

# Propuesta de Equipamiento Turístico Centro Turístico Artesanal La Pila

Samaria Betzabeth Aguirre Holguín / María Fernanda Onofre Risco / José Julio Vítores Amores / Julio Enrique Gavilanes Valle (Director)  
Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar  
Licenciatura en Turismo  
Escuela Superior Politécnica Del Litoral  
Campus Las Peñas Malecón 100 y Loja Guayaquil-Ecuador  
[saguirre@espol.edu.ec](mailto:saguirre@espol.edu.ec) / [monofre@espol.edu.ec](mailto:monofre@espol.edu.ec) / [jvitores@espol.edu.ec](mailto:jvitores@espol.edu.ec) / [julengav@espol.edu.ec](mailto:julengav@espol.edu.ec)

## Resumen

*El presente artículo, tiene como finalidad mostrar el desarrollo de la investigación de campo realizada en la Parroquia rural La Pila, del cantón Montecristi en la provincia de Manabí, donde encontramos a una población local trabajadora dedicada a varias actividades económicas, pero reconocida a nivel local e Internacional por su principal fortaleza y medio de subsistencia, la alfarería, moldeando piezas decorativas de cerámica con motivos ornamentales demandadas por el mercado nacional y extranjero. Esta Actividad la han venido desarrollando por generaciones como un legado ancestral, posicionando su arte como sinónimo de calidad y finos acabados, por ello llegan hasta esta localidad personas de varias provincias del territorio e incluso los turistas que llegan por cruceros al puerto internacional de Manta, son dirigidos aquí donde se levantan improvisadas ferias, tanto en los costados de la vía principal o Panamericana de manera permanente así como en la cancha de uso múltiple frente al parque central, teniendo un ambiente desorganizado sin ningún tipo de facilidad o comodidad para el turista de tránsito que llega únicamente para obtener una artesanía. Por eso se detalla una propuesta, partiendo de las características de la demanda y una estructura existente edificada en la parte central de la parroquia, donde al momento funciona el Centro Artesanal de Aguas Termales, que busca remodelar el sitio con la finalidad de convertirlo en un Centro Turístico Artesanal, replanteando su concepto de comercialización, permitiendo al artesano-comerciante ofertar sus servicios dentro de un área organizada y técnicamente estructurada para satisfacer las necesidades del turista, lo que ayudaría a generar la necesidad de compra, resultando un impacto positivo en la economía y en la calidad de vida de sus pobladores, debido al ingreso de divisas por la venta de artesanías.*

**Palabras Claves:** Alfarería; Cerámica precolombina; Pilenses; Ornamental; Legado ancestral; Finos acabados; Ferias; turista de tránsito; Centro Turístico; Área organizada; Calidad de vida.

## Abstract

*The purpose of this article is to show the development of our research about “La Pila” a suburb so far of Montecristi city in Manabí province where the people are dedicated to different kind of economic activities, but are recognized locally and internationally for its main skill and way of subsistence: the pottery, moulding decorative pieces of ceramics with ornamental designs appreciated and wanted in the international and national market. The craftsmen have done this activity for many generations like an “ancestral legacy”, placing its art like a synonymous of quality and exclusive design; for this reason this town is visited for Ecuadorian people and even for tourists of other countries especially the those who come in cruises to the International “Manta Port” and are conducted to this village where informal “fairs” on the main highway and also in the central park. Both places are disorganized, without facilities or comfort for the tourists, who are interested just in handicrafts. Taking into consideration the needs of our target, and the existing building in the downtown, where the “Thermals Water” is now operating, the proposal of this project is to redecorated this place and transform it in the new “Tourist and Handicraft Centre”, to develop a new concept of trade, so the craftsman-dealer can offer their services and products in an organized and technically area to satisfy the desires of tourists, that could increase the local economy benefits for the population with an excellent results to improve their quality of life.*

**Key Words:** Pottery, Ceramics, Pilenses, Ornamental, Ancestral Legacy, Fairs, Tourist, Touristic Central, Organized Area, Quality of life.

## 1. Información general

La Pila descubierta en el siglo XIX por un grupo de ganaderos, quienes deciden conformar un pequeño caserío sobre el terreno, al cual lo denominaron en principio Chivive por la gran cantidad de chivos que encontraron en la zona, más tarde tras el hallazgo de un vertiente de agua sulfurosa con forma de cono invertido, muy parecida a una pileta, este caserío cambia su nombre de Chivive por el de “La Pila”.

Designada en el año de 1994 parroquia rural del cantón Montecristi, se encuentra asentada sobre la carretera **E 15** ó vía del pacífico, colinda al norte y el oeste con la periferia del cantón Montecristi al este con La Pila y al sur con Jipijapa, tiene una población cercana a los 2.322 habitantes, con un ligero predominio de los hombres correspondiente al 54.14% frente a las mujeres que es del 45.86%.

**Tabla 1.** Población parroquial\*

Totales	Hombres	Mujeres
2.322	1.257	1.065

\*población proyectada al 2006 según INEC

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Tesistas.

La parroquia cuenta con una infraestructura modesta, teniendo así una planta turística deficiente, siendo su único atractivo sus artesanos. La población en edad de trabajar es de 1521 habitantes, pero logran hacerlo únicamente 547 en actividades agrícolas, pesca, comercio y turismo. La Pila esta asentada sobre un terreno uniforme, en sus alrededores cuenta con accidentes geográficos no mayores a los 500mts de altura, con zonas boscosas que se caracterizan por tener una vegetación variada todo el año, cuenta con un clima Tropical moznón, con dos estaciones la invernal y la de verano, con una temperatura promedio de 24°C.

## 2. Aspecto económico productivo

La Pila sustenta su economía básicamente en la producción artesanal y la alfarería a base de barro. La Pila por su ubicación (margen derecho e izquierdo de la vía La Pila - Jipijapa) se convierte en un destino de tránsito, es decir, los visitantes en realidad tienen otro punto como destino final de su viaje, pero se detienen por cortos periodos de tiempo motivados por el atractivo cultural que representa la exposición de artesanías en la carretera. Motivo por el cual también llegan turistas extranjeros provenientes de Europa que arriban al puerto internacional de Manta en cruceros, en particular, visitan La Pila, para

admirar, escoger y adquirir piezas y “souvenir”, de los 20 puestos de exhibición que están situados al borde de la carretera, aunque no gozan de un ambiente seguro y organizado para el óptimo desarrollo de esta actividad, por ello los visitantes solo se limitan a este hecho de manera única.

La afluencia de visitantes a la Pila es regular durante todo el año. Sin embargo, siendo Manta el mayor generador de visitantes para la Pila (*según encuestas realizadas en abril del 2007, Tesistas La Pila*) se ha considerado las siguientes temporadas de mercado:

**Tabla 2.** Temporadas de mercado.

Rango	Mercado objetivo
Diciembre a marzo	Turismo local-costa
Julio a septiembre	Turismo local-sierra
Octubre a marzo	Turismo receptivo-cruceros

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Tesistas.

Resultando dos temporadas altas bien diferenciadas para el turismo local, que van desde diciembre a marzo para la región costa y desde julio a septiembre para la región sierra, que es de donde provienen en su mayoría los turistas o clientes locales que transitan por la vía Panamericana ó principal de la parroquia, cabe mencionar que estas temporadas se dan en los períodos de vacaciones y días feriados para cada región respectivamente. En lo que respecta al turismo receptivo-cruceros, se muestra una temporada alta definida por los meses que van desde octubre a marzo, *donde el puerto internacional de Manta recibe alrededor de seis cruceros con algo más de 2500 pasajeros cada uno, debido a la calidez del agua y el clima en general predominante en estos meses* (William Ruiz, guía turístico free-lance Operadora Metropolitan Touring, entrevista personal, abril 2007).

Así, nuestro mercado actual se define como una oferta básica y única que consiste en la exposición de artesanías en la vía principal de la parroquia, con competidores directos e indirectos, proveedores, entre otras variables; dirigida a todo tipo de turistas que transita por la vía, cuya finalidad es un viaje con un destino final diferente a la Pila.

En la figura 1 (abajo) se muestra las características principales que estructuran el mercado actual de venta de artesanías en la parroquia, describiendo la competencia directa,

los clientes tanto potenciales como reales, proveedores y productos sustitutos, lo que nos servirá como una herramienta fundamental al momento de definir nuestras estrategias de comercialización.

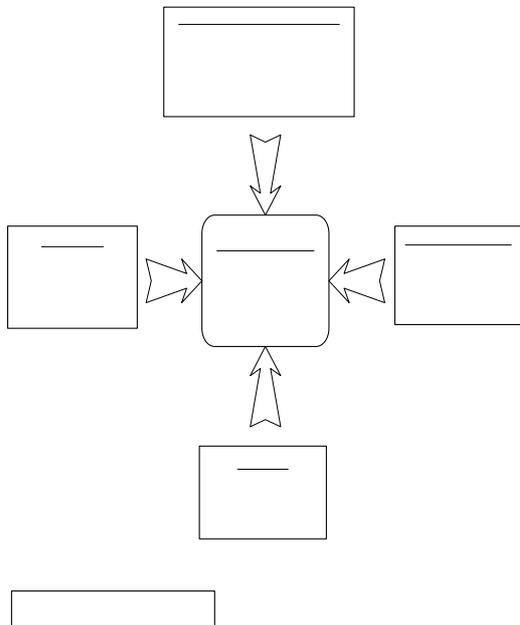


Figura 1. Características generales del mercado.

### 3. Situación actual de la oferta turística

Entendiendo por planta turística el conjunto de servicios que se venden a los turistas, ofertados en alojamiento, alimentación, recreación u otros; describimos la planta existente en la parroquia la Pila: en lo que respecta al alojamiento cuenta con una sola hostel ubicada en la vía principal o también llamada **VINSUMOS DE LA EMPRESA** con una capacidad de siete habitaciones, cuatro habitaciones dobles y tres habitaciones sencillas, en cuanto a casas que brinden el servicio de alojamiento mediante el sistema de Hospederías comunitarias, como se lo ha implementado en otros poblados rurales del país, aquí no existe hogar alguno que se dedique a esta actividad ya que por ser La Pila un lugar de tránsito no se ha creado la necesidad de ofrecer este servicio. En lo que respecta a la oferta alimenticia tenemos un total de cuatro establecimientos, con un total de 720 plazas entre todos ellos, es importante mencionar que dichos comedores de paso son utilizados en su mayoría por la comunidad local y de manera irregular por trabajadores municipales cuando están realizando alguna obra, los visitantes no frecuentan estos establecimientos, debido a que los mismos solo se dedican a la venta de almuerzos y **ALIMENTOS** básicas. En cuanto a la oferta de recreación y recreación la parroquia cuenta con un parque

central, apostado sobre la av. Panamericana junto a la iglesia de la Pila, el sitio es el punto de descanso y reunión familiar de los pilenses, a parte de servir también de improvisada sede para efectuar la feria de exposición artesanal, que se monta para recibir a los turistas que llegan a la provincia en los meses de octubre a marzo. También en este aspecto se cuenta con una cancha de uso múltiple para la práctica de básquetbol e indoor futbol, ubicada frente al parque, además actualmente esta en la fase final de su construcción un estadio, bajo el nombre de "Estadio La Pila" contará con una cancha reglamentaria de césped, cerramiento interno y bombas de riego de agua y se ubicará cerca del cementerio General de esta parroquia. En cuanto a los servicios de apoyo que la parroquia tiene para ofrecer a los turistas que llegan hasta allí por el único echo de adquirir una artesanía, solo se cuenta con un dispensario medico muy modesto que solo atiende un período de doce horas donde se dan los primeros auxilios básicos a los visitantes, teniendo que trasladarse a Montecristi los casos que ameriten de asistencia especializadas. Como un análisis adicional al parámetro de la oferta turística se analizo la capacidad para sitios de parqueo con los que la parroquia pudiera contar, por lo que se determino que La Pila no cuenta con un área de parqueos especifica o delimitada de manera técnica, teniendo así una gran cantidad de autos apostados sobre los costados de la carretera principal que es donde se expone el mayor atractivo del sitio, como es la venta de artesanías, lo que genera una incomodidad y un alto grado de riesgo para los turistas que desean adquirir una artesanía. La tabla nos muestra la capacidad de usuarios que la parroquia posee:

Tabla 3. Capacidad de recepción de usuarios.

Tipo de oferta	cantidad
Capacidad de usuarios dada por comedores de paso	14
Capacidad de usuarios dada por alojamiento	720
Capacidad de usuarios dada por área de parqueaderos	0

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Tesistas.

Es necesario mencionar que a pesar que la parroquia tiene una connotación local e internacional, por la gran calidad de sus trabajos artesanales, esta no ha tenido una proyección hacia la mejora de sus servicios básicos e implementación de una buena planta turística con

- ENTRADAS POTENCIALES AL MERCADO
- OPERADORES DE CRUCEROS
- REVISTAS ESPECIALIZADAS
- SITIO WEB DEL GOBIERNO PROVINCIAL
- REPORTAJES DE TV
- EVENTOS

- PROVEEDORES
- COMPETENCIA DIRECTA
- CENTRO ARTESANAL DE ARTESANOS PRODUCTORES DE LA PILA
- CLIENTES COMPRADORES
- TURISTAS
- INDEPENDIENTES
- TURISTAS DE CRUCEROS
- TRANSEUNTES

- ARTESANIAS DE PAJA TOQUILLA
- HAMACAS

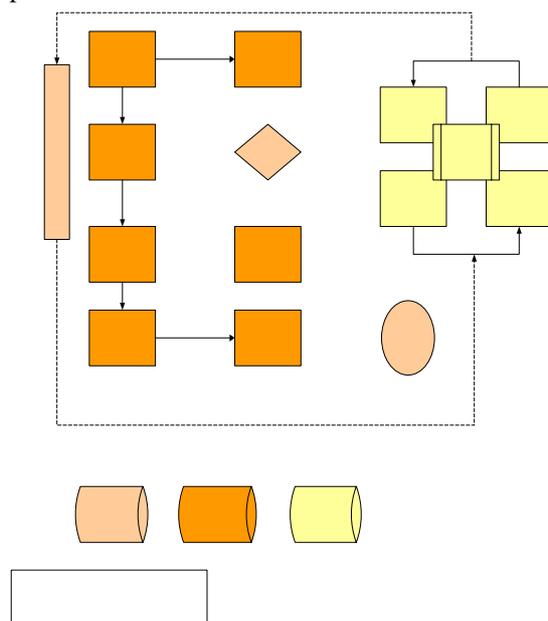
Fuente: Operación de Campo Parroquia La Pila 2007  
Elaboración: Tesistas

visión de captar más turistas locales apoyándose en las facilidades circundantes de las cuales la parroquia ciudad de Manta, entre otras, por ello se hace importante que la parroquia impulse su desarrollo apoyándose en una debida promoción de la oferta artesanal.

#### 4. Nuestra Propuesta

A partir de los aspectos antes mencionados, este grupo de tesita ve conveniente, levantar una propuesta, con el fin de mejorar la oferta de la producción artesanal de los pobladores de La Pila, se propone un modelo de re-acondicionamiento y uso del actual “Centro artesanal de aguas termales” replanteando su concepto de comercialización, con el objeto de ofrecer mayores comodidades a los visitantes, convirtiendo el área en un verdadero “Centro turístico artesanal”.

Actualmente la infraestructura que se pretende mejorar funciona como Centro de aguas termales con apertura esporádica y con muy poca funcionalidad, puesto que se encuentra en una calle interna que no le ayuda en nada a un establecimiento que se ubica en un destino de tránsito o de paso, ya que las puertas de ingreso son laterales, motivo por el cual, la estructura actual no representa mayor atractivo para el tipo de visitante predominante en la Pila, que se reconoció según las encuestas realizadas como transeúnte, es así que también en nada se justifica la inversión de US\$ 120,000 efectuada en su totalidad por la cartera de Bienestar social, ya que su apertura es esporádica solo cuando arriban al sitio turistas extranjeros. La figura a continuación nos muestra los componentes existentes en la parroquia y la implementación de componentes que nuestro grupo plantea para mejorar la oferta de producción artesanal.



La estructura actual cuenta con 21 locales diecinueve locales de tipo comercial, uno para la venta

podiera beneficiarse como lo son: la Zona franca de Manabí, el Puerto internacional de transferencia, la de alimentos tipo snack y uno para la administración del lugar, una pileta de agua sulfurosa que representa el atractivo natural de la parroquia y a la cual debe su nombre, a la misma los pobladores le han atribuido propiedades medicinales y curativas, una pequeña piscina se ubica contigua a esta pileta la cual es de muy poca funcionalidad dentro de un área de exposición y venta de artesanías, también encontramos dos baterías sanitarias con duchas, estas básicamente equipadas. Es importante mencionar que de todas estas “facilidades”, solo son utilizados los locales comerciales cuando se conoce por intermedio de los operadores turísticos que van a llegar turistas de cruceros a Manta y por ende tiene a la pila como un área cercana de compra de souvenir, de igual manera los servicios básicos con los que cuenta el área son precarios pues solo se facilita la energía eléctrica y de agua se abastecen de la pileta para las pocas actividades de limpieza, en especial sanitarias.

#### 4.1 Especificaciones Técnicas de la Propuesta

Los servicios que ofrecerá el Centro Turístico Artesanal La Pila, están basados en los resultados de la encuesta, y de acuerdo a éstos la mayoría de las personas respondió que si les interesaría gozar de mejores servicios tales como alimentación, baños públicos, parqueaderos, área de recreación o descanso. Por ello se propone que a partir de la estructura existente, se implemente una entrada directa sobre la carretera o avenida panamericana y se implementen dentro de la estructura actual áreas específicas de compra de artesanías, baterías sanitarias con facilidades para personas con movilidad reducida, área alimentación con un patio de comidas y espacio para eventos, área de recreación, área de descanso y área de parqueos con una capacidad para 24 plazas contemplando 2 plazas para parqueos accesibles. Todas estas áreas serán ejecutadas de manera técnica enfocadas en la comodidad y seguridad del visitante y su familia, ya que la gran mayoría de visitantes locales acuden en la modalidad de viaje organizado o familiar. La figura a continuación describe de manera grafica las facilidades con las que va a contar cada área.

**Figura 2.** Diseño del destino e implementación de la propuesta.

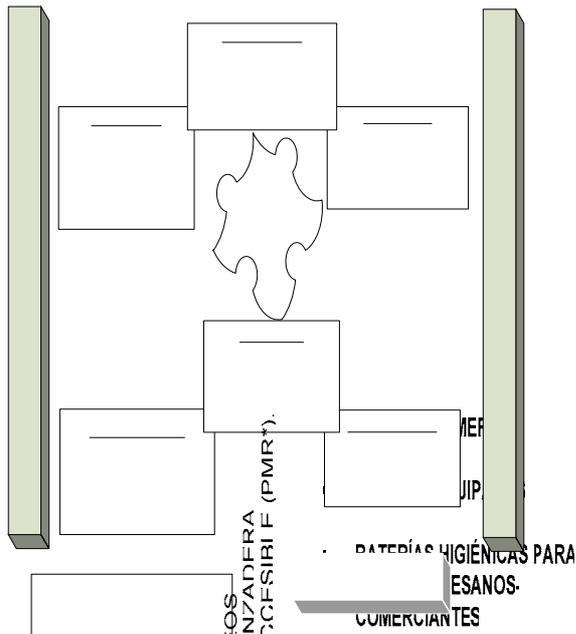


Figura 3. Agrupación de los servicios a ofrecer.

## 5. Conclusiones y recomendaciones de la propuesta

### 5.1 Conclusiones

La re-estructuración del Centro de Aguas Termales es una obra necesaria para aprovechar la inversión de 120 mil dólares que ya realizó la Cartera de Bienestar Social pero sin lograr mayores beneficios a la comunidad, pues no es funcional. Esta falta de uso podría convertirse en un deterioro progresivo de la estructura.

La Parroquia la Pila al estar ubicada en la vía principal Guayaquil-Portoviejo-Manta se convierte en un destino de tránsito por lo cual la propuesta de equipamiento turístico que consiste en el reacondicionamiento del actual Centro de Aguas Termales no demandará mayor inversión publicitaria ya que la entrada principal del Centro es visible y atractiva logrando captar la atención de los transeúntes motivándolos a visitarlo y disfrutar de las comodidades que se brindan.

La competencia directa del Centro Turístico Artesanal está representada por el Taller de Artesanos Productores de barro que se localiza en la entrada de la Parroquia también sobre la vía principal. Sin embargo, se debe diferenciar el tipo de actividad que se realiza en cada uno de éstos; ya que mientras en el primero se ofrecen facilidades al turista como alimentación, recreación, baños; el segundo es un taller de elaboración de piezas en barro donde se podría realizar un turismo de tipo vivencial sin ofrecer mayores comodidades al visitante. En conclusión, las actividades que se ofrecen son distintas y cubren diferentes necesidades.

Según resultado de las encuestas realizadas, nuestro mercado actual son personas de sexo femenino que viajan en familia y son casadas con un promedio de edad entre 31 y 50 años.

Según el estudio financiero, en los resultados del flujo de caja se observa que los flujos netos de efectivo son positivos para todos los años. Además se logra obtener un VAN (Valor Actual Neto) de USD 12.000, por lo tanto se concluye que, como el VAN es mayor a cero, el proyecto es viable y rentable pese a que el objetivo no es obtener rentabilidad ya que este proyecto se contempla con fines sociales y no de lucro.

- **BANCAS ESTÁTICAS**: Aumento de la estructura propuesta, no genera consecuencias nocivas al medio natural ya que los impactos en su totalidad, son de corta prolongación, mitigables.
- **JUEGOS ESTÁTICOS PARA NIÑOS**: El proyecto tiene un alto grado de viabilidad.

### 5.2 Recomendaciones

La propuesta descrita anteriormente no representa mayores beneficios económicos ya que su fin es orientado a la parte social, por lo que la Inversión deberá realizarse por medio de un organismo público cuyo fin primordial justamente es servir a las comunidades.

Se recomienda que una vez puesta en marcha la operación del Centro Turístico Artesanal, las entidades públicas y la comunidad en general preserven el atractivo y los servicios que allí se brindarán ya que ésta es una forma de mejorar la oferta artesanal alcanzando una identificación cultural de los pobladores; en un marco técnico organizacional y administrativo manejado con proyección a convertir a la Parroquia en un referente de la alfarería en el Ecuador.

La Junta Parroquial al ser ente regulador de la Parroquia y encargada principal de la administración del Centro debería ofrecer capacitación constante, referente al tema de servicio al cliente, a los comerciantes y vendedores que laborarán en éste, ya que en la actualidad el turista es cada vez más exigente al momento de percibir un servicio. El servicio deberá ir acorde a la **estandarización de Personas con Movilidad Reducida**.

Las áreas a implementarse en el Centro Turístico Artesanal necesitarán ser constantemente supervisadas por el encargado que designe la Junta para la administración del mismo. En el caso del patio de comidas será indispensable ofrecer variedad y sobretodo calidad y sabor en los procesos de elaboración de alimentos; de igual manera la limpieza de baños deberá ser diaria para mayor comodidad y satisfacción de los visitantes.

La publicidad del Centro Turístico Artesanal convendría manejarse a través de alianzas estratégicas con operadores turísticos, hoteles, rentadoras de autos y demás servicios de apoyo que se ofrecen en ciudades como Manta y Portoviejo con el propósito de economizar costos por este rubro publicitario.

## 6. Agradecimientos

Agradecemos a la Escuela Superior Politécnica del Litoral por el valioso conocimiento impartido, Msc. Julio Gavilanes Coordinador de la Carrera de Licenciatura en Turismo y Director de esta Tesis, y a todas aquellas personas que hicieron posible la realización del presente documento.

## 7. Referencias

1. Parroquialización La Pila. (2006, octubre). *Diario El Mercurio Manta*, pp. 4.
2. Catastro Turístico De La Provincia De Manabí. (2006)
3. Publicaciones Trimestrales Parroquia La Pila. (2007, Enero) *El Arcillerito*, pp. A5.
4. Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología INAMHI. (n.d.). Reporte por ciudades. Obtenida en marzo 2007, de <http://www.inamhi.gov.ec/html/inicio.htm>
5. Atlas Multimedia del Ecuador del Instituto Geográfico Militar. (n.d.). Recursos naturales. Obtenida en marzo 2007, de <http://www.cncultura.gov.ec/cultura/html/manabi.htm>
6. Montaner J., Antich J., y Arcarons R. (1998). *Diccionario de Turismo*. España: Síntesis.
7. Boullon R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. España: Trillas
8. Organización Mundial de Turismo OMT (1999). *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. España: OMT

