situacional del territorio

### Localización geográfica

La parroquia de Pifo se encuentra ubicada en el extremo nororiental del Distrito Metropolitano de Quito [DMQ], en la zona 2 de la provincia de Pichincha; está conformada por 33 barrios y 12 comunidades en la actualidad. Además, es la segunda parroquia con mayor población de todo el valle interoceánico (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015, págs. 37, 51-52).

Dentro de los límites de Pifo se localiza una parte de la Reserva Ecológica Cayambe Coca, el Complejo de Humedales *Ñucanchi Turopamba* y el Bosque Protector de *Sigsipamba* (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015).



**Figura 1. Ubicación geográfica de la Parroquia de Pifo.**

Tomado de Google Maps, 2018

### **Características económico-productivas**

En la parroquia de Pifo, la mayoría de los pobladores se encuentran empleados o se dedican a la actividad ganadera y agrícola. En segundo lugar, trabajan en industrias manufactureras; seguido de empresas de construcción y actividades donde les implica el desplazamiento a otros lugares fuera de la parroquia (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015).

Además, aunque la actividad principal de desarrollo económico en la parroquia es la ganadería y la agricultura, en los últimos años la parroquia se ha convertido en una zona donde se han localizado importantes empresas dedicadas a los textiles, metalmecánica, cementos, madera y alimentos preparados, dando así paso a la creación del parque industrial. Sin embargo, estas empresas no garantizan brindar trabajo a los habitantes de Pifo, al contrario, en la parroquia hay un alto porcentaje de pobreza que refleja que solo el 60.41% de la población es económicamente activa. No existen microempresas asociativas, la actividad económica central de Pifo está compuesta por servicios de comercio, alimentación, y de subsistencia en general (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015).

### **Características socioculturales**

La parroquia de Pifo tiene 12 comunidades que se encuentran ubicadas en las zonas periféricas del lugar y aportan de manera individual al crecimiento de la parroquia junto a el Gobierno descentralizado de Pifo. Respecto a su patrimonio se divide en tangible e intangible; su patrimonio tangible se basa en recursos culturales de asentamientos preincaicos y se puede encontrar material cultural como fragmentos de cerámica y lítica que están exhibidos en las instalaciones del GAD de Pifo o en la iglesia central que a su vez atrae con su interesante construcción arquitectónica (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015).

Su patrimonio intangible está caracterizado por una gran variedad de tradiciones que son celebradas a lo largo del año como toros de pueblo, ferias agrícolas y ganaderas, elaboración de artesanías y actividades complementadas con gastronomía de la zona. Existe de igual manera lugareños que dan a conocer sus conocimientos que fueron adquiridos a lo largo de los años gracias a sus antepasados, convirtiéndose la medicina ancestral en un atractivo adicional que ofrece esta parroquia a sus visitantes (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015).

De este modo la parroquia de Pifo tiene un calendario de festividades que permite dar a conocer en varias fechas del año su patrimonio a turistas nacionales y extranjeros.

**Tabla 1. Festividades de la parroquia Pifo.**

<b>Festividades</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Fecha</b>	<b>Actividades</b>
Fiesta de fundación de San Sebastián de Pifo	20 de Enero	Danzas, gastronomía, corridas de toros populares.
Virgen de Mayo	15 de Mayo	Procesión, comparsas
Corpus Cristi	15 de Junio	Danzas, cabalgatas, actividades varias
Fiesta de San Pedro	21 – 29 de Junio	Danzas, cabalgatas, corridas de toros y actividades varias
Aniversario de la Comuna	08 de septiembre	Misa representativa
Fiestas Patrono Divino Niño	30 de Diciembre	Danzas, castillos de juegos pirotécnicos y actividades varias

### Descripción de la infraestructura, conectividad, movilidad.

La infraestructura de la parroquia de Pifo se ha ido generando paulatinamente según las necesidades de los sectores productivos de su economía, este crecimiento también hace referencia a que Pifo se encuentra en un lugar de conexión y de acceso a otros puntos importantes del Ecuador y ciudad tales como el paso a la vía oriente o al aeropuerto de la ciudad de Quito que es fundamental para la exportación, importación, llegada y salida de turistas al país. Sin embargo, tras esta infraestructura hay varios lugares de vivienda y economía de Pifo que se encuentran ubicados en accidentes geográficos que dificultan la movilización y el acceso a servicios básicos por parte de varios pobladores. Ahora bien, Pifo está compuesto por varias comunidades de las cuales algunas no se encuentran legalizadas, demorando la construcción de infraestructura, la adecuación de servicios básicos y la instalación de comunicaciones varias como líneas telefónicas y servicio de correo (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015). (Ver tabla 2)

**Tabla 2. Análisis de infraestructura, conectividad y movilidad.**

<b>Título</b>	<b>Sub-tipo</b>	<b>Ejemplos</b>
<b>Transporte</b>	Aéreo	Aeropuerto internacional Mariscal Sucre
	Terrestre	Vías de primer orden E35 y E20, transporte inter parroquial, taxis, transporte privado, transporte propio.
<b>Servicios Básicos</b>	Agua	EPMAPS, Red de agua potable propia Pifo
	Alcantarillado	EPMAPS
	Residuos sólidos	Relleno sanitario del Inga
	Energía	Sub estación Coca Codo Sinclair
<b>Comunicaciones</b>	Telefónica fija, móvil	CNT, torres empresa móvil telefónica Claro, Movistar y CNT

### Identificación de los actores locales

En Pifo existen varios actores locales que aportan de diferentes formas a la parroquia brindando servicios específicos dependiendo su enfoque con el objetivo de fomentar el crecimiento por medio de actividades varias que benefician a pobladores y personas externas a la parroquia. (Ver tabla 3)

**Tabla 3. Actores locales vinculados en el territorio.**

Variable	Actor local	Competencia	Interés en el Proyecto
<b>Público</b>	Ministerio de Turismo Ecuador  Ministerio del Ambiente Ecuador  Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Pifo  Administración Zonal de Tumbaco	Entidades públicas con autonomía política, administrativa y financiera que cuidan y regulan actividades y el buen vivir de sus pobladores.  TURISMO - COOTAD	Desarrollo turístico de la parroquia de Pifo para beneficio general de la población.
<b>Privado</b>	Haciendas turísticas de la Parroquia de Pifo  Asociación de transportes y transportistas turísticos de Pifo	Empresas que brindan servicios de alojamiento, transporte y recreación a pobladores, visitantes y turistas que están interesados en conocer la parroquia.	Desarrollo turístico e incremento económico para las empresas privadas.

<b>Comunitario</b>	Comunidades locales de la Parroquia de Pifo	Organización donde sus miembros trabajan por bienes comunes y para la preservación de los lugares a donde pertenecen.	Aporte a las actividades turísticas que se desarrollen en la parroquia de Pifo.
<b>Cooperación Académica</b>	Universidad de las Américas Escuela de Hospitalidad y Turismo  Colegio Eduardo Salazar Gómez.	Estudio, investigación, líneas de investigación, proyectos de titulación análisis, vinculación, prácticas pre profesionales y ejecución de proyectos académicos.	Análisis sobre el turismo actual y potencial en la parroquia que estudian.

### **Capítulo III.- Caracterización del sistema turístico del territorio**

#### **Análisis de la oferta actual**

En la actualidad Pifo representa la segunda parroquia con mayor crecimiento poblacional en el valle interoceánico y con un alto porcentaje de gente joven que como objetivo principal tiene la necesidad de aumentar sus conocimientos por medio de estudios para emprender en su lugar de residencia. Pifo cuenta con atractivos naturales y un amplio patrimonio cultural, siendo así una ventaja para que se puedan desarrollar varias actividades turísticas. Al mismo tiempo cuenta con infraestructura variada para solventar varias necesidades de visitantes, turistas o pobladores que deseen realizar actividades recreativas o de aventura en su tiempo de ocio (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios, 2015).

#### **Atractivos turísticos culturales y naturales de la parroquia de Pifo**

Pifo ofrece varios atractivos culturales y un amplio patrimonio natural que es lo que lo caracteriza; entre ellos cuenta con monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes relevantes que potencian su atractivo, algunos de estos atractivos cuentan con ciertas instalaciones, facilidades o accesos para llegar como explica la tabla a continuación.

#### **Descripción de las actividades turísticas**

Conociendo los atractivos turísticos y su infraestructura de interés en la parroquia de Pifo es necesario analizar las actividades que se pueden realizar en cada uno de ellos, segmentando así los atractivos culturales y naturales que se encuentran vinculados geográficamente para la creación del producto turístico de aventura. (Véase tabla 5).

Tabla 4. Actividades Turísticas.

Nombre del Atractivo	Instalaciones físicas	Actividades	Ubicación	Breve Descripción
<b>Parque Central de Pifo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calle asfaltada, señalización, zona azul para estacionamiento, baños, bancas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recreación</li> <li>- Esparcimiento.</li> <li>- Observación de esculturas típicas del lugar.</li> </ul>	Parroquia de Pifo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestación cultural.</li> <li>- Es de fácil acceso y cuenta con toda la infraestructura necesaria.</li> <li>- El GAD de Pifo da mantenimiento continuo a este punto de atracción.</li> </ul>
<b>Iglesia de Pifo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calle asfaltada, señalización, zona azul para estacionamiento, bancas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Celebración de eventos religiosos.</li> <li>- Se pueden observar esculturas, murales y pinturas del siglo XVII en adelante.</li> <li>- Observar su arquitectura.</li> </ul>	Parque central de la parroquia de Pifo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestación cultural.</li> <li>- Espacio religioso.</li> <li>- Es de fácil acceso.</li> <li>- Su horario de atención para visita es de 09H00 – 16H00.</li> <li>- No hay una persona</li> </ul>

				guía.
<b>Loma la Tolita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calle asfaltada, señalización, zona azul para estacionamiento, bancas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se observa la tola que es un montículo funerario de la época preincaica.</li> </ul>	Entrada principal a la parroquia de Pifo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestación cultural.</li> <li>- Libre acceso.</li> <li>- Su horario de atención para visitas es de 09H00 – 16H00.</li> <li>- Se encuentra en propiedad privada.</li> </ul>
<b>700 Gradas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sendero, espacio para bicicletas y motos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades deportivas.</li> <li>- Ascenso y descenso de las escaleras.</li> <li>- Vista de la quebrada en la que están construidas.</li> </ul>	Entre el barrio La Paz (Pifo) y barrio La Isla (Yaruquí).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestación cultural.</li> <li>- Libre acceso.</li> <li>- Se puede ir caminando, en bicicletas o moto.</li> <li>- En la misma infraestructura se encuentra la caja de riego de Pisque.</li> <li>- Abastece de agua desde Cayambe hacia Pifo.</li> </ul>
<b>Piscina de</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recreación</li> </ul>	Barrio El	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manifestación</li> </ul>

<b>Agua Fría</b>	asfaltada, señalización, zona azul para estacionamiento, bancas, instalaciones para uso público.	y esparcimiento. - Deporte natación.	Progreso	n cultural. - Espacio recreacional. - Cuenta con la infraestructura necesaria. - Horario de atención de 08H00 a 18H00.
<b>Patio gastronómico y de artesanías de Pifo</b>	- Calle asfaltada, señalización, zona azul para estacionamiento, baños, bancas.	- Degustación de platos típicos de la zona y región. - Compra de artesanías a tiendas locales.	Barrio 20 de Enero	- Manifestación cultural, tales como: carrera de postas, de chasquis, celebraciones religiosas, bandas de músicos. - Establecimiento con varias opciones gastronómicas. - Cuenta con infraestructura para poder servirse los alimentos en el lugar. - Horario de

				atención de 10H00 a 19H00.
<b>Molino antiguo de Granos</b>	- Calle asfaltada, zona azul para estacionamiento, bancas.	- Se observa el funcionamiento del molino	Cercano al parque central de Pifo, casa de la familia Martínez	- Manifestación cultural. - Se caracteriza por su historia y su funcionamiento. - Lugar privado. - Se debe pedir autorización para ingresar al lugar.
<b>Minas y cuevas de Obsidiana</b>	- Sendero.	- Senderismo - Observar la obsidiana piedra volcánica, se pueden tomar muestras esparcidas por el lugar. - Se visualizan	Sector San Lorenzo	- Sitio natural. - Cuenta con un sendero para llegar al lugar. - Se puede acceder cabalgando. - No cuenta con acceso para autos. - No cuenta con

		fauna como osos de anteojos, lobos y venados.		señalética.
<b>Laguna de Nonalbiro</b>	- Sendero.	- Senderismo · - Cabalgata hacia el lugar. - Pesca.	Sector San Lorenzo, Mullomic a	- Sitio natural. - Es una laguna de almacenamiento superficial que está dentro de una cuenca cerrada. - Cuenta con un sendero. - No cuenta con señalética.
<b>Roca de Sigsipamba</b>	- Senderos, espacio para bicicletas, motos, autos.	- Senderismo · - Deporte de escalada.	Comunidad de Sigsipamba	- Sitio natural. - Cuenta con un sendero. - No tiene infraestructura para el turista. - No cuenta con señalética.

<p><b>Cerro de Pishanga</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sendero, punto seguro para mirador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senderismo</li> <li>- Cabalgata.</li> <li>- Se observa el antiguo paso del camino de los incas.</li> <li>- Se visualiza el valle de Tumbaco y la parroquia.</li> </ul>	<p>Sector Paluguillo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sitio natural.</li> <li>- Dispone de un sendero.</li> <li>- Permite observar parte de la ciudad del Quito y sus valles.</li> <li>- No cuenta con infraestructura para el turista.</li> <li>- No cuenta con señalética.</li> </ul>
<p><b>Laguna de Yuyos y Boyeros</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sendero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senderismo</li> <li>- Cabalgata.</li> <li>- Pesca.</li> </ul>	<p>Sector de Paluguillo, Peñas Blancas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sitio natural.</li> <li>- Es una laguna de almacenamiento superficial que está dentro de una cuenca cerrada.</li> <li>- Cuenta con un sendero.</li> <li>- No cuenta con guía ni</li> </ul>

				señalética.
<b>Bosque Polylepis</b>	- Sendero.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senderismo</li> <li>- Se observa variedad en su flora y fauna.</li> <li>- Se puede analizar la antigüedad de sus árboles y se observan varios animales como conejos y venados.</li> </ul>	Páramo del Inga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sitio natural.</li> <li>- Dispone de un sendero.</li> <li>- No cuenta con infraestructura para turistas.</li> <li>- No cuenta con señalética.</li> </ul>

### Catastro Turístico

Analizar el catastro de la parroquia de Pifo permite de manera organizada saber cuáles son las instalaciones de alimentos y bebidas, agencias de viajes, alojamiento, recreación, esparcimiento y transporte turístico que dispone Pifo; de esta manera se facilita y se sesga la información para su análisis y uso.

**Tabla 5. Información del catastro turístico de Pifo.**

N.-	Registro N.º	Nombre del Establecimiento	Dirección	Clasificación	Categoría	HB/PL	ME/PM
1	PUIOAJ-00000453	Casa del Viajero	Olalla 465 y Av. Interoceánica	Hostería	4 Estrellas	7/14	0
2	PUIOAJ-00001397	Hacienda las Cuevas Terra	E20 vía Papallacta s/n y Mulauco	Lodge	5 Estrellas	7/19	0

		Lodge					
3	PUIOAJ-00000239	La Dicha	Diego Vásquez de Cepeda Lote 1 y Av. Francisco de Orellana	Hostal	2 Estrellas	14/28	0
4	PUIOAJ-00000570	El corazón de Pifo	Vía Interoceánica Lote 5 y Vía al Oriente	Hostal	1 Estrella	15/30	0
5	PUIOAJ-00000432	In Love	Vía al Quinche N62-75 y AV. Interoceánica	Hostal	1 Estrella	5/10	0
6	PUIOAJ-00000113	Balus	Calle B Y Psje. B3Calle B	Hostal	1 Estrella	16/33	0
7	PUIOAJ-00001404	Hostal Confort "Fort"	Fabián Alarcón s/n	Hostal	1 Estrellas	6/12	0
8	PUIOAJ-00000158	La Rosa	Gonzalo Pizarro S/N Juan Mantilla	Hostal	2 Estrellas	17/42	0
9	PUIOAJ-00000494	La Rosa	Ignacio Jarrín Mera S/N Felicísimo Vega	Hostal	2 Estrellas	10/21	0
10	PUIOAJ-00000588	Nevada	Av. Interoceánica Lote 4 y De Los Conquistadores	Hostal	1 Estrella	22/51	0
11	PUIOAJ-00000439	Amazónico Ana Luisa	Fernández Salvador Lote 5 y Alfredo Gangotena	Hostal	2 Estrellas	19/42	0
12	PUIOAJ-00000504	Casa de Hacienda la Jimenita	Pasaje J2 Lote 180 Vía a Papallacta	Hacienda turística	5 Estrellas	15/31	0
13	1701759805	Fritada de Cristian	Av. Interoceánica KM 23 y Pasaje Los Heredero	Restaurante	Cuarta	0	7/28
14	17017510003	Deli Fritadas	Vía Interoceánica Km 23 1/2 y Casa Vieja	Restaurante	Cuarta	0	23/92
15	1701758016	Picantería Anita del Valle	Vía Interoceánica Lote 1(23)	Restaurante	Cuarta	0	6/24
16	1701759924	La Súper Fritadas del Valle	vía Interoceánica S/N Barrio San Francisco	Restaurante	Cuarta	0	13/52
17	17017510002	El Pailón de la Abuela	Av. Interoceánica E35 y Lote 1 Sta Teresa Velásquez	Restaurante	Cuarta	0	14/56

			Chantag				
18	170175692 8	Rincón de mis Abuelos	Av. Interoceánica Psje. Interoceánica 6 (Barrio La Liberta)	Restaurant e	Tercera	0	31/124
19	170175992 6	Antojito Express	Gonzalo Pizarro S/N y Pasaje José Mantilla	Cafetería	Cuarta	0	4/16
20	170175979 4	Cristhian S Pub	Ignacio Jarrin Mera 695 José Rafael Delgado	Bar	Tercera	0	11/44
21	170175978 3	Siete Pecados	Gonzalo Pizarro s/n y psj. mantilla	Bar	Tercera	0	15/60
22	170175996 9	El Padrino	Alfredo Gangotena lote 4 e Ignacio Jarrin	Bar	Tercera	0	5/20
23	170175122 49	Zeus La Madrastra	Alfredo Gangotena Ignacio Jarrin Mera	Discoteca	Segunda	0	8/100
24	170175122 35	AJC Vega	Alfredo Gangotena s/n Ignacio Jarrin Mera	Discoteca	Segunda	0	45/180
25	170175103 50	Vane's Pifo	Pizarro Gonzalo 985 e Interoceánica	Discoteca	Segunda	0	22/88

### **Análisis de la demanda actual**

Para el siguiente análisis se realizaron encuestas en la parroquia de Pifo para tener información relevante y definir el perfil del turista que visita el lugar, de igual manera esto nos permitirá identificar los gustos, necesidades, intereses y motivaciones de los visitantes. Por lo tanto, los resultados ayudarán a entender el mercado en el que se desea desarrollar el producto turístico de aventura.

### **Perfil del turista**

En base a las 25 encuestas realizadas a varias personas en la parroquia de Pifo en el mes de mayo del presente año. Los resultados obtenidos arrojaron la siguiente información:

El 76% de visitantes son nacionales, principalmente de la capital Quito y parroquias continuas como Cumbayá, Tumbaco, Yaruquí y el Quinche el

porcentaje restante que se refiere al 24% son turistas internacionales. Se explica en la siguiente tabla el perfil de cada uno de ellos.

**Tabla 6. Perfil del turista**

Genero	Masculino (72%)
Edad	31 - 40 años (44%)
Nivel de educación	Tercer nivel (64%)
Motivos de viaje	Ocio y diversión (76%)
Modalidad de viaje	Familia (78%)
Periodo de permanencia	1 - 2 días (84%)
Principales actividades realizadas	Caminatas (44%) y Enduro (20%)
Gasto promedio	\$50.00 (80%)
Medios de información del viaje	Internet (60%)

Se debe tomar en cuenta que la mayoría de los turistas son de género masculino con un (72%), la edad se rige entre los 31 años hasta los 40 años de edad con el (44%), el nivel de instrucción de los turistas en su mayoría es de tercer nivel (64%) y la mayoría realiza sus viajes por ocio y diversión (76%).

Las encuestas además reflejan que los turistas prefieren viajar con su familia (78%) y tienen la voluntad de quedarse de un día a dos días en el lugar para realizar varias actividades como caminatas (44%) y enduro (20%). Se informan de la parroquia de Pifo y actividades mediante el medio de difusión internet (60%) y en su mayoría tienen como objetivo gastar \$50.00 (81%).

### **Análisis de la súper estructura**

La superestructura turística es una mixtura que aglutina a todos los entes encargados del área, sean estos públicos o privados; quienes actúan

conjuntamente, con la finalidad de perfeccionar todo lo referente al turismo, se encargan de verificar el buen desempeño de las partes, que conforman este sistema, de manera que funcionen en concordancia en todas sus actuaciones, para otorgar un beneficio a los usuarios del producto turístico. La efectividad y eficacia de la superestructura, representa una relevancia para el turismo, de acuerdo a su rendimiento en contraste con los atractivos ofrecidos y la organización que se encuentra perfectamente cimentada, cuyo objetivo aparte de garantizar el disfrute de los turistas, es obtener un beneficio económico; como ocurre en todo acto de comercio. (Boullon, 2006). Ver tabla N.º 3.

### Nacional

La Ley de Turismo, en su artículo 1 consagra lo siguiente: “La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.” (Ley de Turismo, 2002)

Asimismo, en el Reglamento General de Actividades Turísticas, se estableció en su Capítulo I, *De los Alojamientos*, artículos 1 al 76 respectivamente, las regulaciones legales, pudiendo destacarse lo establecido en el artículo 3: “...En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados” (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2002).

Por otra parte, se tiene el Reglamento de Operación Turística de Aventura, que establece en su artículo 1 el ámbito de aplicación de la manera siguiente:

El presente Acuerdo regula a toda operación turística de aventura en el país y será aplicado por el Ministerio de Turismo en todas sus acciones de regulación y control a las agencias de viajes operadoras o duales, así como por los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se haya

transferido la correspondiente competencia. (Ministerio del Turismo, 2014).

Finalmente, dentro de las normas nacionales que regulan el área del turismo, se encuentra el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), que consagra en su artículo 1 lo siguiente:

Este Código establece la organización político-administrativa del Estado ecuatoriano en el territorio: el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera. Además, desarrolla un modelo de descentralización obligatoria y progresiva a través del sistema nacional de competencias, la institucionalidad responsable de su administración, las fuentes de financiamiento y la definición de políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios en el desarrollo territorial.” (COOTAD, 2010).

#### Internacional

Declaratoria del año internacional del turismo sostenible OMT: Se enfoca en el crecimiento económico inclusivo y sostenible, en la inclusión social, empleo y reducción de la pobreza, en el uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático, en los valores culturales, diversidad y patrimonio y para finalizar en la comprensión mutua, paz y seguridad (Organización Mundial del Turismo, 2017).

Declaratoria del turismo responsable OEA 2012: Se refiere a la reveladora contribución por parte del sector turístico, en lo conducente hacia la disminución de la pobreza y la ofensiva contra la desigualdad social; el aumento de la calidad de vida de los grupos que conforman la sociedad tanto emisoras como receptores del turismo; el perfeccionamiento verosímil de los países, especialmente en cuanto a la creación de empleos, descanso, recreación y circunstancias propicias para actividades comerciales; el desarrollo y consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas

(MIPYMES), con énfasis en los sectores sociales en condición de vulnerabilidad, como es el caso de mujeres, niños, personas con discapacidad, minorías raciales y los pueblos indígenas; de manera que se promuevan los derechos humanos y la inclusión social (Consenso de Quito sobre Turismo Consciente en las Américas, 2012).

Código Ético Mundial para el Turismo: Consiste en una vinculación que engloba los principios de orientación a los actores fundamentales que se desempeñan en el turismo. En este sentido, se encuentra destinado a los gobiernos, empresas, comunidades e incluso a los mismos turistas, con la finalidad de coadyuvar a las mejoras del sector, disminuyendo los posibles resultados negativos que repercutan en el medio ambiente, al patrimonio cultural o la humanidad en sí mismo (Organización Mundial del Turismo, 1999).

Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, establece la visión en beneficio sustentable económico, social y ambiental de los Estados que conforman el continente americano, así como el resto de los países que comprenden la Organización de las Naciones Unidas; funge como un referente que sirve de reseña para desempeño de al menos quince años. Esta directriz repercute en una gran proporción por demás histórica para América Latina y el Caribe, toda vez que incorpora argumentos importantes para las naciones, pudiendo destacarse el descenso de la desigualdad, en todos los ámbitos, ofreciéndose un desarrollo económico inclusivo, que ofrece empleo decoroso a todos en las urbes, u otras poblaciones, con sostenibilidad así como el mejoramiento climático (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2016).

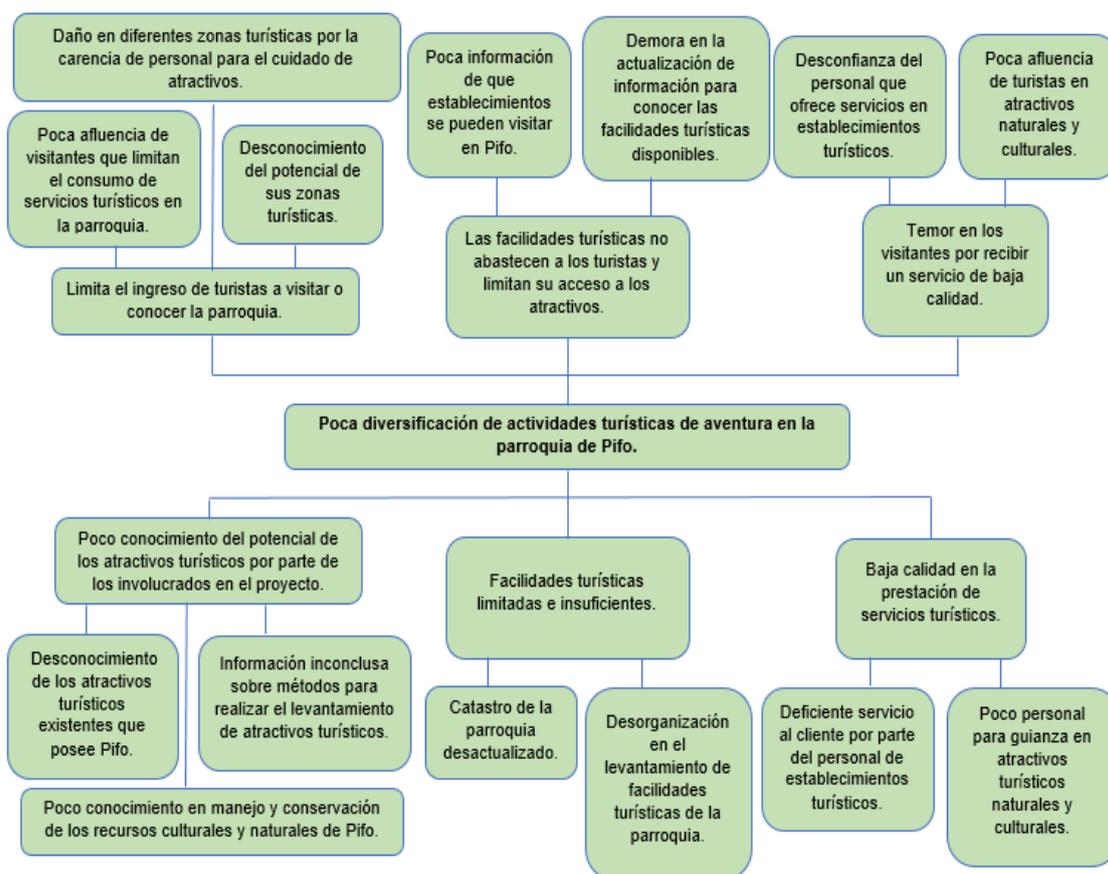
### **Diagnóstico – problematización**

Identificación de la problemática del territorio

#### Árbol de Problemas

En el siguiente diagrama de flujo se representa de manera general e integrada la problemática que presenta la parroquia de Pifo para el desarrollo del

proyecto, además se analiza sus causas y efectos para buscar posibles soluciones.



**Figura 2. Árbol de Problemas**

Árbol de Objetivos y Estrategias.

A continuación, tras la realización del árbol de problemas (causa – efecto) se realiza este diagrama de flujo con objetivos que propone una situación contraria positiva.

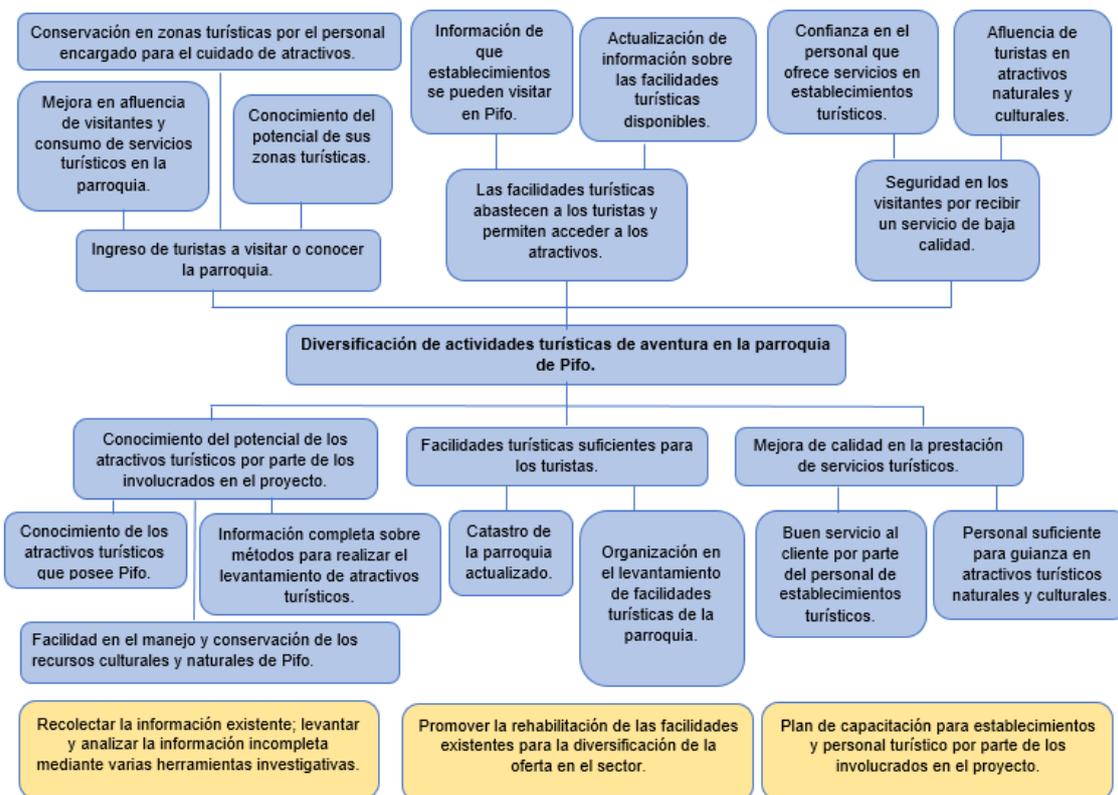


Figura 3. Árbol de Objetivos y Estrategias.

## **Capítulo IV.- Diseño de la propuesta**

### **Duración del proyecto**

El presente proyecto se basa en la creación de un producto turístico de aventura en la parroquia de Pifo se lo desarrollará en un periodo de 12 meses, y se ejecutará en tiempo de 24 meses. Este proyecto tendrá una vida útil de 3 años, donde se incentivará la afluencia de visitantes y consumo de servicios turísticos en la parroquia, a los fines de dar a conocer todo el potencial de las zonas turísticas, logrando así obtener el disfrute de los potenciales turistas foráneos y locales, a su vez alcanzar beneficios económicos.

### **Beneficiarios**

#### **Beneficiarios directos**

Los beneficiarios directos son los dueños de los lugares en donde se encuentran atractivos turísticos de interés, comunidades y emprendimientos turísticos en donde se desarrolla el proyecto, se puede estimar en cuatrocientos sesenta (460) personas, equivalente al 2% de la población de Pifo, siendo estos comprendidos entre los proveedores de alimentación, los distribuidores de repuestos y mecánicas del sector, así como los distintos lugares de hostería que existen en la zona. Es importante que se cumpla con las estrategias de comercialización para que el producto y las actividades puedan tener el alcance esperado hacia los turistas y el beneficio sea representativo para cada uno de los involucrados.

#### **Beneficiarios indirectos**

Los beneficiarios indirectos son una parte de la población habitante de la parroquia de Pifo, con una estimación de diez mil trecientas (2.300) personas, el equivalente a un 10% de la población total de Pifo, ya que dentro del corredor que se desea realizar el proyecto, se encuentran establecimientos

distintos a la actividad turística, que de manera directa o indirecta serán beneficiarios, al ofrecer los servicios, productos y mercancías en general, a los turistas que lleguen a la parroquia. De esta manera, se integran activamente en el desarrollo económico, social, cultural, ambiental que se presenciara en el territorio.

### **Objetivos, metas y actividades**

#### Objetivo de desarrollo

En cuanto a lo establecido en el Objetivo 5 del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021; se contempló lo referente a: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria; respecto a la contratación de bienes y servicios, hubo reiterados planteamientos en cuanto al perfeccionamiento de la inclusión, con la finalidad de incentivar la producción nacional, resaltando primordialmente a los sectores sociales con mayor vulnerabilidad en las distintas regiones. En este sentido, es notoria la importancia en fortalecer la cooperatividad, mediante la comercialización ética y justa, priorizando la Economía Popular y Solidaria. (Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021, 2017)

La parroquia de Pifo tendrá como objetivo alcanzar su desarrollo económico por medio de la creación del producto turístico de aventura teniendo en cuenta la diversificación de las actividades turísticas que se estima realizar.

En este orden de ideas, se enfatiza lo expresado en el Objetivo 9, del Plan Nacional del Buen Vivir, donde se indica:

Es importante hacer mención de los emprendimientos económicos comunitarios, que se ejecutan por las colectividades organizadas, de los distintos pueblos que componen el Ecuador, con la promoción del turismo dentro de una visión económica social comunitaria, donde se crean opciones productivas que generan beneficios pecuniarios. Esta figura se encuentra contemplada en la legislación nacional que rige la materia. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2007).

### Propósito

Consolidar la estructura de un producto turístico de aventura en la parroquia de Pifo como apoyo económico para los involucrados en el proyecto.

### Componentes/ resultados

1. Desarrollar una propuesta de producto turístico de aventura con enfoque al enduro de motos.
2. Mejora de las facilidades turísticas para fomentar una buena operación.
3. Mejora en la calidad turística de los servicios turísticos de la parroquia.

### Actividades

- 1.1. Determinar el potencial de actividades turísticas de aventura.
- 1.2. Establecer un itinerario, circuitos y costo de operación.
- 1.3. Definición y desarrollo del producto turístico de aventura de Pifo.
- 2.1 Información sobre las facilidades turísticas de aventura en la parroquia.
- 2.2 Documentos y catastro actual de las facilidades turísticas.
- 2.3 Establecer talleres para el fortalecimiento organizativo de las facilidades turísticas en la parroquia.
- 3.1 Mejora en la calidad en la prestación de servicios turísticos.
- 3.2 Desarrollo de un plan estratégico en servicio al cliente.
- 3.3 Posicionamiento del servicio y producto turístico de aventura.
- 3.4 Análisis y evaluación de la calidad de los establecimientos que ofrecen servicios turísticos.

Con el fin de cumplir lo antes planteado se determinaron los siguientes indicadores:

### Indicadores de resultados

**Primer trimestre**

- Se realiza una propuesta para la creación de un producto turístico de aventura al finalizar el proyecto.
- Validación del producto turístico al culminar el primer trimestre.

**Segundo trimestre**

- Capacitación de personal para el desarrollo del proyecto.
- Salidas de campo para profundizar el aprendizaje.
- Puesta en práctica del turismo aventura al finalizar el proyecto.

**Tercer trimestre**

- Capacitación respectiva a los pobladores involucrados con el producto turístico de aventura.
- Desarrollo de un plan estratégico en servicio al cliente.

**Cuarto trimestre**

- Incentivar a los turistas para que formen parte del producto y a su vez sean agentes multiplicadores que lo promocionen a sus allegados.
- Incremento de visitantes a la parroquia de Pifo.

El Marco lógico de indicadores, se puede visualizar en el Anexo E.

**Cronograma**

El cronograma de actividades se puede visualizar en el Anexo C.

**Presupuesto**

La estimación presupuestaria para el proyecto es de Once Mil Cien Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (11,100 \$).

**Tabla 7. Presupuesto general del proyecto.**

<b>Presupuesto general del Proyecto</b>	
<b>Resultados</b>	<b>Total \$</b>
Propuesta de creación del producto turístico	3,600
Implementación de facilidades turísticas	4,500
Capacitación para mejorar la calidad de servicio turístico	3,000
<b>Presupuesto total del proyecto</b>	<b>11,100</b>

El presupuesto detallado de costos del producto turístico se puede observar en el Anexo D, y el presupuesto detallado de gastos del proyecto se puede visualizar en el Anexo F, respectivamente.

## Capítulo V.- Desarrollo de la Propuesta

### Propuesta del producto turístico.

La propuesta para la creación del producto turístico que se desea desarrollar en la parroquia de Pifo se trata sobre el uso de vehículos motorizados, que les permite a los usuarios no solo distraerse recorriendo los distintos circuitos en medio de la naturaleza que ofrece la zona, además tienen la oportunidad de practicar un deporte sano, de aventura y extremo con motocicletas de enduro para los diferentes atractivos naturales que la parroquia de Pifo ofrece, con lo cual se libera el estrés que deja la rutina diaria de los lugares de trabajo o por las actividades cotidianas.

Mediante el empleo de este producto, se busca fortalecer e incrementar los ingresos económicos a los habitantes involucrados de Pifo, toda vez que tendrán la oportunidad de incorporarse y participar en el desarrollo de la propuesta.

### Identificación de la imagen del producto

El logotipo o imagen se realizó en base a las actividades que se piensan desarrollar, en cuanto a la práctica del turismo de aventura como es la moto enduro, que constituye un deporte conocido en el mundo.



Figura 4. Imagen o logotipo del proyecto.

Para la creación de esta imago tipo se utilizó una abstracción de la imagen de una montaña en donde se pueden apreciar sus formas irregulares que son utilizadas para realizar actividades de aventura, además genera una conexión directa con la naturaleza. Se utiliza la marca de un neumático que es la representación de medios de transporte como motos y autos.

La tipografía utilizada se caracteriza por su forma ya que estas terminan en pequeñas puntas que combinan con las irregularidades del terreno en la montaña, de igual manera genera la combinación de riesgo y sobriedad en cada detalle.

Se utiliza el color negro y blanco basados en las leyes de la Gestalt, para esto se tomó como referente las dos siguientes leyes que son: fondo y figura, en donde se resalta el color negro para generar mayor impacto, así como el color blanco para armonizar, con un contraste adecuado de los elementos a resaltar, la segunda ley empleada es la ley de cierre, ya que al unir todos los elementos estos crean un triángulo que representa las formas de las montañas, con la concreción de elementos sin deformidad alguna.

### **Estrategia de promoción**

La estrategia para la promoción del producto turístico y su comercialización se la analizará y desarrollará una vez se vean resultados sobre la propuesta de creación del producto turístico de aventura. Sin embargo, se plantea en el presente proyecto dos etapas, que se describen a continuación:

- La primera es la comercialización directa, la cual se hace llegar al usuario por medios independientes, los cuales no requieren la intervención de terceros para su ejecución, entre las más destacadas se encuentran las redes sociales que de acuerdo a las nuevas tecnologías, se han posesionado a nivel internacional por su alto alcance a personas de todas las edades, culturas, sexo o religión que constituyen un auge en crecimiento, motivo por el cual resulta de gran interés para

proyectarse mediante estas herramientas, los productos de atractivo turístico.

- La segunda es la comercialización indirecta, que consiste en la coalición con agencias de viajes, operadores turísticos, medios impresos, periodistas, emisoras de radio, a los fines de dar a conocer la oferta de una forma masiva. En este caso, es requerida una inversión monetaria, de manera que pueda efectuarse la publicidad requerida en los distintos espacios destinados para tal fin, en los diversos medios o publicaciones periódicas, los cuales poseen un alcance masivo en usuarios que desean tener nuevas experiencias turísticas en su haber.

**Tabla 8. Estrategias de promoción del producto turístico.**

<b>Etapas</b>	<b>Descripción</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Acciones a seguir</b>	<b>Alcance deseado</b>
Comercialización directa	Se encuentra basado en la promoción del producto entre el promotor y el usuario, sin la intervención de ningún intermediario o tercero.	Incorporación del producto en página web, redes sociales de uso masivo como el Facebook, Instagram, Twitter (marketing 2.0).	La publicidad en la web tiene un alcance significativo, abarcando a todos los usuarios de redes sociales y los patrones de búsqueda en internet.  Participar en las distintas ferias de turismo que se planteen, así quedará la inquietud por parte de los asistentes, en conocer y participar en el paquete turístico.	Ambos representan un impacto elevado en los posibles turistas, que tengan participación activa en redes sociales y el uso de internet.
Comercialización indirecta	Es la promoción del producto mediante el uso de agentes externos, que se especializan en efectuar la publicidad, ofreciéndola a los usuarios.	Efectuar asociaciones con las distintas agencias de viajes.  Realizar publicaciones publicitarias en revistas especializadas en el área.	Enlazar la promoción del producto con agencias de viajes y operadores turísticos.  Promocionar el producto en las revistas especializadas.  Invitar a los periodistas que efectúan la cobertura y promoción del turismo nacional, para que conozcan en el paquete y así lo proyecten en sus espacios.	El impacto es masivo, para todos aquellos potenciales turistas tanto nacionales como extranjeros que hacen uso de estos medios especializados en turismo.

### Propuesta de intervención

Para el perfeccionamiento de las estrategias de intervención, se ha planteado efectuar campañas en las distintas universidades, así como los entes encargados de la administración del turismo del país, para que puedan contribuir en la concientización de la preservación natural de los distintos espacios naturales, no sólo de la parroquia Pifo, sino de todo el Ecuador.

### Identificación del posible impacto ambiental y su mitigación

En cuanto al posible impacto ambiental, de acuerdo al planteamiento del presente proyecto de aventura que se pretende ejecutar, se estima que no existe un impacto ecológico que afecte la naturaleza de la zona, toda vez que no se requiere modificar los ambientes, ni la edificación de ningún tipo de plataforma o desforestación, al contrario, el planteamiento es en base a la naturaleza presente, asimismo se indicará constantemente a los visitantes los circuitos establecidos y sus lugares de acceso para que se tenga en cuenta la preservación, cuidado y mantenimiento del área turística.

#### Itinerarios

Se realizaron tres propuestas en la denominación de *full day* para el proyecto del producto turístico de aventura, siendo el primero mostrado en la siguiente tabla:

**Tabla 9. Itinerario opción 1. Primer circuito.**

HORA ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
07:30	Punto de encuentro parque central de la parroquia de Pifo.	Circuito <i>Allpa</i> (Turismo de Aventura)
07:30 – 08:00	Revisión de equipo, mecánica y provisiones.	

08:00	Inicio del circuito	
08:15	Roca de Sigsipamba	
09:30	Minas y cuevas de Obsidiana --- una hora	
10:45	Laguna de Nonalbiro – una hora	
12:00	Pista de motos Jijón	
12:20	Retorno al parque central de la parroquia de Pifo. Punto de finalización del recorrido.	

Los servicios para los tres circuitos incluyen lo siguiente:

- Guía acompañante.
- Ingreso a propiedades privadas y comunas.
- Refrigerio (Bebida extra hidratante, sándwich, fruta y gelatina).
- Lista de mecánicos/mecánicas en la parroquia de Pifo.

No se encuentra incluido para los tres circuitos lo siguiente:

- Motocicletas
- Equipo y protecciones para la actividad.
- Seguro médico.
- Repuestos.
- Bebidas adicionales.

Se efectúan las siguientes recomendaciones, para los tres circuitos presentados en el producto turístico de aventura:

- Llevar equipo básico para la actividad: casco, coderas, rodilleras, guantes, faja, pechera y botas.
- Llevar sus herramientas y repuestos necesarios para la actividad.

- Facilitar al guía o personal de abasto los contactos telefónicos necesarios en caso de requerirlos.
- Se puede llevar celulares y cámaras bajo la responsabilidad del cliente.
- Si no se dispone de motocicleta se recomienda los contactos de casas de alquiler de motocicletas.

En el segundo circuito ofertado en el producto turístico, se indica lo establecido en la siguiente tabla:

**Tabla 10. Itinerario opción 2. Segundo circuito.**

<b>HORA ACTIVIDAD</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
07:30	Punto de encuentro parque central de la parroquia de Pifo.	Circuito <i>Allpa</i> (Turismo de Aventura)
07:30 – 08:00	Revisión de equipo, mecánica y provisiones.	
08:00	Inicio del circuito	
08:40	Cerro de Pishanga	
10:30	Laguna de Yuyo y Boyeros	
11:40	Pista de motos Cordovéz	
12:10	Retorno al parque central de la parroquia de Pifo.	

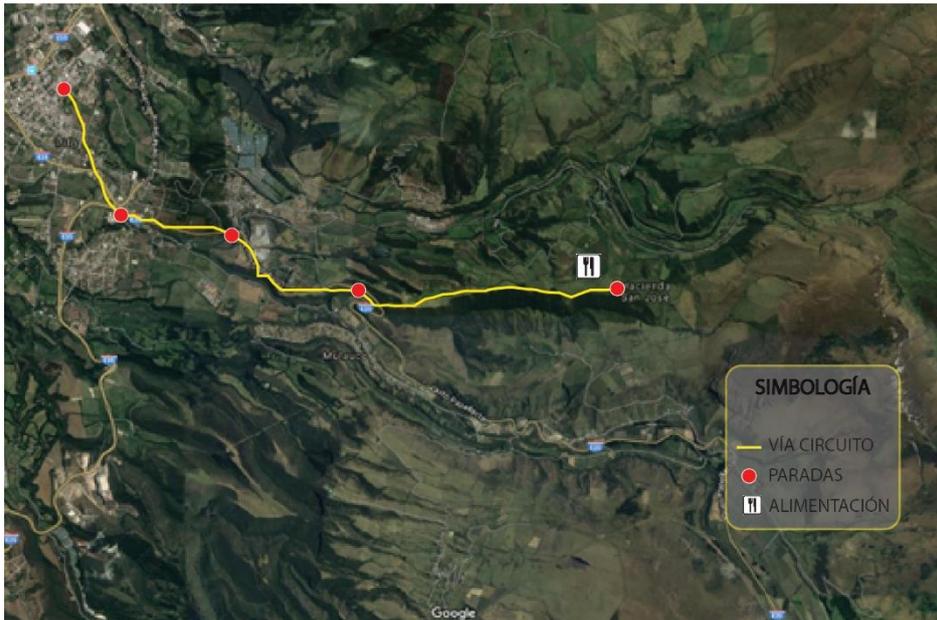
Para el tercer y último circuito ofertado se presenta lo especificado en la siguiente tabla.

**Tabla 11. Itinerario opción 3. Tercer circuito.**

<b>HORA ACTIVIDAD</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
07:30	Punto de encuentro parque central de la parroquia de Pifo.	Circuito <i>Allpa</i> (Turismo de Aventura)
07:30 – 08:00	Revisión de equipo, mecánica y provisiones.	
08:00	Inicio del circuito	
08:30	Paso por el Inga bajo	
08:45	Paso por el Inga alto	
10:15	Bosque de Polylepis	
11:30	Pista de motos Cordovéz	
12:00	Retorno al parque central de la parroquia de Pifo. Punto de finalización del recorrido.	

#### Mapa de circuito

En los siguientes mapas se puede apreciar la ilustración con precisión, mediante imagen satelital obtenida de Google Maps, donde se puede detallar las especificaciones de las tres rutas, de cada uno de los circuitos pautados en el producto turístico de aventura, a realizarse a través de las actividades de enduro full day, en la parroquia Pifo.



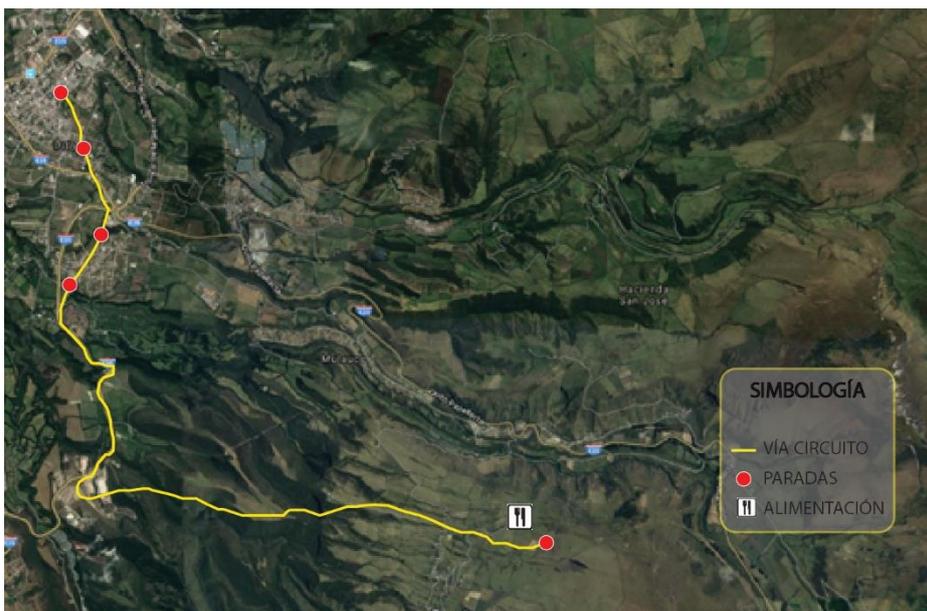
**Figura 5. Mapa del Primer Circuito – 16.5 km**

Adaptado de Google Maps, 2018.



**Figura 6. Mapa del Segundo Circuito – 15.5 km**

Adaptado de Google Maps, 2018.



**Figura 7. Mapa del Tercer Circuito – 14.7 km**

Adaptado de Google Maps, 2018.

### **Fuentes de financiamiento del proyecto**

El financiamiento del presente proyecto consta de tres fuentes primordiales, que se involucran de la forma que se refleja en la tabla número 13, la cual se indica a continuación:

**Tabla 12. Fuentes de financiamiento del proyecto.**

<b>Co-financiamiento externo. Entidades bancarias</b>	<b>Financiamiento Propio</b>	<b>Co-financiamiento comunidad y operadores locales</b>
30 %	60%	10%
UE 3.330 \$	UE 6.660 \$	UE 1.110 \$
	<b>Total 11.100 \$</b>	

### Estrategia de seguimiento y evaluación

**Tabla 13. Indicadores de seguimiento y evaluación.**

<b>Indicador</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Frecuencia</b>
Producto turístico de aventura implementado.	Listado de los atractivos turísticos.	Verificación mensual, durante el lapso de duración del producto.
Mejora de las facilidades turísticas para fomentar una buena operación.	Establecer talleres para el fortalecimiento organizativo de las facilidades turísticas en la parroquia.	Verificación trimestral en el lapso de duración del proyecto.
Mejora en la calidad turística de los servicios turísticos de la parroquia.	Desarrollo de un plan estratégico en servicio al cliente.	Verificación trimestral en el lapso de duración del proyecto.

## Conclusiones

La parroquia de Pifo está conformada por 33 barrios y 12 comunidades hasta la actualidad, posee una parte de la Reserva Ecológica Cayambe Coca, el Complejo de Humedales Ñucanchi Turopamba y el Bosque Protector de Sigsipamba; existe un alto porcentaje de pobreza que refleja que solo el 60.41% de la población es económicamente activa. No existen microempresas asociativas, la actividad económica está compuesta por servicios de comercio, alimentación, y de subsistencia en general, es por ello que un producto turístico de aventura resulta de gran relevancia al atraer a la zona, nuevas posibilidades de inversión extranjera, que puede traducirse en beneficios directos e indirectos a la región.

En el ámbito turístico la parroquia se encuentra clasificada como la segunda de mayor crecimiento poblacional en el valle interoceánico, tiene un alto porcentaje de gente joven, con expectativas de adquirir conocimientos académicos y poder emprender en su lugar de residencia, existen atractivos naturales con un amplio patrimonio natural y cultural, siendo una ventaja para el desarrollo de diversas actividades turísticas.

En el desarrollo del producto turístico de aventura se estimó un periodo de implementación de 12 meses, la ejecución en 24 meses, con beneficiarios directos en un número de dos mil trescientas (460) personas, equivalente al 2% de la población de Pifo, entre proveedores de alimentos y bebidas, distribuidores de repuestos y mecánicas del sector y los diversos lugares de alojamiento disponibles en la parroquia.

Bajo la estructura del producto turístico de aventura, se determinó que puede alcanzar sustentabilidad para la población de Pifo, pudiendo incrementarse el número de visitantes, tanto nacionales como extranjeros, proyectando el crecimiento comercial de la región, además se potencia el ingreso económico de un lugar.

Los visitantes de la zona en su mayoría desconocen los atractivos turísticos existentes, asimismo se determinó que existe la necesidad de ofertar

actividades que motiven no solo a volver, sino que proyecten a otras personas las experiencias vividas, de manera que puedan convertirse en agentes multiplicadores con la experiencia.

De acuerdo al análisis de costo, se pudo determinar que, con una pequeña inversión, en virtud de contar con recursos propios, en un mayor porcentaje de aporte económico, en la ejecución del paquete turístico de aventura planteado, lo cual se constituye en un atractivo para los turistas a un bajo costo y se potencia los ingresos para los comerciantes del sector, con la llegada de nuevos visitantes.

El producto turístico fue planificado en tres paquetes, con el mismo número de rutas, distribuidos en las áreas de la parroquia Pifo, el punto de partida en todas las rutas pautadas es el Parque Central, retornando al finalizar los recorridos a ese mismo lugar. El valor estimado del paquete individual, para las distintas rutas es de cuarenta y dos dólares, se estimó como punto de equilibrio para los circuitos la cantidad promedio de seis paquetes como mínimo, para cada jornada.

## REFERENCIAS

- Administración Zonal Tumbaco. (28 de Agosto de 2010). Seguridad. *Noticias Quito*. Recuperado el 22 de abril de 2018, de <http://xurl.es/8tw5j>
- Asamblea Nacional. (2010). COOTAD. *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Quito: Registro Oficial 303.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Alfaro, Montecristi, Manabi.
- Baidal, J. (2000). *Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades*. Alicante: Univerdidad de Alicante.
- Benassini, M. (2009). *Introducción a la Investigación de Mercados: Enfoque para América Latina* (2ª edición ed.). México, México: Pearson Educación.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Blázquez, J., & Sarrión, J. (marzo de 2014). <http://www.viasverdes.com>. Obtenido de Metodología Específica para la Creación de Producto Turístico en Torno a Vías Verdes: <https://goo.gl/mD2bMp>
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4º edición ed.). México: Trillas.
- Cardoso, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*(11), 6-7. Recuperado el 20 de abril de 2018, de <https://bit.ly/2xJeBtY>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Publicaciones de las Naciones Unidas.
- Congreso Nacional. (2002). Ley de Turismo. Quito: Registro Oficial Suplemeneto 733, Última reforma del 29-12-2014.

- Consejo Nacional de Planificación. (2017). *Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades.
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales-naturales*. Madrid: Centro europeo de formación ambiental y turística.
- Crosby, A., & Prato, N. (2009). Fundamentos y retos del turismo rural . En A. Crosby, *Re-inventando el turismo rural, gestión y desarrollo* (págs. 21-50). Madrid: La Erte.
- Escuela de Hospitalidad y Turismo. (2015). Líneas de Investigación de la Escuela de Hospitalidad y Turismo UDLA. *Universidad de las Américas*. Quito.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Pifo y Capservs Medios. (Junio de 2015). *Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Pifo*. Quito. Recuperado el 20 de abril de 2018, de <https://bit.ly/2xHDhmm>
- Gómez, G. (2014). *Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos*. Recuperado el 18 de abril de 2018, de Universidad Politécnica Salesiana: <https://bit.ly/2xrYCA9>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Machado, E. (15 de Enero de 2013). *INTEGRACIÓN Y DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO*. Recuperado el 10 de mayo de 2018, de Geographos: <https://bit.ly/2sGoMJM>
- Marín, A. (2012). Turismo. En *Mercados y productos turísticos*. Madrid, España. Recuperado el 20 de abril de 2018, de Mercados y productos turísticos: <https://bit.ly/2sGeuJW>
- Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR] . (2014). *Reglamento de Operación Turística de Aventura 2014*. Obtenido de

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/ACUERDO2-ok.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR]. (11 de Febrero de 2012). *Turismo de aventura, un negocio en crecimiento*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/turismo-de-aventura-un-negocio-en-crecimiento/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (26 de Septiembre de 2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador. Recuperado el 15 de abril de 2018, de T&L Informe Final - PLANDETUR 2020: <https://bit.ly/1pANJBa>

Ministerio del Turismo. (11 de 02 de 2014). Reglamento de Operación Turística de Aventura. Quito: Acuerdo Ministerial N° 2014001. Registro Oficial Suplemento 181.

Ministerio y Comercio Exterior de Turismo del Perú y Swisscontact. (Mayo de 2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Lima: Ministerio y Comercio Exterior de Turismo del Peru. Recuperado el 20 de abril de 2018, de <https://bit.ly/2HigtJG>

Organización de Estados Americanos. (2012). Consenso de Quito sobre Turismo Consciente en las Américas. *Vigésimo Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo* (págs. 1-5). Quito: Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI).

Organización Mundial de Turismo (OMT). (2007). <http://media.unwto.org.es>. Recuperado el 15 de febrero de 2018, de Entender el turismo: Glosario Básico: <https://bit.ly/1qkkg6>

Organización Mundial del Turismo. (27 de 09 de 1999). Código Ético Mundial para el Turismo . Santiago de Chile: Resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT.

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). <http://www2.unwto.org>. Recuperado el 12 de mayo de 2018, de <https://goo.gl/gRW2Ra>

Presidencia de la República. (2002). Reglamento General de Actividades Turísticas. Quito: Registro Oficial 726. Con Reforma del 16-09-2011.

Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & del Campo, A. (31 de junio de 2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Revista Pasos*, Vol. 6( N° 3), 399-418. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de <https://goo.gl/MFRtQ6>

Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. Madrid: Publicaciones de la OMT.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Buen Vivir Plan Naciona 2013 - 2017*. Recuperado el 05 de mayo de 2018, de <http://www.buenvivir.gob.ec/inicio>

## **ANEXOS**

## Anexo A. Encuesta para el Estudio de Mercado.

### FORTALECIMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL TERRITORIO DE INFLUENCIA

MARQUE CON UNA (X), LAS RESPUESTAS QUE CONSIDERE:

#### I. INFORMACIÓN PERSONAL

**1. NACIONALIDAD:**

(1) Nacional

(2) Internacional

**2. EDAD (AÑOS):**

(1) 15 - 20

(2) 21 - 30

(3) 31 - 40

(4) 41 - 50

(5) 51 - 60

(6) 61 o mas

**3. GÉNERO:**

(1) Masculino

(2) Femenino

(3) Otros

**4. ESTADO CIVIL:**

(1) Soltero

(2) Casado

(3) Divorciado

(4) Viudo

(5) Unión libre

**5. LUGAR DE RESIDENCIA:**

(1) Nacional

(2) Extranjero

**6. NIVEL DE INSTRUCCIÓN:**

(1) Primaria

(2) Secundaria

(3) Estudios técnicos

(4) Superior (pregrado)

(5) Superior (postgrado)

**7. SITUACIÓN LABORAL / OCUPACIÓN:**

(1) Empleado/Funcionario del Sector Público

(2) Estudiante

(3) Desempleado

(4) Empleado/Funcionario del Sector Privado

(5) Jubilado

(6) Otros

#### II. DEMANDA ACTUAL

**8. ¿Cuáles son sus ingresos económicos mensuales?**

(1) Menos de US\$200

(2) US\$201 - US\$400

(3) US\$401 - US\$600

(4) Más de US\$601

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en su viaje?**

- (1) Menos de US\$50       (2) US\$51 - US\$100       (3) Más de US\$101

**10. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a quedarse en el lugar?**

- (1) 1-2 días       (2) 2-5 días       (3) 6-8 días       (4) 9-15 días

**11. Regularmente, ¿Con quién realiza sus viajes de turismo?**

- (1) Viaja solo       (2) Familia       (3) Pareja       (4) Amigos

**12. ¿Cuál es su principal motivo de viaje?**

- (1) Ocio/diversión       (2) Asistencia a eventos culturales       (3) Visita a familiares       (4) Feriados  
 (5) Vacaciones       (6) Estudios/investigación       (7) Negocios/Trabajo       (8) Otros

**13. ¿Cuáles de los siguientes atractivos turísticos existentes en la parroquia de Pifo, Usted conoce o ha visitado?**

- |                          |                                                 |                          |                                 |
|--------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | (1) Parque Central de Pifo                      | <input type="checkbox"/> | (2) Molino antiguo de granos    |
| <input type="checkbox"/> | (3) Iglesia de Pifo                             | <input type="checkbox"/> | (4) Minas y cuevas de Obsidiana |
| <input type="checkbox"/> | (5) Loma la Tolita                              | <input type="checkbox"/> | (6) Laguna de Nonalbiro         |
| <input type="checkbox"/> | (7) 700 gradas                                  | <input type="checkbox"/> | (8) Roca de Sigsipamba          |
| <input type="checkbox"/> | (9) Piscina de agua fría                        | <input type="checkbox"/> | (10) Cerro de Pishanga          |
| <input type="checkbox"/> | (11) Patio gastronómico y de artesanías de Pifo | <input type="checkbox"/> | (12) Laguna de Yuyos y Boyeros  |
| <input type="checkbox"/> | (13) Bosque Polylepis                           | <input type="checkbox"/> |                                 |

**14. ¿Qué modalidad que frecuentemente utiliza para la organizar sus viajes?**

- (1) Operadoras y agencias turísticas       (2) Paseo organizado por estudio o trabajo  
 (3) Por cuenta propia /independiente       (4) Otros

**15. ¿Qué tipo de actividades turísticas estaría dispuesto a realizar?**

- |                          |               |                          |                           |                          |                          |
|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | (1) Caminatas | <input type="checkbox"/> | (2) Danza típica          | <input type="checkbox"/> | (3) 4x4 en autos         |
| <input type="checkbox"/> | (4) Camping   | <input type="checkbox"/> | (5) Escalada              | <input type="checkbox"/> | (6) Compra de artesanías |
| <input type="checkbox"/> | (7) Cabalgata | <input type="checkbox"/> | (8) Pesca deportiva       | <input type="checkbox"/> | (9) Enduro en moto       |
| <input type="checkbox"/> | (10) Ciclismo | <input type="checkbox"/> | (11) Intercambio cultural | <input type="checkbox"/> |                          |
| <input type="checkbox"/> | (12)          | <input type="checkbox"/> | (13)                      | <input type="checkbox"/> |                          |

**16. ¿Por qué medios de comunicación Usted se informa sobre los destinos turísticos?**

<input type="checkbox"/>	(1) Internet	<input type="checkbox"/>	(2) Televisión	<input type="checkbox"/>	(3) Publicidad exterior	<input type="checkbox"/>	(4) Prensa escrita
<input type="checkbox"/>	(5) Radio	<input type="checkbox"/>	(6) Amistades	<input type="checkbox"/>	(7) Web	<input type="checkbox"/>	(8) Otros

**17. De los servicios turísticos que se mencionan a continuación ¿Cuáles le gustaría recibir?**

<input type="checkbox"/>	(1) Operación turística	<input type="checkbox"/>	(2) Alimentos & Bebidas	<input type="checkbox"/>	(3) Servicio de Interpretación Ambiental
<input type="checkbox"/>	(4) Transporte turístico	<input type="checkbox"/>	(5) Servicios	<input type="checkbox"/>	(6) Zona de acampar
<input type="checkbox"/>	(7) Guía turístico	<input type="checkbox"/>	(8) Información turística	<input type="checkbox"/>	(9) Charlas de seguridad turística
<input type="checkbox"/>	(10) Zona de parqueo				

**18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alojamiento turístico?**

<input type="checkbox"/>	(1) US\$5- US\$10	<input type="checkbox"/>	(2) US\$11- US\$16	<input type="checkbox"/>	(3) US\$17- US\$20
--------------------------	-------------------	--------------------------	--------------------	--------------------------	--------------------

**19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio un paquete turístico en el lugar visitado (por persona/por día)?**

<input type="checkbox"/>	(1) US\$10 – US\$30	<input type="checkbox"/>	(2) US\$31- US\$50	<input type="checkbox"/>	(3) US\$51- US\$70
--------------------------	---------------------	--------------------------	--------------------	--------------------------	--------------------

**20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alimentación (por persona)?**

<input type="checkbox"/>	(1) US\$3- US\$5	<input type="checkbox"/>	(2) US\$6- US\$8	<input type="checkbox"/>	(3) US\$9- US\$10	<input type="checkbox"/>	(4) US\$11- US\$20
--------------------------	------------------	--------------------------	------------------	--------------------------	-------------------	--------------------------	--------------------

**21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de transporte (por persona)?**

<input type="checkbox"/>	(1) US\$6 US\$8	<input type="checkbox"/>	(2) US\$8- US\$10
--------------------------	-----------------	--------------------------	-------------------

**22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de guía (por grupo)?**

<input type="checkbox"/>	(1) US\$25- US\$35	<input type="checkbox"/>	(2) US\$36- US\$45
--------------------------	--------------------	--------------------------	--------------------

**23. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de parqueadero de vehículos (por día)?**

<input type="checkbox"/>	(1) US\$2 – US\$3	<input type="checkbox"/>	(2) US\$4 – US\$6
--------------------------	-------------------	--------------------------	-------------------

**24. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de camping (por persona)?**

<input type="checkbox"/>	(1) US\$5- US\$10	<input type="checkbox"/>	(2) US\$11- US\$16	<input type="checkbox"/>	(3) US\$17- US\$20
--------------------------	-------------------	--------------------------	--------------------	--------------------------	--------------------

**25. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alquiler de ciclismo (por dos horas)?**

<input type="checkbox"/>	(1) US\$2 – US\$4	<input type="checkbox"/>	(2) US\$5– US\$8	<input type="checkbox"/>	(3) US\$9 - US\$10
--------------------------	-------------------	--------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

26. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicios de eventos culturales por grupo (presentación, música, danza, teatro)?

(1) US\$80

(2) US\$100

(3) Más de US\$120

27. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de paseo en caballo (por persona)?

(1) US\$6 -10

(2) US\$10 US\$15

28. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de pistas elaboradas para motos y autos para 4x4 y enduro por carro o moto?

(1) US\$10 – US\$15

(2) US\$16 – US\$25

29. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por el servicio de compra de artesanías/souvenirs/o regalo, recuerdos (por persona)?

(1) US\$3- US\$10

(2) US\$11- US\$20

(4) Más de US\$30

30. ¿En general qué tan satisfecho se sentiría Usted si en su viaje recibe los servicios y actividades turísticas mencionadas en la presente encuesta?

(1) Muy satisfecho

(2) Satisfecho

(3) Poco satisfecho

(4) Nada satisfecho

### III. DATOS DE REGISTRO DE ENCUESTA

ENTREVISTADOR	Andrea Bolaños	FECHA DE LA ENCUESTA	05 / 05 / 2018
PROVINCIA	Pichincha	CANTÓN / PARROQUIA	Quito / Pifo

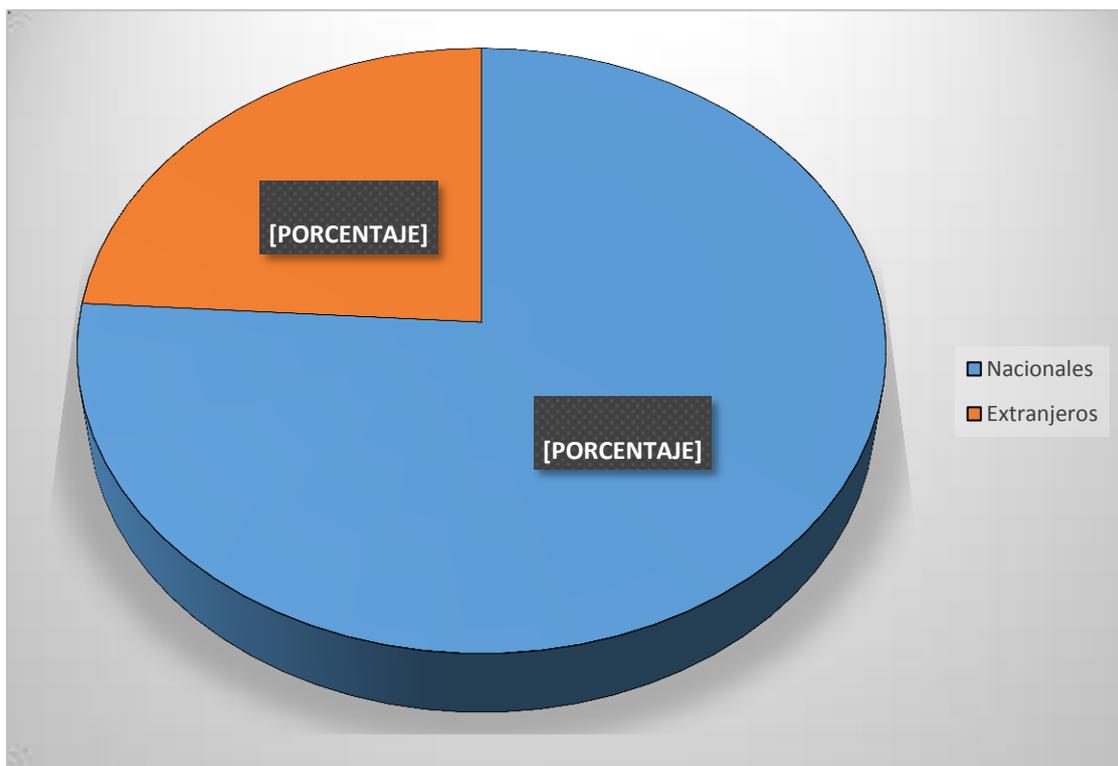
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo B. Resultados de la encuesta en la parroquia Pifo.

Se desarrollaron un total de 25 encuestas, en los espacios de la parroquia Pifo en fecha 05 de mayo de 2018, los resultados obtenidos, se reflejan de la siguiente manera:

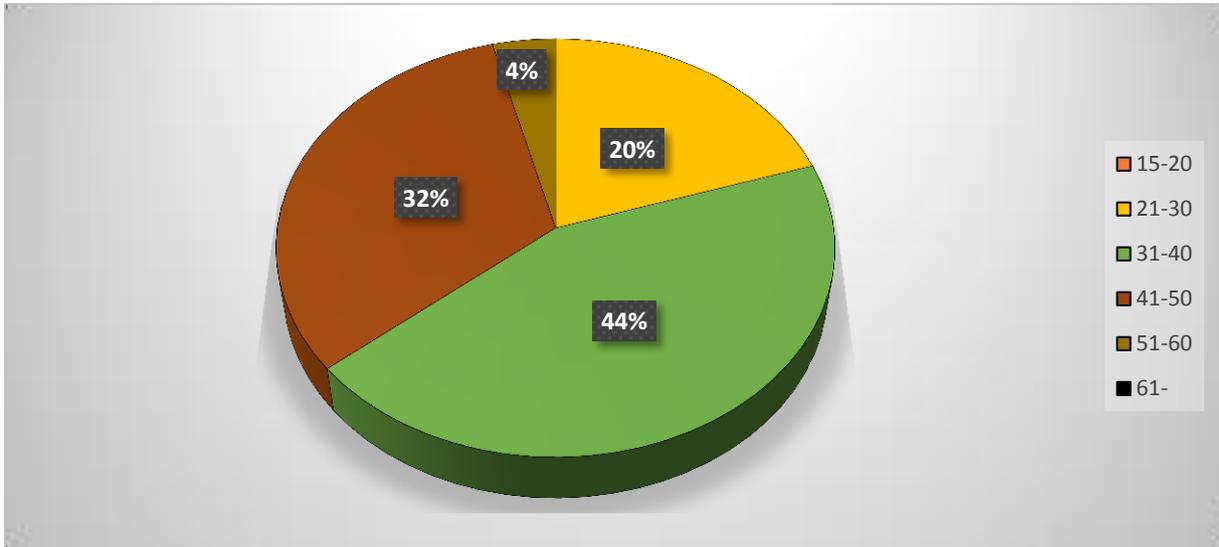
Se determinó que el 76% corresponde a turistas nacionales y el 24% a turistas de otras nacionalidades que visitaron la parroquia Pifo, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

**Gráfico 1. Procedencia de los turistas.**



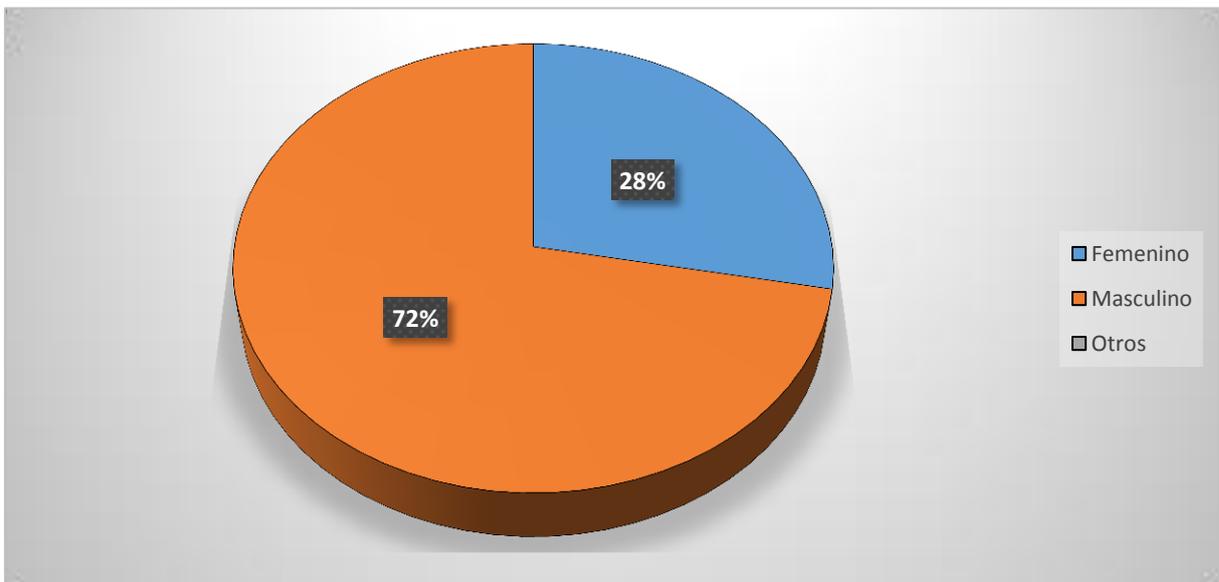
En el siguiente gráfico, se refleja las edades de los turistas entrevistados, existiendo un porcentaje del 44% entre los 31 y 40 años, 32% entre los 41 y 50 años, 20% entre 21 y 30 años, 4% entre 51 y 60 años, no hubo encuestados comprendidos en las edades de 15 a 20 y 61 en adelante.

**Gráfico 2. Edades de los turistas.**



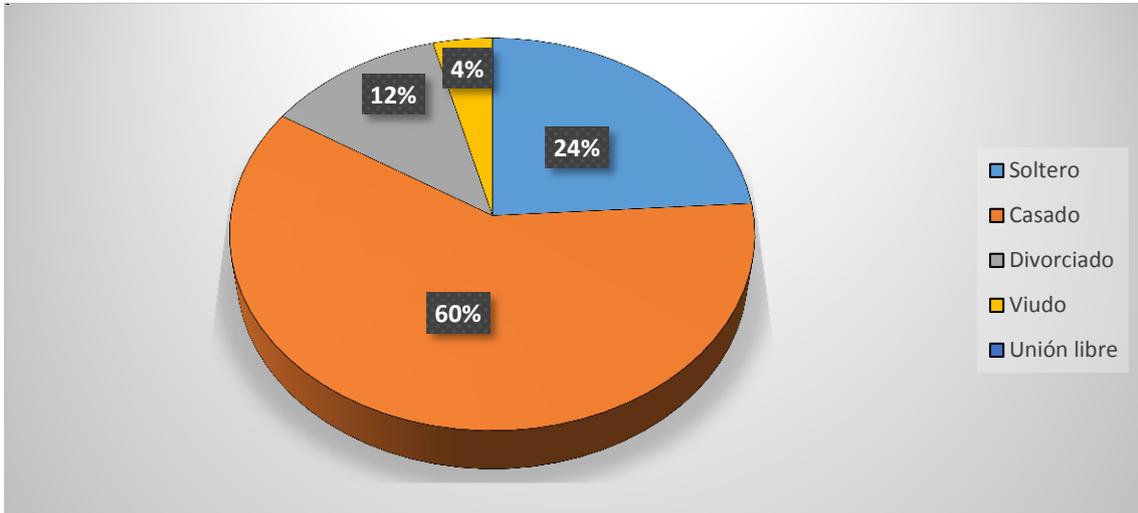
En cuanto a la distribución porcentual del género, se puede observar en el siguiente gráfico, del universo de los encuestados, un 72% son del género masculino y 28% del género femenino, no encontrándose representantes de otros géneros.

**Gráfico 3. Género de los turistas.**



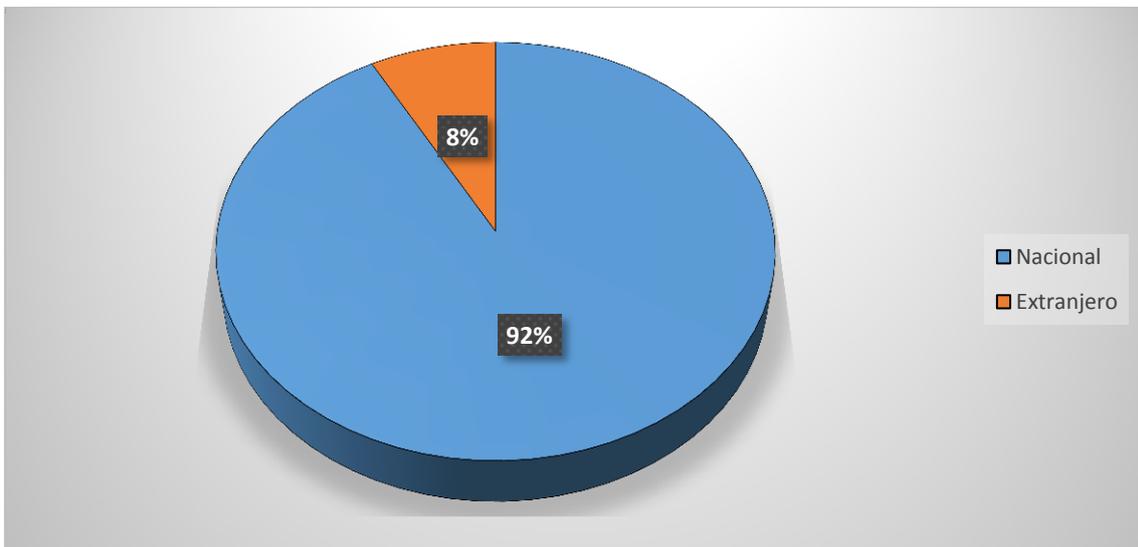
En cuanto al estado civil, 15 encuestados, resultaron ser casados, representando el 60% del total, el 24% solteros, el 12% divorciados, el 4% viudos y ninguno manifestó vivir en unión libre.

**Gráfico 4. Estado civil de los turistas.**



Mediante el siguiente gráfico se puede apreciar, que el 92% de los turistas encuestados, residen en Ecuador y el 8% reside en el extranjero.

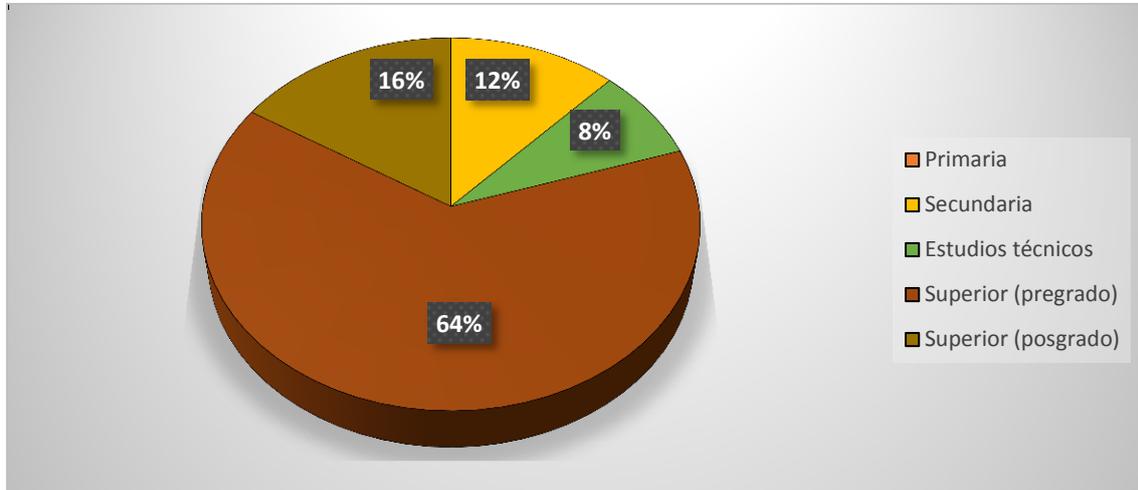
**Gráfico 5. Procedencia de los turistas.**



Se puede apreciar en el siguiente gráfico, un porcentaje de 64% para profesionales de tercer nivel, 16% con estudios de posgrado, 12% con estudios

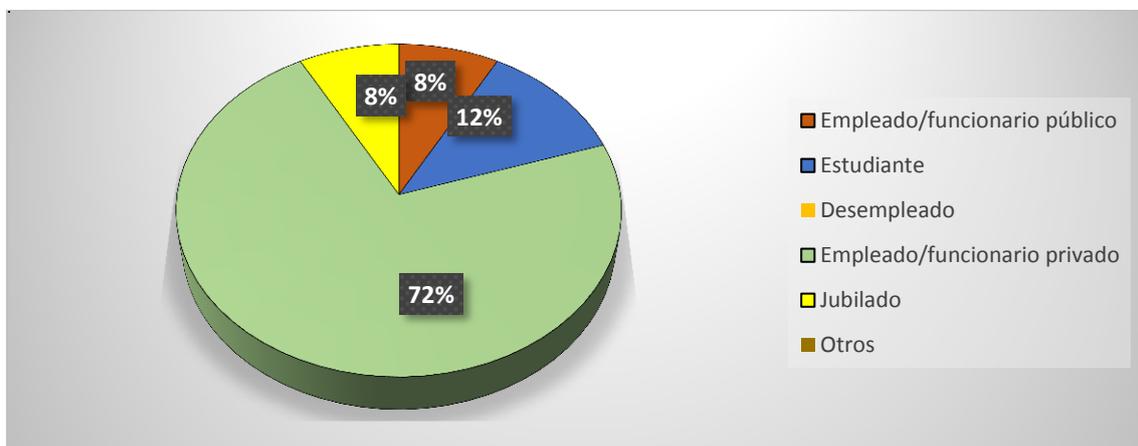
de secundaria, 8% con estudios técnicos, lo que indica que todos los encuestados superaron la educación primaria.

**Gráfico 6. Nivel académico.**



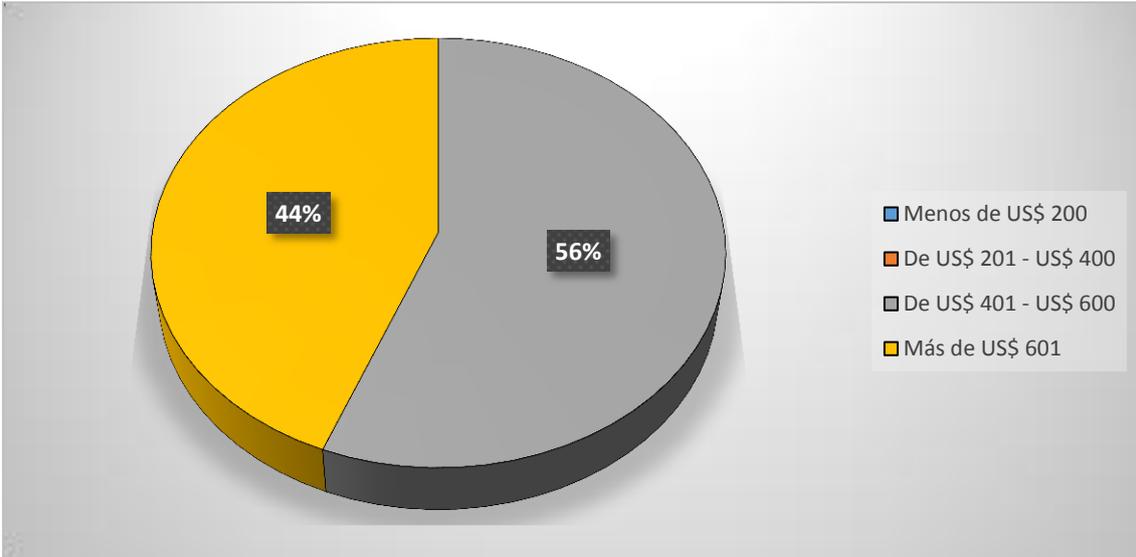
Del total de los encuestados un 72% son empleados del sector privado, el 12% estudiantes, 8% jubilados y 8% empleados del sector público y ninguno manifestó estar desempleado u otra condición.

**Gráfico 7. Ocupación laboral.**



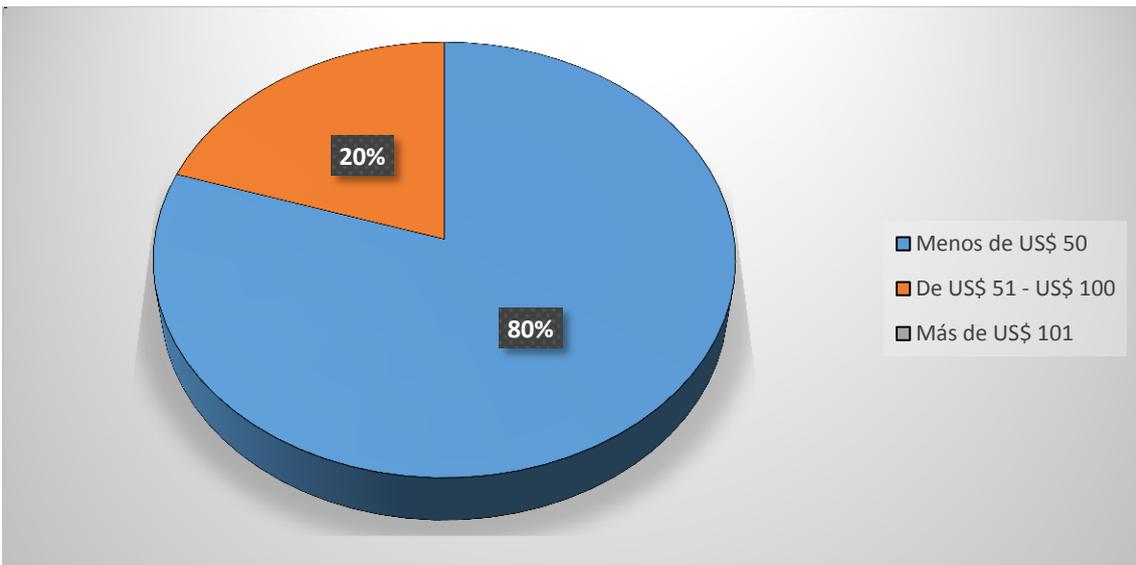
Los ingresos reflejados en los encuestados fueron: 56% percibe más de 401\$ y el 44% percibe más de 601\$

**Gráfico 8. Ingresos por mes.**



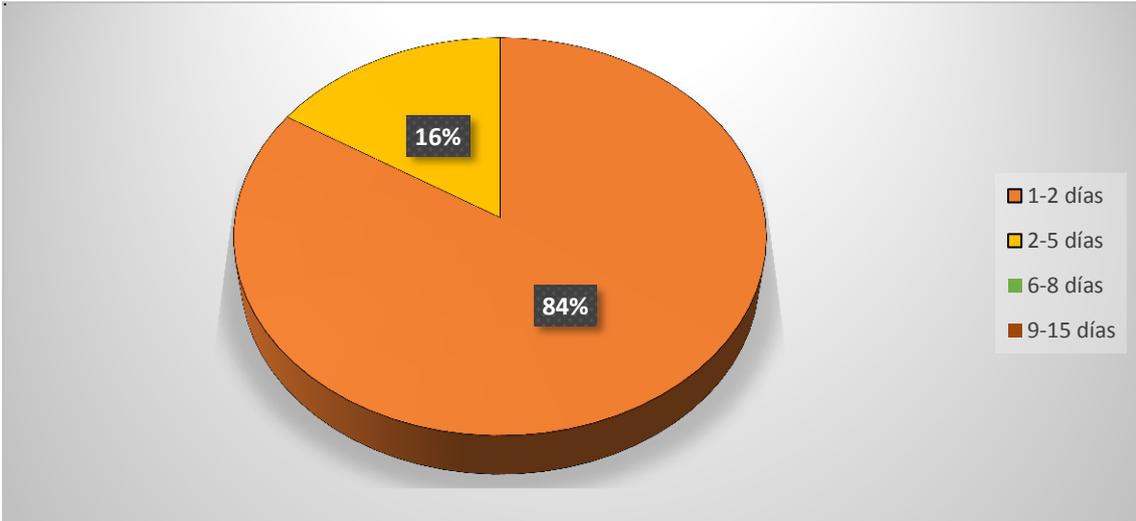
En el siguiente gráfico se puede observar que el 80% manifestó no tener disposición a gastar más de US\$50 para viajes turísticos.

**Gráfico 9. Disponibilidad de gastos en viajes turísticos.**



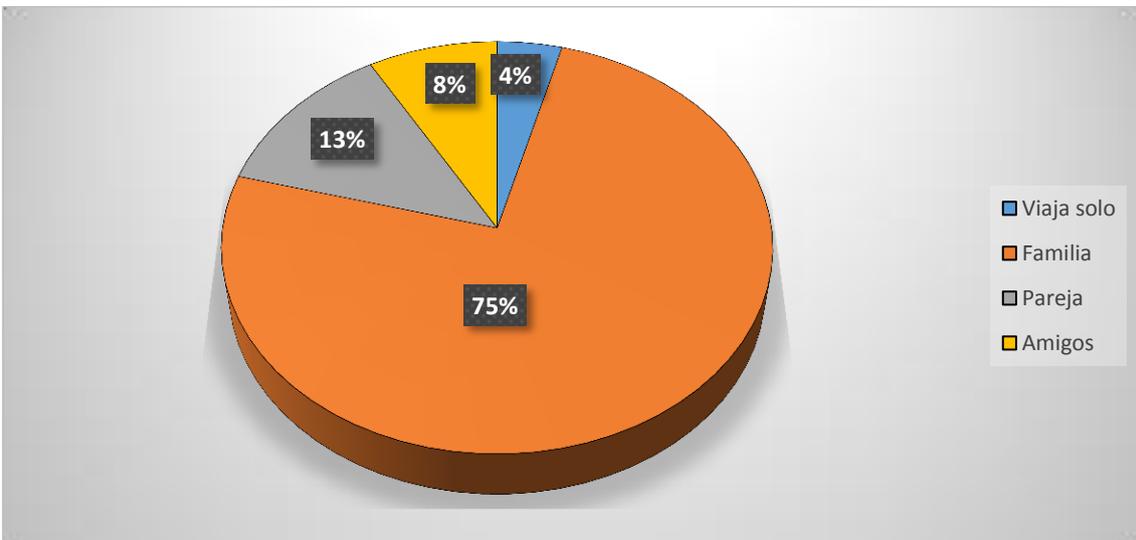
En el siguiente gráfico se expresa, que la mayoría de los encuestados, representados por un 84% manifestaron la disposición de prolongar su viaje de 1 a 2 días y el 16% estaría dispuesto a realizarlo de 2 a 5 días.

**Gráfico 10. Tiempo de estadía.**



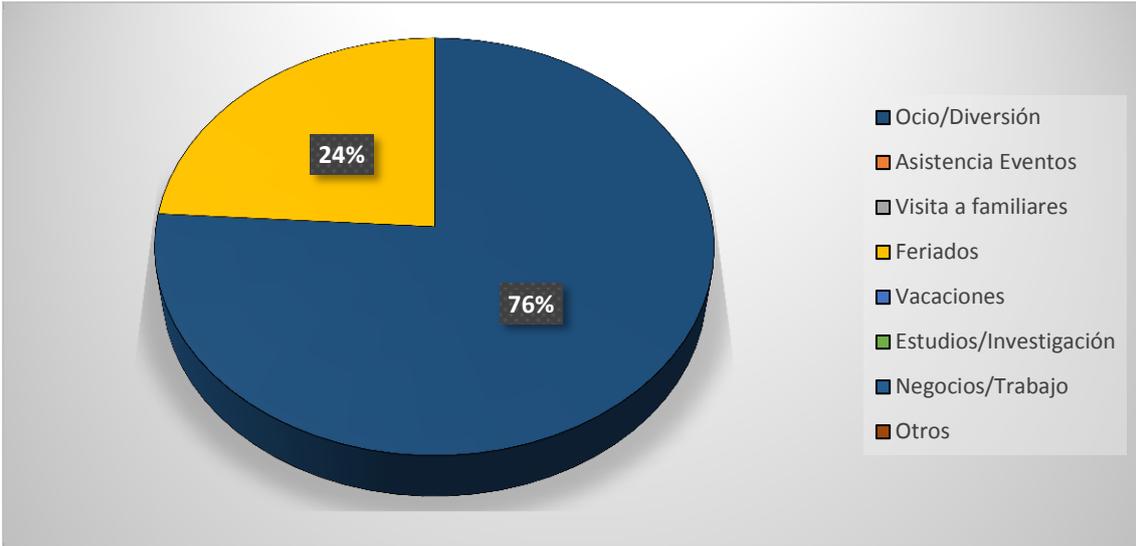
El gráfico siguiente refleja que los encuestados manifestaron la preferencia de viajar en un 78% con la familia, mientras que un 13% generalmente realiza sus viajes con su pareja, por otra parte, el 5% lo realiza acompañados de amistades y sólo el 4% viaja solo.

**Gráfico 11. Acompañantes de viaje.**



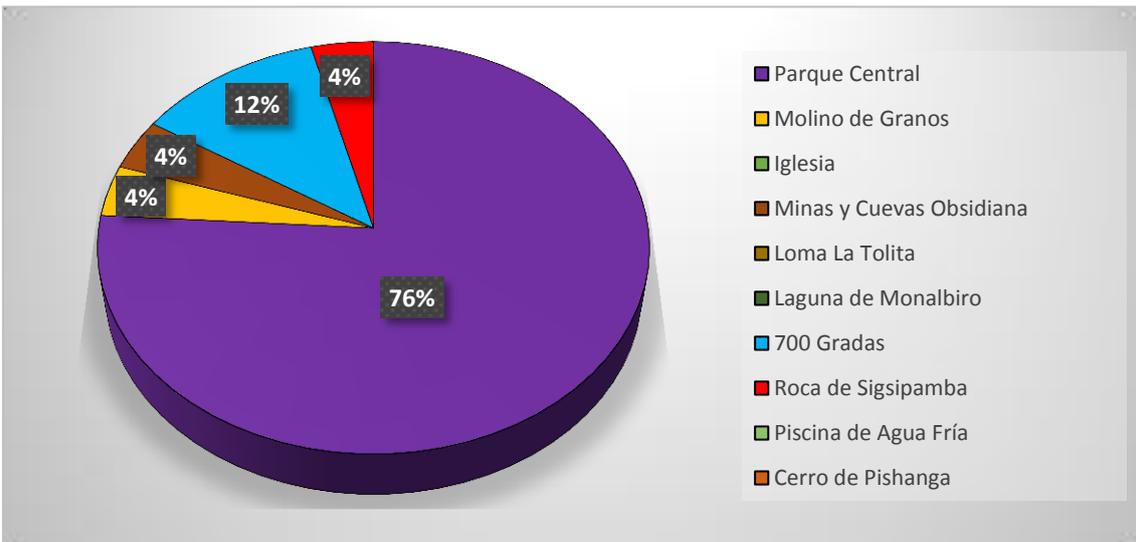
En el siguiente gráfico se expresa, que los encuestados manifestaron en un 76% que la motivación de sus viajes corresponde al ocio y diversión, siendo que el 24% indicó que viaja motivado a los feriados.

**Gráfico 12. Motivo de viaje.**



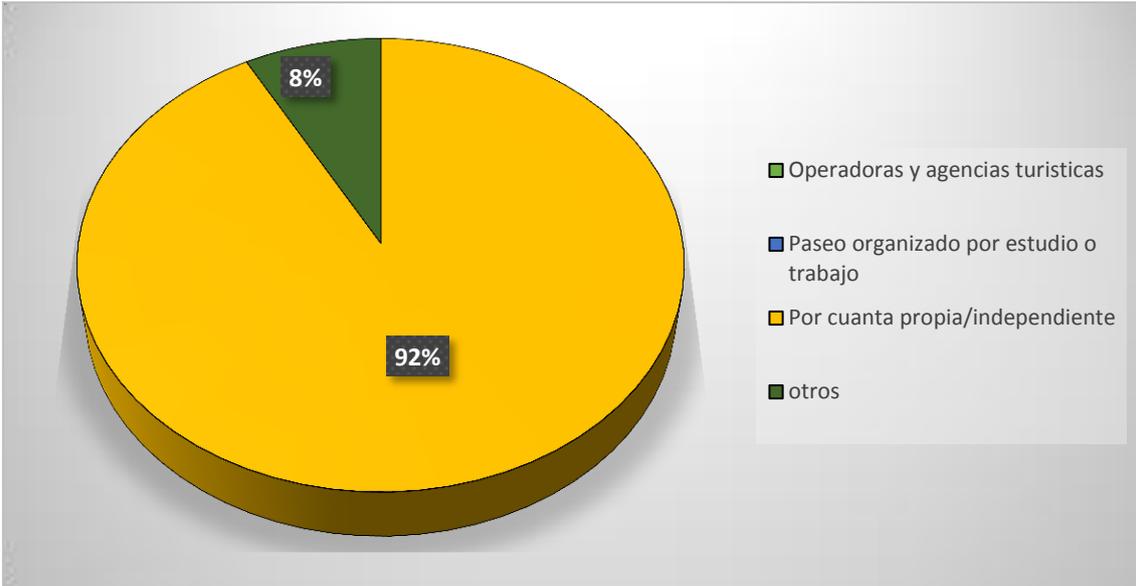
En el siguiente gráfico se puede observar, que los encuestados reflejan un alto porcentaje de desconocimiento de los atractivos turísticos que dispone la parroquia Pifo, siendo el más conocido el Parque Central.

**Gráfico 13. Atractivos turísticos de Pifo.**



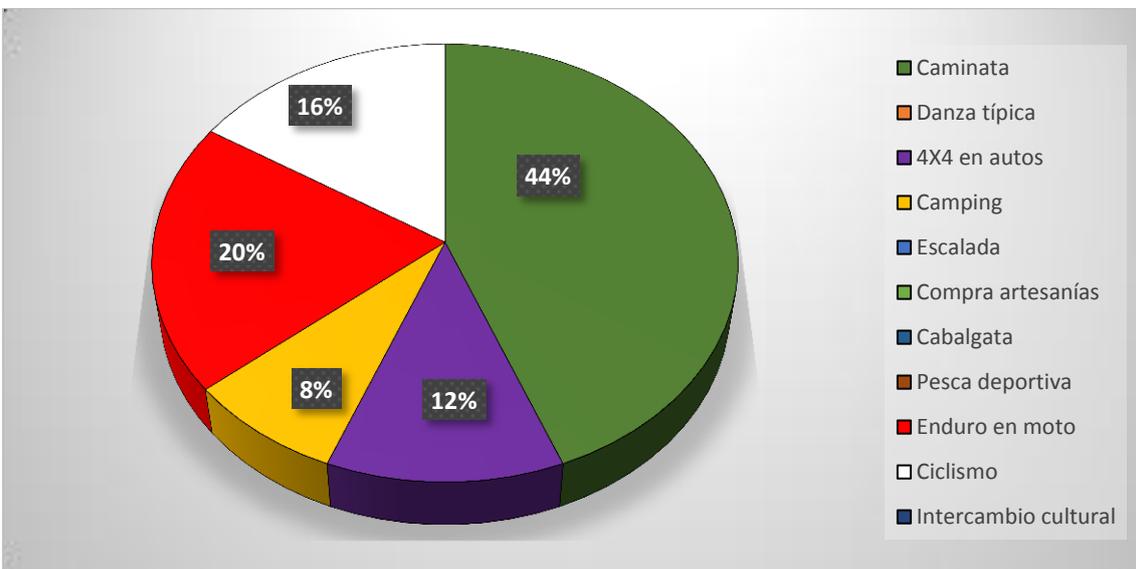
En el siguiente gráfico se expresa, la modalidad más frecuente de los turistas encuestados, para organizar los viajes, siendo el 92% por cuenta propia o independiente.

**Gráfico 14. Planificación de los viajes.**



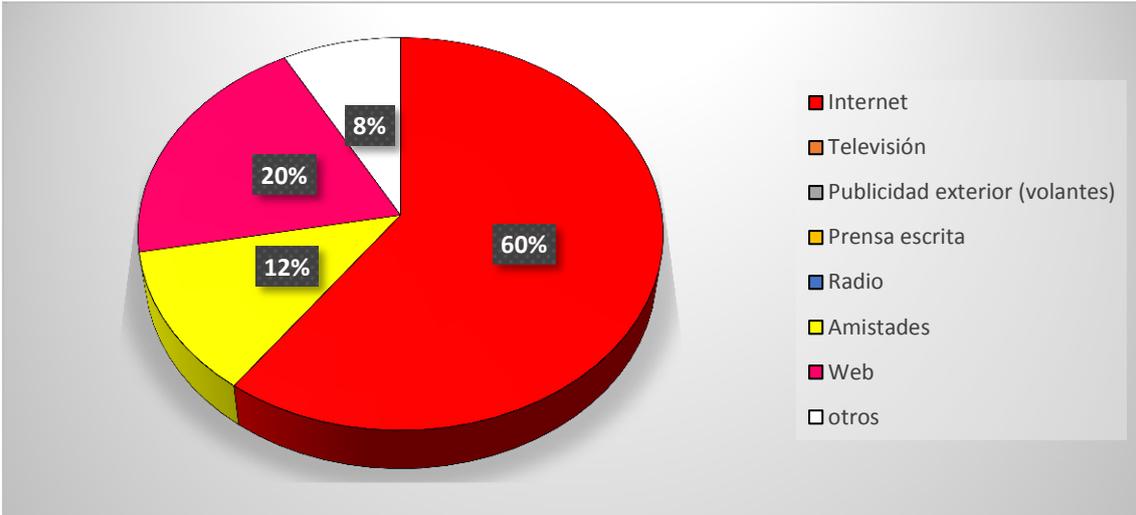
Según lo reflejado en el siguiente gráfico, la actividad turística preferida por los encuestados es la Caminata con un 44% el enduro en moto con 20% ciclismo con un 16% 4X4 en auto con 12% y el camping con un 8% respectivamente.

**Gráfico 15. Actividades turísticas de preferencia.**



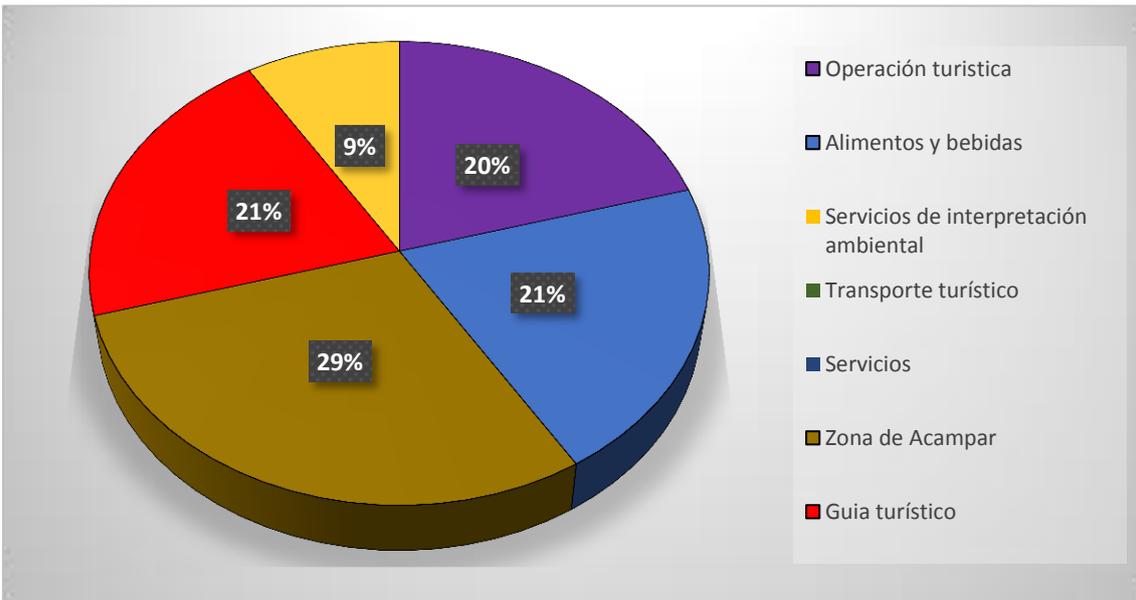
El medio de comunicación más usado por los encuestados para informarse sobre destinos turísticos es el internet que alcanza hasta un 60% de preferencia.

**Gráfico 16. Medio de comunicación sobre destinos turísticos.**



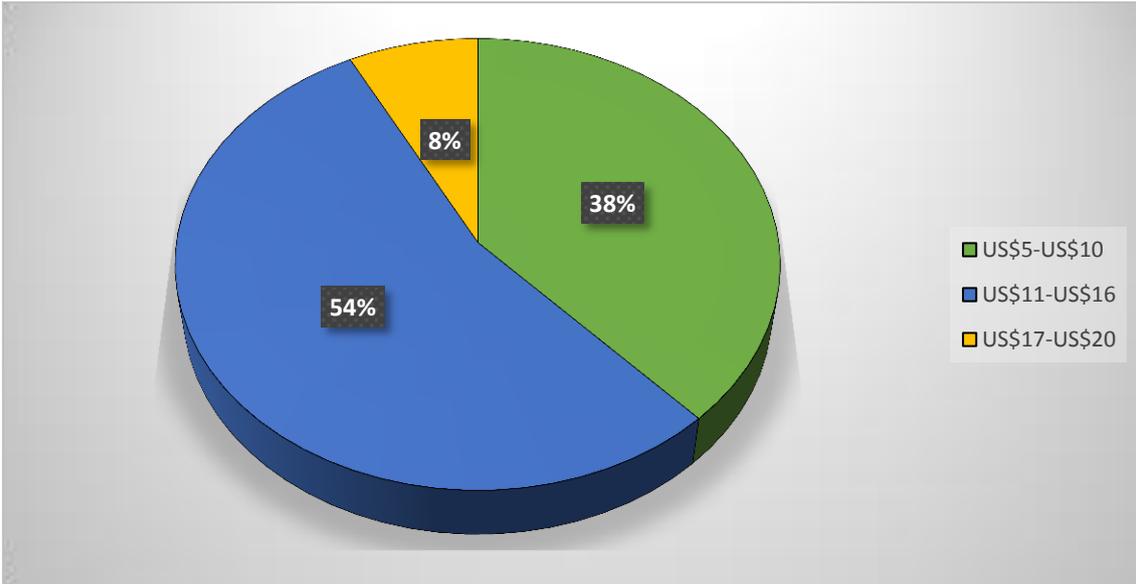
El siguiente gráfico refleja los servicios que desean recibir los turistas, siendo que en su mayoría requieren el servicio de zonas para acampar con un 29% de preferencia.

**Gráfico 17. Servicios requeridos por los turistas.**



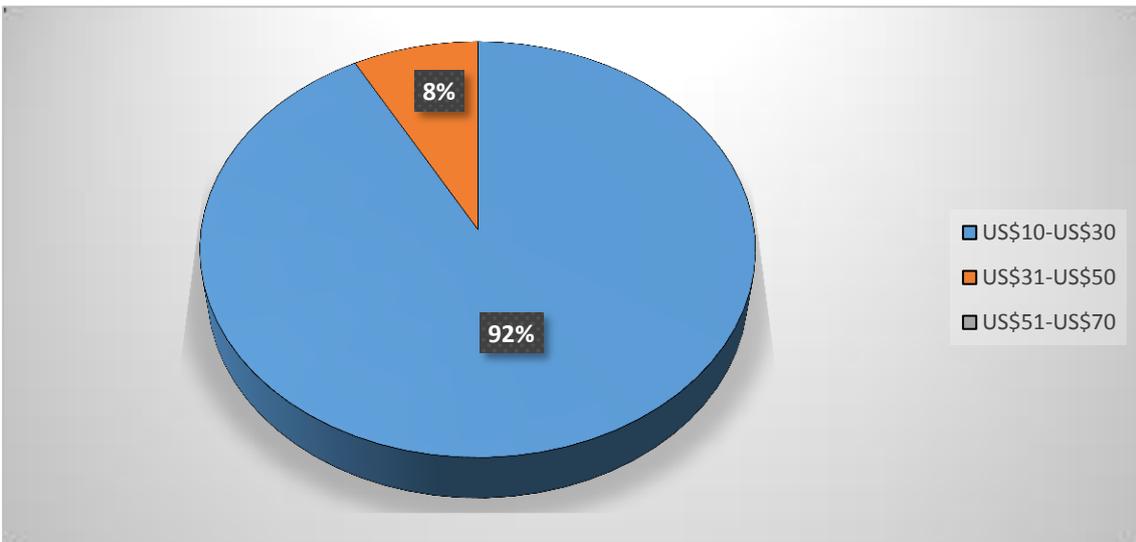
La mayoría de los encuestados manifestaron estar dispuestos a pagar por alojamiento entre US\$11 y US\$16 como se puede observar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 18. Estimación de gasto en alojamiento.**



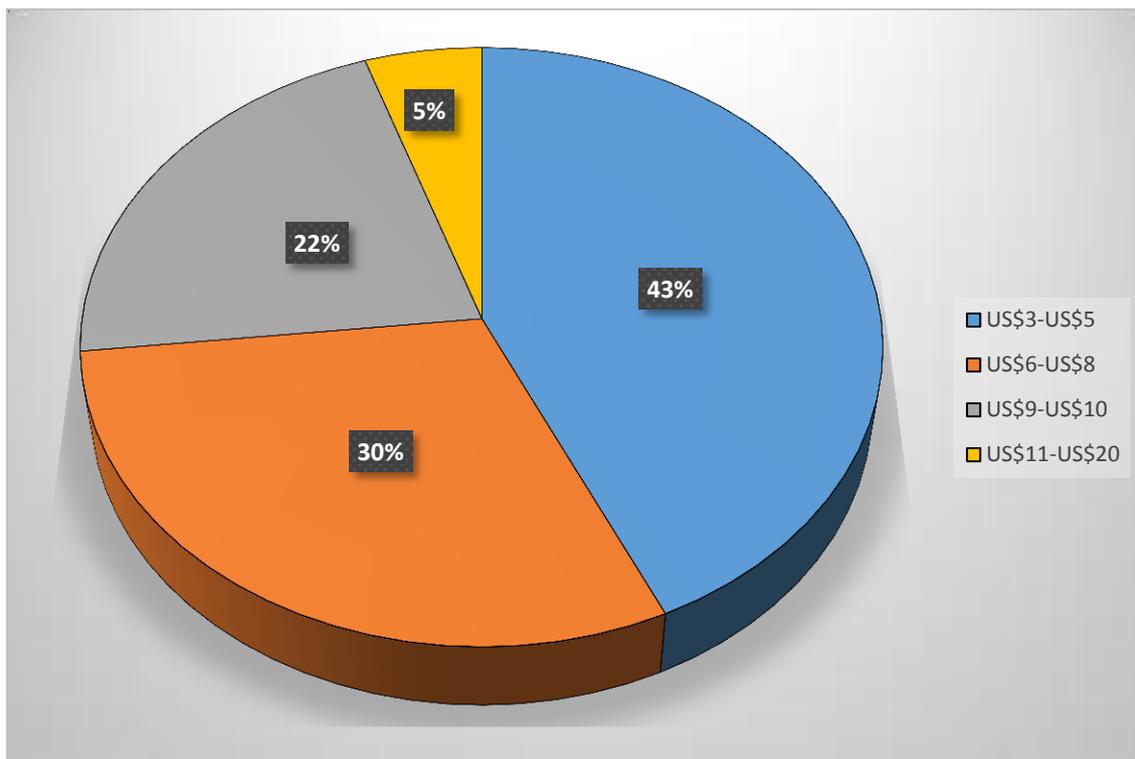
El siguiente gráfico refleja la cantidad que están dispuestos a pagar por paquete turístico, por persona, por día, los cuales en su mayoría se inclinan a pagar entre US\$10-US\$30.

**Gráfico 19. Estimación de pago por paquete turístico.**



El siguiente gráfico refleja la cantidad que están dispuestos a pagar por alimentación por persona, los cuales en su mayoría se inclinan a pagar entre US\$3-US\$5.

**Gráfico 20. Disponibilidad de pago por alimentación.**

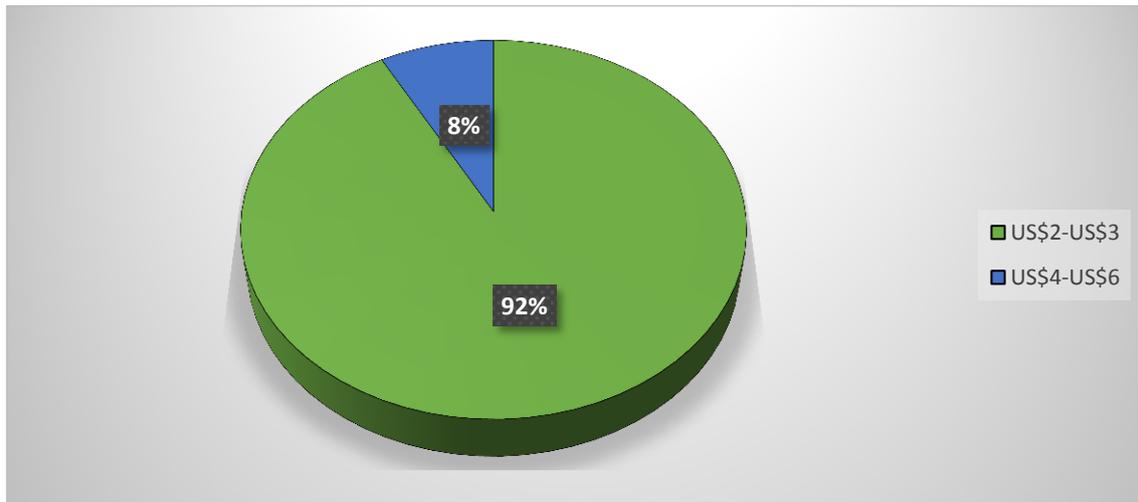


En cuanto a la disponibilidad de gasto por servicio de transporte, la totalidad de los encuestados manifestaron estar dispuestos a pagar por persona entre US\$6-US\$8, representando el 100% de las respuestas obtenidas.

De igual forma fueron las respuestas respecto a la cantidad de dinero que están dispuestos a pagar por servicio de Guía turístico por grupo, los cuales en su totalidad se indicaron que sería entre US\$25-US\$35 representando el 100% respectivamente.

Por otra parte, del resultado de las encuestas se refleja la cantidad que están dispuestos a pagar, por servicio de parqueadero de vehículos por día, los cuales en su mayoría se inclinan a pagar entre US\$2-US\$3 arrojando un porcentaje de 92% como se puede observar en el gráfico que se muestra a continuación:

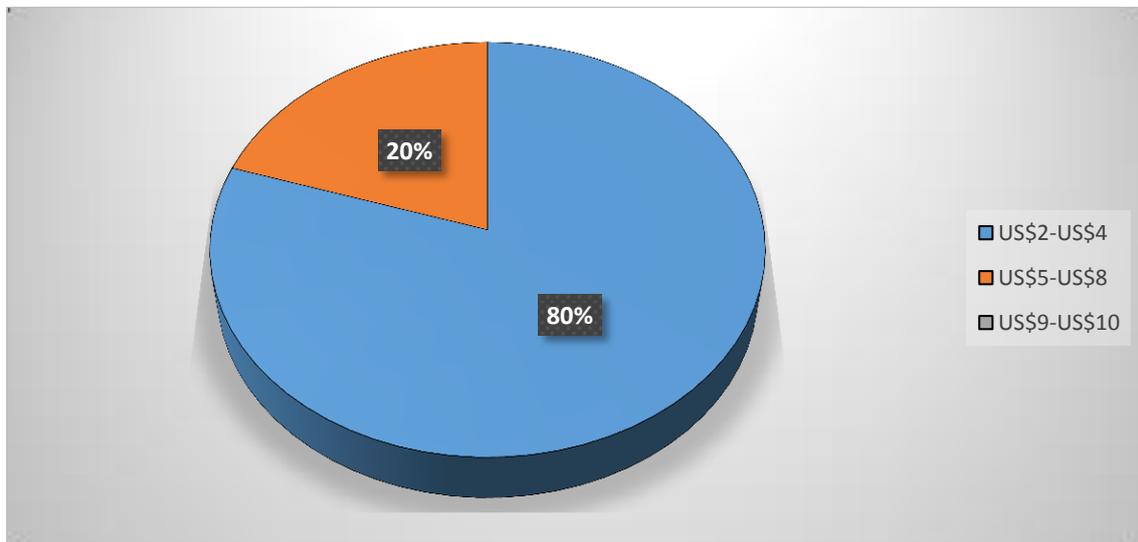
**Gráfico 21. Disponibilidad de pago por parqueadero.**



En cuanto al servicio de Camping la totalidad de los encuestados indicaron estar dispuestos a pagar por persona entre US\$5-US\$10, respectivamente.

En el siguiente gráfico se refleja la cantidad que están dispuestos a pagar los encuestados por servicio de Alquiler de Ciclismo (por dos horas), los cuales en su mayoría se inclinan a pagar entre US\$2-US\$4, lo que arroja un total de 80%.

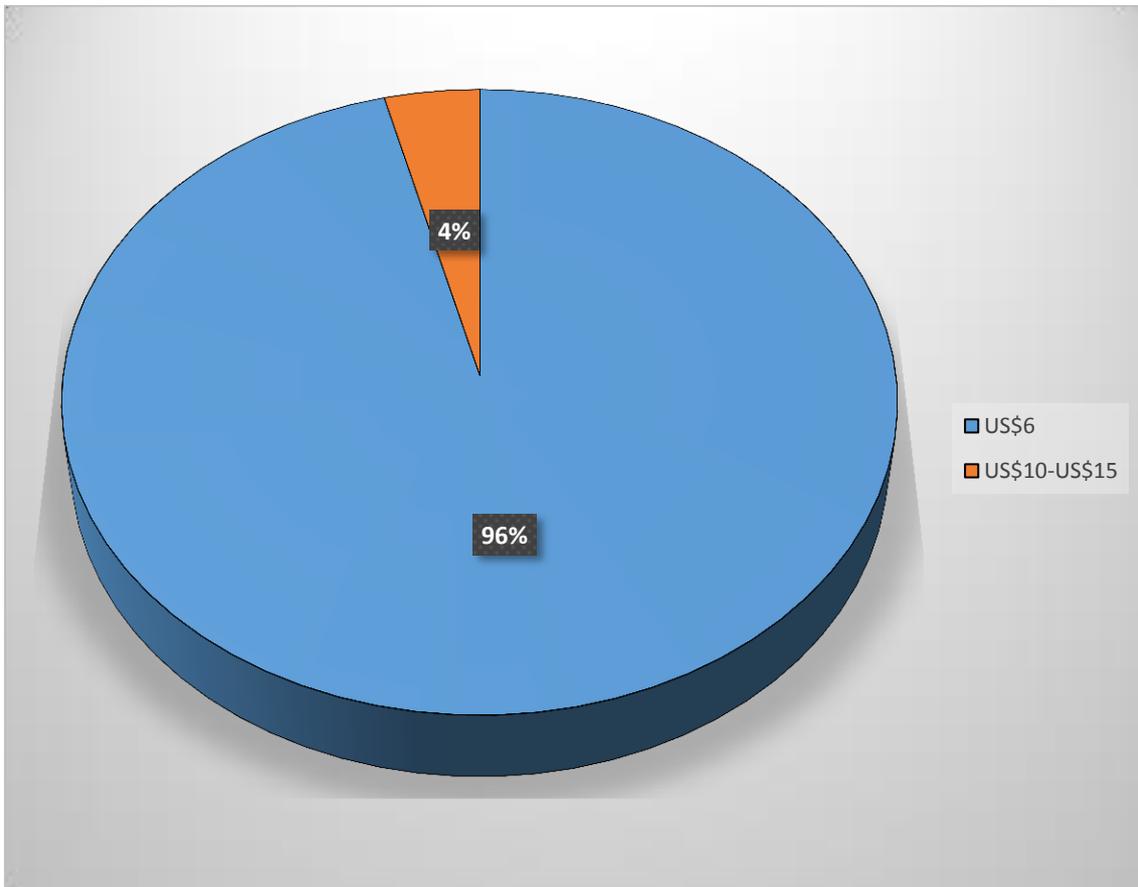
**Gráfico 22. Disponibilidad de pago por alquiler de ciclismo.**



Ahora bien, la cantidad que están dispuestos a pagar los encuestados por servicio de eventos culturales por grupo (presentación, música, danza y teatro), en su totalidad se inclinan a pagar hasta un máximo de US\$80.

El siguiente gráfico refleja la cantidad que están dispuestos a pagar los encuestados por servicio de paseo a caballo (por persona), los cuales en su mayoría se inclinan a pagar US\$6, lo que arroja un porcentaje de 96%

**Gráfico 23. Disponibilidad de pago por paseos a caballo.**

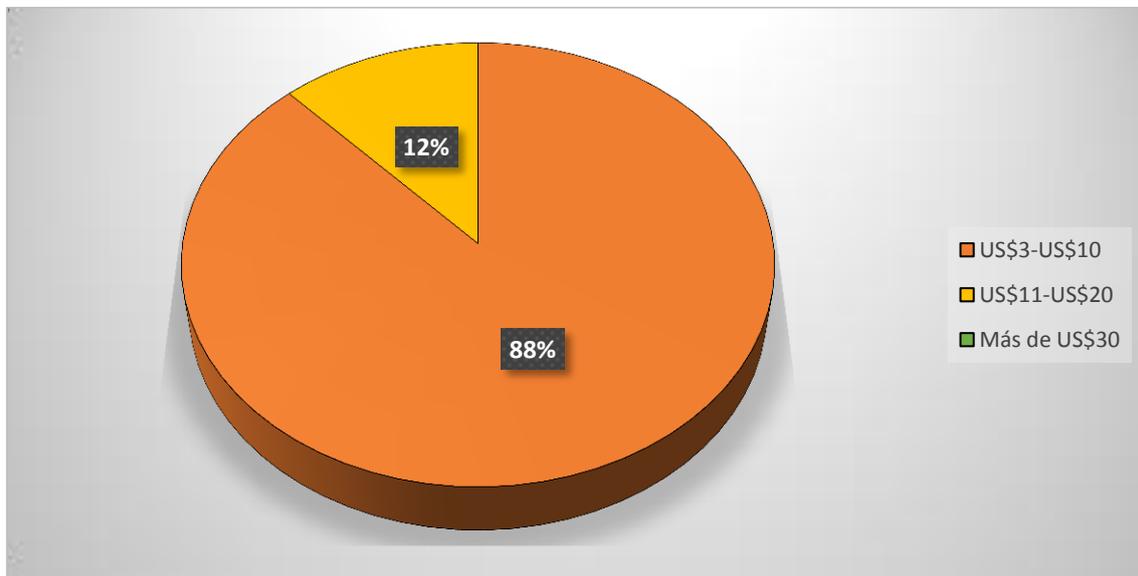


Los encuestados indicaron en su totalidad, que están dispuestos a pagar por los servicios de pistas para motos y autos 4X4 (por carro o moto) entre US\$10-US\$15, representando el 100% de las respuestas obtenidas.

El siguiente gráfico refleja la cantidad que están dispuestos a pagar los encuestados por compra de artesanías/souvenirs, regalos o recuerdos (por

persona), los cuales en su mayoría se inclinan a pagar entre US\$3-US\$10, lo que arroja un porcentaje de 88%

**Gráfico 24. Disponibilidad de gastos en compras de artesanías o recuerdos.**



Finalmente, los encuestados manifestaron total satisfacción si al viajar tuvieran disponibilidad de los servicios mencionados en la encuesta, lo que se refleja en un 100% de complacencia ante las propuestas efectuadas referentes a l programa de turismo de aventura, con lo cual resulta totalmente viable la consumación del proyecto descrito en la presente investigación.

## Anexo C. Cronograma de actividades del proyecto.

**Tabla 14. Cronograma trimestral de actividades.**

Actividades	Primer trimestre			Segundo trimestre			Tercer trimestre			Cuarto trimestre			Encargado
1.1. Desarrollar el producto turístico de aventura en Pifo.													Operador turístico
1.2. Determinar el potencial de actividades de aventura en la parroquia.													
1.3. Establecer un itinerario, rutas y costo de operación													
2.1. Información teórica sobre la gestión turística de aventura.													Inversionistas públicos y/o privados. Operador turístico
2.2. Guías prácticas sobre la gestión turística de aventura.													
2.3. Fomentar el aprendizaje sobre el producto turístico de aventura.													
2.4. Manejo sostenible y responsable de los atractivos.													
3.1 Comercialización del producto turístico.													Inversionistas públicos y/o privados. Operador turístico
3.2. Desarrollo de estrategias publicitarias y de marketing.													
3.3. Posicionamiento del producto turístico de aventura.													
3.4. Análisis y evaluación de la viabilidad del proyecto.													
3.5. Seguimiento y resultados del proyecto implementado.													

**Anexo D. Variables de costos del producto turístico.**

**Tabla 15. Variables e información del producto turístico.**

<b>VARIABLES</b>	<b>INFORMACIÓN</b>
<b>Número de pax</b>	10, 15 , 20
<b>Duración del paquete (número de días y noches)</b>	1DÍA ( <i>Full day</i> )
<b>Precios de los proveedores</b>	CADENA PROVEEDORES LOCALES
<b>Política de la empresa operadora / agencia de viajes (utilidades, costos administrativos)</b>	UTILIDAD (20%)
<b>Porcentaje de impuestos</b>	IMPUESTOS - IVA (SRI - 12%)
<b>Tipos de servicios a utilizar</b>	Servicio de alimentos y bebidas (refrigerio), entrada a los circuitos, servicio de guía acompañante, lavar la moto al final de la ruta, ingreso a la pista, ingreso a las propiedades y comunas.

**Tabla 16. Costos variables del producto turístico.**

COSTOS /VARIABLES	10	PAX	15	PAX	20	PAX
	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
<b>COSTOS VARIABLES</b>	125,00	12,50	187,50	12,50	250,00	12,50
Servicio de Alimentos y bebidas (refrigerio)	35,00	3,50	52,50	3,50	70,00	3,50
Mantenimiento de la moto del guía	40,00	4,00	60,00	4,00	80,00	4,00
Llenando del tanque de gasolina	50,00	5,00	75,00	5,00	100,00	5,00
<b>COSTOS FIJOS</b>	165,00	16,50	247,50	16,50	330,00	16,50
Servicio de guía (acompañante)	60,00	6,00	90,00	6,00	120,00	6,00
Entrada a los circuitos	30,00	3,00	45,00	3,00	60,00	3,00
Lavar la moto al final de la ruta	30,00	3,00	45,00	3,00	60,00	3,00
Ingreso a la pista	30,00	3,00	45,00	3,00	60,00	3,00
Ingreso a propiedades y comunas	15,00	1,50	22,50	1,50	30,00	1,50
<b>SUBTOTAL 1</b>	290,00	29,00	435,00	29,00	580,00	29,00
UTILIDAD (20%)	58,00	5,80	87,00	5,80	116,00	5,80
COSTOS ADMINISTRATIVOS (10%)	29,00	2,90	43,50	2,90	58,00	2,90
<b>SUBTOTAL 2 (SUBTOTAL 1 + UTILIDAD + COSTOS ADMINISTRATIVOS)</b>	377,00	37,70	565,50	37,70	754,00	37,70
IMPUESTOS - IVA (SRI - 12%)	45,24	4,52	67,86	4,52	90,48	4,52
<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO PVP (SUBTOTAL 2 + IMPUESTOS IVA12%)</b>	<b>422,24</b>	<b>42,22</b>	<b>633,36</b>	<b>42,22</b>	<b>844,48</b>	<b>42,22</b>

Fuente: Proformas y listas de precios de proveedores.

$$PQ = \frac{\text{TOTAL COSTOS FIJOS}}{\text{(PVP-Cvu)}}$$

**PQ:** Punto de equilibrio

**PVP (u):** Precio de venta al público (individual o unitario por cada Pax)

**CV (u):** Costos variables (individuales o unitarios por cada Pax)

**Total de costos fijos:** (total de Pax)

**Tabla 17. Puntos de equilibrio.**

<b>Punto de Equilibrio P1</b>	<b>10 PAX</b>	165,00		165,00	5,6
		42,22	12,50	29,72	
<b>Punto de Equilibrio P2</b>	<b>15 PAX</b>	247,50		247,50	8,3
		42,22	12,50	29,72	
<b>Punto de Equilibrio P3</b>	<b>20 PAX</b>	330,00		330,00	11,1
		42,22	12,50	29,72	

<b>Nombre del proyecto</b>	Propuesta para la creación de un producto turístico de aventura en la parroquia de Pifo.
----------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------

### **Análisis:**

#### **Punto de equilibrio 10 pax:**

- El punto de equilibrio para el paquete ofrecido a un grupo de 10 personas (P1), corresponde a un promedio de 5,6 paquetes para obtener un margen que no arroje pérdidas, siendo que para esta clasificación el costo individual es de 42.22\$ y de 422.20\$ el costo general.

#### **Punto de equilibrio 15 pax:**

- El punto de equilibrio para el paquete ofrecido a un grupo de 15 personas (P2), corresponde a un promedio de 8,3 paquetes para obtener un margen que no arroje pérdidas, esta clasificación el costo individual es de 42.22\$ y de 633.36\$ el costo general.

#### **Punto de equilibrio 20 pax:**

- El punto de equilibrio para el paquete ofrecido a un grupo de 20 personas (P3), corresponde a un promedio de 11,1 paquetes para obtener un margen que no arroje pérdidas, para esta clasificación el costo individual es de 42.22\$ y de 844.48\$ el costo general, de acuerdo a la estimación de gastos y la inversión.

### **Anexo E. Marco lógico del producto de aventura en la parroquia de Pifo.**

#### **Tabla 18. Marco Lógico.**

<b>Duración del proyecto</b>	12 Meses	<b>Vida útil de proyecto</b>		24 Meses
<b>Objetivo General / Desarrollo</b>	Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria con el desarrollo del producto turístico de aventura en la Parroquia de Pifo, Provincia de Pichincha, mediante el ingreso de visitantes nacionales y extranjeros.			
<b>Objetivo Específico</b>	Potenciar las actividades turísticas de la parroquia de Pifo para la viabilidad de la creación de un producto turístico de aventura.			
<b>COMPONENTES/ RESULTADOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>RIESGOS / SUPUESTOS</b>
1. Desarrollar una propuesta de producto turístico de aventura con enfoque enduro de motos.	1.4. Determinar el potencial de actividades turísticas de aventura.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se realiza una propuesta para la creación de un producto turístico de aventura al finalizar el proyecto.</li> <li>- Validación del producto turístico al culminar el primer trimestre.</li> </ul>	Registro de la actualización de información de las facilidades de parroquia anualmente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Información actualizada y permanente para que el desarrollo del producto turístico se realice en el tiempo estimado.</li> <li>- Dueños o encargados de los diferentes establecimientos turísticos realizan mejoras en la infraestructura.</li> <li>- Participación permanente del personal o recursos para las capacitaciones a establecimientos y personal turístico.</li> </ul>
	1.5. Establecer un itinerario, circuitos y costo de operación.			
	1.6. Definición y desarrollo del producto turístico de aventura de Pifo.			
2. Mejora de las facilidades turísticas para una buena operación.	2.1. Información sobre las facilidades turísticas de aventura en la parroquia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación de personal para el desarrollo del proyecto.</li> <li>- Salidas de campo para profundizar el aprendizaje.</li> </ul>	Ficha técnica y visitas de campo a los establecimientos que participan en el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los atractivos turísticos sean de total agrado para los visitantes.</li> <li>- Desastres naturales que permitan que el producto turístico se desarrolle con retraso.</li> <li>- Catastro y censo se actualice cada cierto tiempo.</li> </ul>
	2.2. Documentos y catastro actual de las facilidades turísticas.			

	2.3. Establecer talleres para el fortalecimiento organizativo de las facilidades turísticas en la parroquia.	- Puesta en práctica del turismo aventura al finalizar el proyecto.		- Se ofrezca un buen servicio al cliente que garantice su retorno.
3. Mejora en la calidad turística de los servicios turísticos de la parroquia.	3.1. Mejora en la calidad en la prestación de servicios turísticos.	- Capacitación respectiva a los pobladores involucrados con el producto turístico de aventura. - Desarrollo de un plan estratégico en servicio al cliente.	Encuestas sobre la calidad del servicio turístico ofrecido por los establecimientos turísticos de la parroquia.	- No haya personal para el desarrollo del manual de servicio. - Estrategias de marketing claras para la promoción del producto y servicio turístico. - Aumente la demanda de turistas en la parroquia.
	3.2. Desarrollo de un plan estratégico en servicio al cliente.			
	3.3. Posicionamiento del servicio y producto turístico de aventura.			
	3.4. Análisis y evaluación de la calidad de los establecimientos que ofrecen servicios turísticos.			
<b>PRESUPUESTO ESTIMADO</b>		<b>CONDICIONES PREVIAS:</b>		
<b>\$11.100</b>		Pre aprobación del crédito en entidades bancarias. Documentación y listado de participantes en el proyecto. Partidas presupuestarias de los inversionistas aprobados. Salvo conducto para ingresar en propiedades privadas y públicas.		

**Anexo F. Presupuesto del proyecto.**

**Tabla 19. Presupuesto general del proyecto.**

Código	Actividades	Unidad de medida	Cálculo	Costo US\$	Financiamiento			Totales US\$
					Recursos propios	Financistas	Comunidad	
10000	Resultado 1 Desarrollar una propuesta de producto turístico con enfoque a enduro de motocicletas			\$ 11.100,00	\$ 6.660,00	\$ 3.330,00	\$ 1.110,00	\$ 11.100,00
10100	2 Mejora de las facilidades turísticas			\$ 6.500,00	\$ 4.100,00	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 11.100,00
10101	Viáticos y subsistencia	Viáticos	60\$ x día x 12 meses	\$ 5.760,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 5.760,00
10102	Movilización	Traslados	3\$ x día x 12 meses	\$ 288,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 288,00
10103	Promoción	Equipos	10 meses	\$ 1.212,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.212,00
10104	Materiales varios	Materiales	1,5 x día x 12 meses	\$ 1.728,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.728,00
10105	Coordinador general de proyecto	Horarios	8 meses	\$ 2.112,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.112,00
10200	3 Mejora en la calidad turística de los servicios turísticos de la parroquia.			\$ 2.300,00	\$ 1.900,00	\$ 300,00	\$ 100,00	\$ 2.300,00
10201	Asesoría técnica	Horarios	1 Consultoría x 1200	\$ 1.200,00	\$ 300,00	\$ 700,00	\$ 200,00	\$ 1.200,00
10201	Diseño de rutas/mapas	Horarios	2 mapas x 125	\$ 250,00	\$ 0,00	\$ 250,00	\$ 0,00	\$ 250,00

