



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

“PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA  
PARA POTENCIAR SU RENTABILIDAD DE LAS OCHO  
CASCADAS DE LA PARROQUIA DE BALSAPAMBA”

VIVIANA MONSERRATE SISALIMA INTRIAGO

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado  
de:

INGENIERO COMERCIAL

Año 2014

## INGENIERIA COMERCIAL

**CERTIFICADO**

Dr. Porfirio Ubiticio Jiménez Ríos y Ec. Pablo Hernán Robayo Remache

**CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA PARA POTENCIAR SU RENTABILIDAD DE LAS OCHO CASCADAS DE LA PARROQUIA DE BALSAPAMBA realizado por Viviana Monserrate Sisalima Intriago, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido que concluyó a satisfacción la tesis, cumpliendo las disposiciones institucionales, metodología y técnicas requeridas para su ejecución recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Viviana Monserrate Sisalima Intriago que lo entregue, al Ec. Pablo Hernán Robayo Remache en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, febrero de 2014

---

Dr. Porfirio Jiménez Ríos  
DIRECTOR

---

Econ. Pablo Robayo Remache  
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS-ESPE

INGENIERIA COMERCIAL

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

VIVIANA MONSERRATE SISALIMA INTRIAGO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA PARA POTENCIAR SU RENTABILIDAD DE LAS OCHO CASCADAS DE LA PARROQUIA DE BALSAPAMBA, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

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

Sangolquí, Febrero de 2014

---

Viviana Monserrate Sisalima Intriago

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

ESPE

INGENIERIA COMERCIAL

### **AUTORIZACIÓN**

Yo, Viviana Monserrate Sisalima Intriago

Autorizo a la UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMANDAS-ESPE, la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo PROPUESTA DE ELABORACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA PARA POTENCIAR SU RENTABILIDAD DE LAS OCHO CASCADAS DE LA PARROQUIA DE BALSAPAMBA, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, febrero de 2014

---

Viviana Monserrate Sisalima Intriago

## CONTENIDO

CONTENIDO .....	iv
CAPÍTULO I: .....	3
ANTECEDENTES Y BASE LEGAL .....	3
1.1    Antecedentes del Turismo en el Ecuador .....	3
1.2    Tendencias del Turismo en la Provincia de Bolívar.....	5
1.3    Turismo en la Parroquia de Balsapamba, Cantón San Miguel.....	6
1.4    Planteamiento del Problema.....	8
1.5    Objetivo general. ....	11
1.6    Pregunta de Investigación. ....	12
1.7    Metodología.....	12
1.8    Variables e indicadores .....	13
1.9    Marco Referencial .....	14
CAPÍTULO II: .....	18
ESTUDIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN BOLÍVAR.....	18
2.1    Inventario por tipo de atractivos.....	18
2.1.1    Atractivos turísticos Naturales. ....	19
2.1.2    Atractivos turísticos Culturales.....	21
2.1.3    Arqueológico.....	21
2.1.4    Población.....	24
2.1.5    Alojamiento y Alimentación .....	30
2.2    Estudio de Atractivos turísticos de Balsapamba .....	31
2.3    FODA del sector turístico en Bolívar con enfoque de Balsapamba.....	49
CAPÍTULO III:.....	53
DISEÑO DE LA RUTA TURÍSTICA.....	53
3.1    Atractivos de la ruta turística.....	56

3.2	Diseño de la Ruta .....	58
3.3	Transporte.....	61
3.4	Tiempos .....	61
3.5	Estructura Organizacional. ....	67
3.6	Publicidad.....	68
CAPÍTULO IV:.....		72
PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS PROPUESTOS .....		72
4.1	Concepto.....	72
4.2	Viabilidad financiera .....	73
CAPÍTULO V .....		88
5.1	Conclusiones .....	88
5.2	Recomendaciones .....	90
5.3	Bibliografía.....	91

## 1. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Objetivos PIMTE 2010-2014 turismo Interno Ecuador .....	5
Tabla 2	Entrada de extranjeros al Ecuador años 2009 al 2013 .....	8
Tabla 3	Actividades Económicas Parroquia Balsapamba.....	10
Tabla 4	Matriz variables e indicadores .....	13
Tabla 5	Inventario de Atractivos Naturales provincia de Bolívar.....	19
Tabla 6	Inventario de Atractivos culturales provincia de Bolívar.....	21
Tabla 7	Inventario de Atractivos culturales de la provincia de Bolívar.....	22
Tabla 8	Estadística poblacional Cantón San Miguel 2006 y 2010 .....	24
Tabla 9	Grupos de Edad Parroquia Balsapamba .....	26
Tabla 10	Actividad Productiva.....	26
Tabla 11	Grupos de ocupación parroquia Balsapamba.....	27
Tabla 12	Nivel de Instrucción Parroquia Balsapamba .....	28
Tabla 13	Atractivos turísticos .....	31
Tabla 14	Pregunta; sexo .....	35
Tabla 15	Edad del Turista.....	36
Tabla 16	Origen del Turista .....	37
Tabla 17	Tipos de atractivos turísticos .....	38
Tabla 18	Aspectos a tomar al escoger un destino turístico.....	39
Tabla 19	Cuántos días usted dedica a hacer turismo? .....	40
Tabla 20	Qué tipo alojamiento prefiere? .....	41
Tabla 21	Cuáles son sus ingresos promedio? .....	42
Tabla 22	Actividades preferidas al hacer turismo .....	43
Tabla 23	Conoce las cascadas de Balsapamba.....	44
Tabla 24	Se aventuraría a la ruta turística.....	45
Tabla 25	Arribos de turistas extranjeros años 2012 - 2013.....	47
Tabla 26	Competidores .....	48
Tabla 27	Oferta Estimada .....	49
Tabla 28	Análisis FODA, ruta turística de las cascadas.....	49
Tabla 29	Análisis FODA estrategias .....	50

Tabla 30 Actividad, primer día.....	61
Tabla 31 Actividad segundo día.....	62
Tabla 32 Simbología del flujograma.....	65
Tabla 33 Flujograma del proceso .....	66
Tabla 34 Plan, programas y proyectos .....	72
Tabla 35 Número de turistas .....	73
Tabla 36 Número de turistas primer año .....	73
Tabla 37 Proyección de ingresos .....	74
Tabla 38 Gasto Administración .....	75
Tabla 39 Gasto de venta.....	76
Tabla 40 Gasto de venta proyectado.....	77
Tabla 41 Amortización de la deuda.....	77
Tabla 42 Costos.....	78
Tabla 43 Mano de Obra indirecta .....	79
Tabla 44 Proyección de costos .....	79
Tabla 45 Depreciación.....	80
Tabla 46 Fuentes de financiamiento .....	81
Tabla 47 Inversión.....	81
Tabla 48 Vehículo .....	82
Tabla 49 Muebles y enseres .....	82
Tabla 50 Equipo de oficina .....	82
Tabla 51 Equipo de computación .....	82
Tabla 52 Estados de Resultados.....	83
Tabla 53 Flujo de caja .....	84
Tabla 54 VAN.....	85
Tabla 55 TIR.....	86
Tabla 56 TRR.....	86
Tabla 57 PRC.....	87

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Entrada de extranjeros al Ecuador 2012-2013 .....	9
Gráfico 2 Población San Miguel años 2006 y 2010.....	24
Gráfico 3 Población Cantón San Miguel 2010.....	25
Gráfico 4 Edad parroquia de Balsapamba .....	26
Gráfico 5 Actividad Productiva .....	27
Gráfico 6 Grupo de Ocupación .....	28
Gráfico 7 Nivel de Instrucción .....	29
Gráfico 8 Pregunta; sexo .....	35
Gráfico 9 Edad del Turista .....	36
Gráfico 10 Origen del Turista .....	37
Gráfico 11 Tipos de atractivos turísticos .....	38
Gráfico 12 Aspectos a tomar al escoger un destino turístico.....	39
Gráfico 13 Cuantos días usted dedica a hacer turismo?.....	40
Gráfico 14 Qué tipo alojamiento prefiere?.....	41
Gráfico 15 Cuáles son sus ingresos promedio.....	42
Gráfico 16 Actividades preferidas al hacer turismo .....	43
Gráfico 17 Conoce las cascadas de Balsapamba. ....	44
Gráfico 18 Se aventuraría a la ruta turística. ....	45
Gráfico 19 Arribos- Mercados .....	46
Gráfico 20 Concentración Turística Provincia de Bolívar .....	47
Gráfico 21 Número de turistas .....	49
Gráfico 22 Estructura organizacional.....	67

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de Grado se la dedico a Dios por ser mi guía, “a mis hijas, Emilia, Valentina y Sarah”, que son el motor de mi vida, por darme la fuerza e inspiración para culminar mi carrera, a mi esposo Marcelo, por ser mi apoyo incondicional, por su comprensión, ya que sin su ayuda no habría logrado cumplir este sueño tan anhelado.*

*Estoy convencido de que en este día somos dueños de nuestro destino, que la tarea que se nos ha impuesto no es superior a nuestras fuerzas, que sus acometidas no están por encima de lo que puedo soportar. Mientras tengamos fe en nuestra causa y una indeclinable voluntad de vencer, la victoria estará a nuestro alcance.*

*Winston Churchill*

## **AGRADECIMIENTO**

*Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades debo agradecer de manera especial al Dr. Porfirio Jiménez por aceptar realizar esta tesis de grado bajo su dirección. Su apoyo, confianza en mi trabajo, y el aporte con su conocimiento han sido bases para guiarme y desarrollar este proyecto. Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento al Ing. Pablo Robayo por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de esta tesis. Y un millón gracias a todas las personas que de una u otra forma colaboraron para cumplir mi objetivo planteado.*

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La parroquia de Balsapamba, cantón San Miguel, provincia de Bolívar es una zona potencialmente turística, con recursos naturales y culturales de los cuales aún no han sido debidamente explotados para el beneficio de la comunidad, con la presente propuesta se busca incrementar el turismo nacional e internacional, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de sus habitantes. De acuerdo al análisis del mercado se demostró que la ruta de las cascadas es de aceptación mayoritaria, lo que hace que este proyecto sea factible. Mediante el análisis financiero se determinó que es un proyecto totalmente sustentable. El trabajo en equipo entre el Gobierno parroquial y los habitantes es primordial para el desarrollo de esta zona. En conclusión el proyecto de elaboración de una ruta turística para potenciar sus 8 cascadas es viable administrativa y financieramente, por lo tanto esta propuesta es de beneficio para todos los habitantes de la parroquia rural de Balsapamba, se recomienda su implementación ya que potenciando la rentabilidad de las cascadas de Balsapamba, se contribuye a la creación de fuentes de trabajo, incremento de ingresos, mejora de calidad de vida de sus habitantes, manteniendo y fortaleciendo la cultura e identidad del pueblo, con enfoque a la utilización sostenible de los recursos naturales de la zona, con la finalidad de conservar la biodiversidad y generar un sustento socioeconómico mantenido a los habitantes de la localidad.

Palabras claves: turismo, recursos naturales, ruta, propuesta, socioeconómico.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

Balsapamba Rural district , San Miguel Canton province of Bolívar is a potentially tourist area with natural and cultural resources which have not yet been properly exploited for the benefit of the community, this proposal targets to increase domestic tourism , contributing to the economic development of its residents. According to the market analysis showed that the route of the waterfalls is majority acceptance, which makes this project feasible. The financial analysis was determined to be a totally sustainable project. Teamwork between the Rural district Government and the people is paramount to the development of this area. In conclusion the proposed development of a tourist route to boost its administrative eight waterfalls is financially, viable and therefore this proposal is of benefit to everyone in the rural district of Balsapamba , project implementation is recommended as enhancing profitability Balsapamba waterfalls , contributing to the creation of jobs , increased revenue , improved quality of life of its habitants, maintaining and strengthening the culture and identity of the people, with a focus on sustainable use of natural resources area , in order to conserve biodiversity and socio-economic livelihood generating kept the locals .

Keywords: tourism, natural resources, route, proposal, socioeconomic

## CAPÍTULO I

### ANTECEDENTES Y BASE LEGAL

#### *1.1 Antecedentes del Turismo en el Ecuador*

Ecuador, es uno de los países considerados entre los mega diversos del planeta, y se encuentra estratégicamente ubicado en la mitad de mundo, atravesado de norte a sur por los Andes. Es favorecido con atractivos turísticos que captan la visita de turistas nacionales y Extranjeros, La promoción turística que se ha llevado a cabo en los últimos años, ha permitido que Ecuador sea catalogado como el cuarto destino de mayor preferencia de los turistas extranjeros, ubicándose entre los diez mejores países del mundo para visitar. El Estado Ecuatoriano por medio del Ministerio de Turismo presenta un nuevo modelo de desarrollo, endógeno, equitativo e incluyente, que ve la necesidad de promover nuevas fuentes que generen ingresos respondiendo a los objetivos del milenio, asumiendo el compromiso de convertir al Ecuador en potencia turística, destinando para ello 660 millones de dólares, que serán invertidos en los próximos 4 años en infraestructura, facilidades, destinos turísticos y en la promoción de Ecuador en el mundo bajo la campaña *Todo lo que necesitas es Ecuador*.(Calero, 2012, p. 4)

El patrimonio natural ecuatoriano es un recurso estratégico para el Buen Vivir, que debe ser utilizado de manera racional y responsable. El paisaje natural, formado por áreas naturales, agropecuarias y urbanas, debe ser entendido como un solo territorio con diferentes usos y vocaciones, conformado por recursos renovables y no renovables. El adecuado manejo estos son base del desarrollo nacional, los recursos naturales deben ser usados como sustento de la vida de sus habitantes manteniéndose en un ambiente sano y sustentable, que disfruten de la naturaleza conservando su esencia. (Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo, 2013, pp. 135, 137, 221, 222).

La naturaleza o pachamama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y

regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos”... Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema. (CEP Corporación de Estudios y Publicaciones, 2013, p. 26)

El turismo es un factor importante para la económica nacional, en la balanza de pagos refleja una participación del 2% en el PIB. Sin embargo el ingreso de divisas por turismo ha tenido un crecimiento positivo entre el 2008 - 2013 con un promedio del 7%, con una caída en el 2009 debido a los efectos de la crisis que redujo la llegada de turistas de mercados emisores como EEUU y Europa. No sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de nuestros habitantes y en mantención de los atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio y puro. En el ámbito turístico se logró reconocimientos de alta importancia a escala internacional como: “Destino Verde del Mundo 2013”, “Mejor destino de naturaleza y vida silvestre”; además, el tren crucero ganó como el mejor producto turístico fuera de Europa, Quito como Destino Líder en Sudamérica en los premios World Travel Awards y está compitiendo para ser una de las 7 maravillas del mundo. (Calero, 2012, p. 4).

La Visión 2014 del PIMTE (plan de marketing turístico del Ecuador) es, Aumentar el número de turistas y excursionistas nacionales por año y los movimientos de visitantes de fines de semana, feriados y vacaciones de los ecuatorianos; Incentivar el gasto turístico y prolongar la estadía por visitante interno; Contribuir con el turismo y dinamizar las economías locales, regionales y nacionales con inclusión social, generación de empleo y beneficios económicos; Fomentar la distribución de forma equitativa de los ingresos económicos por turismo interno; Estimular la oferta de calidad de paquetes turísticos dirigidos a todos los grupos de viajeros, incluyendo lo más vulnerables con escasos recursos (turismo social), grupos de amigos, personas con capacidades diferentes; Posicionar a Ecuador como destino

de Buen Vivir con sentido de pertenencia para los ecuatorianos; Ejercer el liderazgo efectivo en la realización del marketing para el turismo interno, de tal forma de fomentar, facilitar y cooperar, en la creación de planes de marketing regionales y locales; Disminución de la estacionalidad y promoción de nuevos destinos para el turismo interno. (Consulting, 2009, p. 4)

Tabla 1 Objetivos PIMTE 2010-2014 turismo Interno Ecuador

indicador	objetivo	indicadores	dato Base 2007	dato meta 2014
<b>Número de turistas internos</b>	Duplicar el número de turistas internos	Estimación de viajes internos sobre tráfico doméstico aéreo	2.065.602,00	5.293.429,00
		tráfico terrestre	6.166.766,00	10.130.625,00
		Visitantes nacionales e áreas naturales	309.302,00	495.109,00
		Viajes turísticas internos	1.588.243,00	1.820.417,00

*Fuente: Plandetur – 2014*

*Elaborado por: (autora de la investigación)*

## **1.2 Tendencias del Turismo en la Provincia de Bolívar.**

Ubicada en centro del país, limita al norte con el Cotopaxi; al sur con el Chimborazo y Guayas; al este con Tungurahua y Chimborazo; y al oeste con los Ríos. Tiene una extensión territorial de 3.250 km<sup>2</sup>. Y un clima privilegiado que varía desde el frío de los páramos hasta el cálido subtropical con temperaturas de 25°C. Sus cantones son: Guaranda, Chimbo, San Miguel, Chillanes, Caluma, Echeandía y las Naves. La capital es Guaranda, conocida como la Ciudad de las Siete Colinas. Sus fiestas de carnaval son muy populares. Allí locales y visitantes recorren las calles, festejan y beben chicha. Se considera que esta celebración tiene su origen con los Guarangas, tribu ancestral que realizaba una fiesta en honor a su cacique y para dar gracias a la naturaleza. Bolívar es una provincia que tiene una tierra muy fértil, su gente es amable, humilde, trabajadora y tiene una variedad de Santuarios que demuestra la fe católica de los habitantes de esta región del país, como podemos nombrar. El santuario de la Virgen del Huayco, del Señor de la Salud y el de la Gruta

de Lourdes, que son bellas construcciones en piedra. Y que son visitadas por lugareños y visitantes.(Ministerio de turismo, 2013)

### ***1.3 Turismo en la Parroquia de Balsapamba, Cantón San Miguel***

La potencialidad turística es uno de los principales aspectos del Cantón San Miguel, destacándose diferentes manifestaciones y lugares con destino turístico regional y últimamente nacional. En la meseta interandina destacan el Santuario de Lourdes como manifestación religiosa, y en el subtrópico el principal atractivo y destino es Balsapamba, el parque Acuático nombrado a nivel nacional, Cascadas y el río Cristal. Existen también otros atractivos y manifestaciones turísticas como: Los vestigios del Molino de J. J. Flores, Bilován lugar donde se libró la Batalla de Camino Real, festividades del Señor de la Salud en Santiago, Religiosa del Arcángel San Miguel, Chángueleslos Miradores hacia la costa, Bosques Protector Chasca Totoras, Los Arrayanes, las Cavernas de las Guardias y la vía Kelly. La fiesta mayor del cantón es la del Arcángel San Miguel celebrada el 29 de Septiembre, las festividades de la Virgen de Lourdes durante la primera semana de Septiembre y las festividades cívicas de Cantonización el 10 de Enero. (Ecuador turistico tv., 2010)

En la Gastronomía los visitantes no pueden dejar de probar los deliciosos Chigüüles, el dulce de Zambo. Los cuyes asados entre otras variedades de comidas. Las festividades por su cantonización son pregones, desfiles cívicos, comparsas, seguido por el famoso carnaval donde nativos y visitantes disfrutan de un ambiente lleno de mucho carisma, con bailes populares, entre otras actividades. (Gobierno provincial de Bolívar, 2009c).

La Parroquia de Balsapamba pertenece al Cantón San Miguel de la Provincia de Bolívar y se halla situado en la parte occidental del cantón San Miguel y forma parte de la ruta del Libertador, se encuentra ubicado 60 kilómetros al sur de San Miguel y a 8 kilómetros del Cantón Montalvo perteneciente a la Provincia de Los Ríos, Tiene una temperatura promedio de 23 grados centígrados, se encuentra a una altura de 708 metros sobre el nivel del mar, paso obligado de comunicación entre la Sierra y la Costa o viceversa por su central ubicación geográfica desde los tiempos

remotos, de los Chasquis, inclusive en esta zona se llevó a cabo la famosa Batalla “Camino Real”, el 9 de noviembre de 1820, porque en ella se consolidó y ratificó el pronunciamiento del 9 de Octubre de Guayaquil por su independencia evitando que los españoles marchen al Puerto. Actualmente esta ruta está rehabilitada y queda a 12 km<sup>2</sup> de Balsapamba a Bilován.(Infocentro Balsapamba, 2010)

Esta parroquia goza de una abundante riqueza natural como es la flora y la fauna propias de la zona, cascadas, ríos y bosques, El clima cálido y los tupidos paisajes son el complemento ideal para invitar a la aventura en esta pequeña parroquia del subtrópico de Bolívar. Aquí se puede realizar actividades como: paseos en chiva, aprender la fabricación de la panela, muchines, el guarapo, deporte de aventura como el Canopi, podemos visitar el parque acuático, con piscina con olas y toboganes gigantes, visitar el museo Bastión Andino, bañarse en su cristalino Río, y lo más interesante visitar sus hermosas cascadas, siendo una pequeña población ha demostrado que tiene un gran potencial turístico.

Balsapamba se caracteriza por la producción, de naranja, café, cacao, caña de azúcar, plátano, la mayoría de estos productos son expendidos en pequeñas tiendas ubicadas en la vía principal y así poder venderlos a los turistas o pasajeros que circulan por la zona. La principal fuente de ingresos en la zona es la agricultura y seguido del turismo. Existen dos temporadas turísticas claramente diferenciadas: desde diciembre hasta abril que es denominada temporada alta, y la otra de mayo a noviembre que es temporada baja, esto se debe a las vacaciones de fin de período escolar de los estudiantes en la costa. Los días preferidos para visitar a Balsapamba son los sábados y domingos, a esta pequeña parroquia llegan personas de Guayaquil y de poblaciones cercanas como Babahoyo, Montalvo, Pisagua, San Miguel, Chillanes, San Pablo entre otras. La vida de los habitantes, gira en torno al Río Cristal en la actualidad el turista que llega a la parroquia por la presencia de este hermoso río se convierte en una importante fuente de ingresos para el lugar.(Jacome, 2010, p. 7)

#### 1.4 Planteamiento del Problema

El turismo en la actualidad es una fuente que genera grandes beneficios al país y con mucha más razón a los sectores más vulnerables del mismo y porque su condición no han sido explotados para beneficio de la colectividad.(Banco Central del Ecuador, 2013). Elaborando la ruta turística se contribuirá al desarrollo socioeconómico de la zona; será importante implementar talleres de socialización y capacitación, con la finalidad de dar a conocer a la población sobre las fortalezas y oportunidades que presentan como atractivo turístico las cascadas ubicadas en la parroquia de Balsapamba de la provincia de Bolívar. En el Ecuador existen lugares, que tienen un potencial turístico inmensurable, pero sin embargo la falta de visión de organismos públicos y privados ha sido el factor primordial para que dichos lugares no hayan sido explotados turísticamente.

El problema que afecta la Parroquia de Balsapamba, es la falta de una ruta turista para las cascadas debidamente estructura y así potenciar su rentabilidad, por tal motivo es conveniente realizar este estudio para desarrollar la propuesta que con seguridad dará vida a este sitio único e incomparable del país. La problemática antes mencionada es producto de la falta de visión del potencial turístico de esta zona: una vez que podamos definir todas las fortalezas y oportunidades de la misma sin duda traerá consigo un desarrollo en todo el contexto de los habitantes de la zona. Además, es necesario mencionar que en la parroquia de Balsapamba existen muchos lugares que merecen darles la valía necesaria para que sean destinos turísticos no solo para los ecuatorianos si no para el mundo entero.

Tabla 2 Entrada de extranjeros al Ecuador años 2009 al 2013

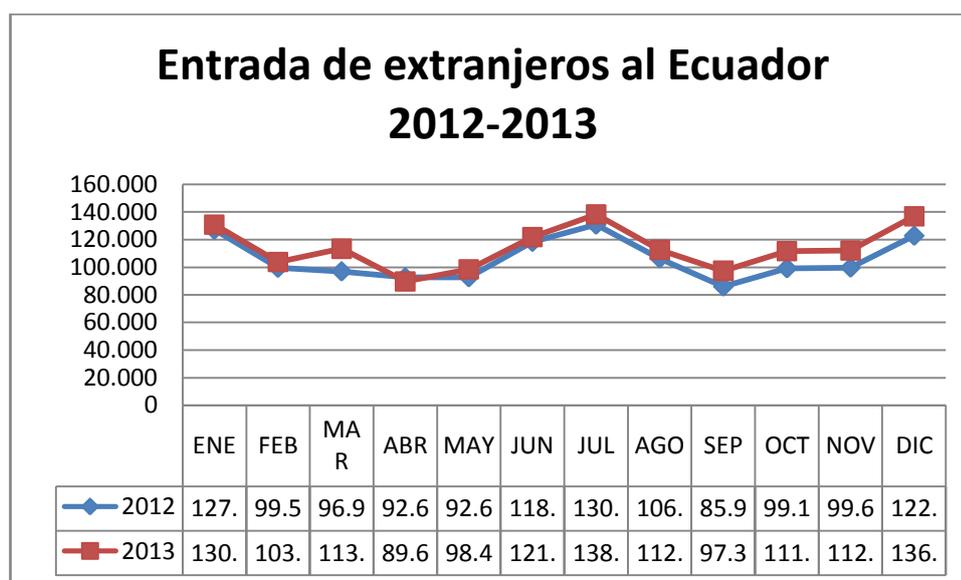
Mes	2009	2010	2011	2012	2013	VAR%
						2013/2012
<b>ENE</b>	86.544	96.109	105.548	127.116	130.842	<b>2,93</b>
<b>FEB</b>	72.742	89.924	86.421	99.521	103.768	<b>4,27</b>
<b>MAR</b>	72.226	82.452	87.495	96.948	113.361	<b>16,93</b>
<b>ABR</b>	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669	<b>-3,19</b>

Continúa tabla...

MAY	70.277	77.618	82.870	92.644	98.420	6,23
JUN	89.889	91.602	99.949	118.292	121.742	2,92
JUL	102.571	110.545	117.966	130.779	138.140	5,63
AGO	87.221	95.219	98.962	106.375	112.576	5,83
SEP	68.124	71.776	80.090	85.990	97.372	13,24
OCT	77.960	83.701	88.357	99.145	111.519	12,48
NOV	76.965	81.253	92.573	99.674	112.061	12,43
DIC	91.070	96.359	113.299	122.790	136.799	11,41
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.901	1.366.269	7,42

Fuente: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>  
Elaborado por: (Autora de la investigación)

Gráfico 1 Entrada de extranjeros al Ecuador 2012-2013



Fuente: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>  
Elaborado por: (Autora de la investigación)

En Agosto del 2012 hubo un ingreso de extranjeros a Ecuador de 106.368, mientras, que en Agosto de 2013 incremento la cifra a un total 112.576. Es decir para finales del 2013, esperamos una tendencia mayor al del año anterior de turistas.

Tabla 3 Actividades Económicas Parroquia Balsapamba.

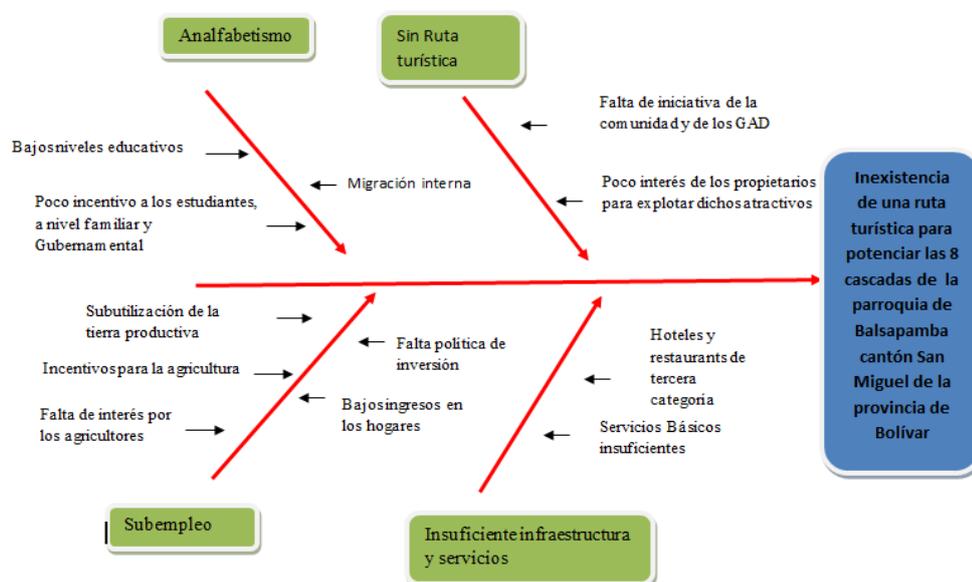
<b>Principales actividades económicas de la parroquia rural de Balsapamba</b>	
<b>Actividad económica</b>	<b>Porcentaje</b>
Ganadería	38%
Agricultura	25%
Turismo	21%
Comercio formal	10%
Industria artesanal	4%
Sector público	1%
Otras actividades	1%

*Fuente: (Jacome, 2010)*

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Un 38% de la población en Balsapamba se dedica a la ganadería, un 25% a la agricultura, el 21% se dedica al turismo, en la zona. Este porcentaje se los puede mejorar ya que, cuando un rincón turístico explotado de una forma racional y dándole la debida importancia permite el crecimiento interno y externo de la zona. Los rincones turísticos, constituyen una fuente de ingreso para los pobladores y en general es el “Elefante verde”, es decir una industria sin chimenea o libre de contaminación. Se supera la visión reduccionista del desarrollo como crecimiento económico y se establece una nueva visión en la que el centro del desarrollo es el ser humano y el objetivo final es el alcanzar el sumak kawsay o Buen Vivir. Frente a la falsa dicotomía entre estado y mercado, impulsada por el pensamiento neoliberal. Por primera vez, en la historia de la humanidad la Constitución reconoce los derechos de la naturaleza y ésta pasa a ser uno de los elementos constitutivos del Buen Vivir. (Secretaría Nacional del Planificación y Desarrollo, 2013, p. 23)

**Diagrama 1: Ishikawa**



### 1.5 Objetivo general.

- Hacer un diagnóstico de las riquezas turísticas que tienen las 8 cascadas, ubicadas en la provincia de Bolívar, cantón San Miguel, parroquia rural Balsapamba. Elaboración de una ruta turística para potenciar la rentabilidad y mejoramiento de la calidad de vida sus habitantes.

#### 1.5.1 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la Provincia de Bolívar, el mismo que nos permita tener un conocimiento real del lugar
- Levantar un inventario actualizado de atractivos turísticos, servicios, infraestructura, transporte y gestión de la Parroquia de Balsapamba. Para que el turista tenga una oferta y visión de los recursos naturales que disponen este lugar.
- Determinar las fuentes de financiamiento para la ejecución de la propuesta “creación de una ruta turística y así potenciar la rentabilidad de las 8 cascadas del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de

Balsapamba, Cantón San Miguel, Provincia de Bolívar y así poder alcanzar niveles de rentabilidad que permita un crecimiento sostenible de la zona.

- Elaborar la ruta turística, proyectar la logística necesaria, administrativa, para su funcionamiento y contribuir al mejoramiento de los ingresos de la Parroquia y por ende mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

### ***1.6 Pregunta de Investigación.***

Por medio de la elaboración de la ruta turística en Balsapamba, puede esta convertirse en un referente turístico en el Ecuador

### ***1.7 Metodología***

Para el análisis de factibilidad y sostenibilidad de la ruta de las cascadas de la parroquia rural de Balsapamba, se utilizará la metodología cuantitativa; para realizar un análisis de la relación entre las variables mencionadas, y la metodología descriptiva; que permite la preparación del trabajo científico para ordenar los resultados de las observaciones de las conductas de las variables. Además se revisarán fuentes de información primarias mediante encuestas a las unidades familiares de la comunidad y a turistas y visitantes tanto nacionales como extranjeros, se utilizará fuentes de información secundaria de mapas, estudios económicos de entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías, directorios locales y regionales, así como oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales. Para el estudio de mercado se revisarán fuentes de información secundaria como datos estadísticos, estudios de mercado realizados en otras localidades, así como toda la información necesaria que se podrá recopilar en diferentes entrevistas a los departamentos.(Puco, Análisis de Factibilidad y sostenibilidad de la ruta turística Santa Ana del Pedregal, 2012a, p. 34)

### 1.8 Variables e indicadores

Tabla 4: Matriz de variables e indicadores del proyecto ruta turística de las cascadas de Balsapamba

Tabla 4 Matriz variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Relación OB.
Accesibilidad a los servicios de alojamiento	Lugar donde pernotan los turistas	Accesibilidad Geográfica, Accesibilidad económica, Accesibilidad cultural	Número de turistas que se hospedan, / presupuesto por turista	1
Accesibilidad a los atractivos turísticos	Conjunto de elementos susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista o	Accesibilidad Geográfica, Accesibilidad económica, Accesibilidad cultural	Número de turistas que visitan, / atractivos turísticos existentes	3
Accesibilidad a las vías de primer orden	Camino principal por donde se transita	Accesibilidad Geográfica, Accesibilidad económica, Accesibilidad cultural	Número de turistas que llegan a destino, /vías de accesibilidad	1
Accesibilidad a los servicios Básicos	Los servicios , en un centro poblado, barrio o ciudad son las obras de infraestructuras necesarias para una vida saludable	Accesibilidad Geográfica, Accesibilidad económica, Accesibilidad cultural	Número Familias con servicios básicos en su vivienda, /población total	<b>1</b>

Continúa tabla...

Inventario de atractivos turísticos	Relación detallada de los atractivos turísticos de una zona determinada	Accesibilidad Geográfica, Accesibilidad económica, Accesibilidad cultural	Número de atractivos turísticos de una zona / afluencia visitantes	2
Accesibilidad a Restaurantes	Lugar donde se provee de alimentación a cambio de un pago	Accesibilidad Geográfica, Accesibilidad económica, Accesibilidad cultural	Número de turistas que requieren del servicio, / afluencia de visitantes	2
Accesibilidad a senderos	Senda, camino pequeño	Accesibilidad Geográfica, Accesibilidad económica, Accesibilidad cultural	Número de turistas que visitan los atractivos turísticos, /senderos existentes	4

*Elaborado por: (Autora de la Investigación)*

## **1.9 Marco Referencial**

### **1.9.1 Marco Teórico.**

- Valoración de empresa. Es algo más que descontar flujos de caja, es la evaluación de nuevas oportunidades de inversión y va desde un ejercicio del presupuesto de capital hasta la adquisición de una empresa completa. Generalmente se considera; estimación de flujos de caja, evaluación del riesgo, oportunidades de financiación, efectos en los resultados, inversiones por etapas, oportunidades de inversiones adicionales. (Titman, 2009, p. 18)
- Flujos de caja de la inversión. El valor de un proyecto de inversión viene determinado por los flujos de caja que produce, y se valora a las empresas con el siguiente proceso: predecir el importe y el calendario de los flujos de caja futuros, estimar una tasa de descuento adecuada al riesgo, descontar los flujos de caja (Titman, 2009, p. 58)

- Estructura económica del proyecto. Al evaluar un proyecto de inversión se deberá tener en cuenta la estructura de funcionamiento del mercado, sus condiciones, sus limitaciones y sus proyecciones, a fin de poder entregar oportuna y correctamente los antecedentes que se requieren para la construcción de las proyecciones de demanda. Es preciso estudiar los bienes sustitutos, complementarios e independientes, cuya evaluación puede tener una gran influencia sobre la demanda del bien objeto de la evaluación del proyecto. El análisis de los costos se debe tener presente al efectuar el estudio del mercado, de la demanda y de la oferta después que los gastos implícitos hayan sido cubiertos por el proyecto, cualquier beneficio remanente indicara la ganancia adicional que esta actividad significa con respecto a otras alternativas.(Puco, Análisis de Factibilidad y sostenibilidad de la ruta turística Santa Ana del Pedregal, 2012a, p. 35)
- Criterios de evaluación de proyectos.Existen cuatro métodos alternativos de evaluación y selección de un proyecto; método aditivo para evaluar la relevancia de un proyecto conocido como periodo de recuperación (TR) que determina el número de años que se necesitaría para recuperar la inversión inicial en efectivo: Tasa Interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento que equipara el valor presente netos esperados en la salida inicial de efectivo; valor presente neto (VPN), es el valor presente de los flujos de efectivos netos de una propuesta; índice de rentabilidad, o razón costo beneficio de un proyecto es la relación entre el valor presente de los flujos de efectivos futuros y la salida inicial de efectivo.(Van Horne, 2002, p. 350)

*1.9.2 Marco Legal.*El sustento jurídico para la ejecución del presente estudio se basara en la Constitución de la República del Ecuador actualizada(2013) y La Ley de Turismo del Ecuador actualizada al (2013).

*1.9.3 Marco Conceptual.* Se entiende como una manera organizada de pensar en el cómo y el porqué de la realización de un proyecto, y en cómo entendemos sus actividades. Nos ayuda a explicar por qué estamos llevando a cabo un proyecto de

una manera determinada, es la forma de caracterizar todos aquellos elementos que intervienen en el proceso de la investigación.

- Investigación de mercados. Identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de ayudar a la administración de tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas (Malhotra, Investigación de mercados, 2008, p. 8)
- Estrategia. Concepto breve pero imprescindible que marcará el rumbo de la organización. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la empresa o proyecto. (Empresa Pyme, 2013a)
- Turismo. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse, o pernoctar por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que habita. (Definición de, 2008)
- El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017 plantea nuevos retos orientados hacia la materialización y radicalización del proyecto de cambio de la Revolución Ciudadana, para la construcción de un Estado plurinacional e intercultural y finalmente para alcanzar el Buen Vivir de las y los ecuatorianos. (Senplades, 2013)
- Rentabilidad. Es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado. El concepto de rentabilidad puede hacer referencia a:
  - Rentabilidad económica, beneficio comparado con el total de recursos empleados para obtener esos beneficios.
  - Rentabilidad financiera, beneficio comparado con los recursos propios invertidos para obtener esos beneficios.
  - Rentabilidad Social: objetivo de las empresas públicas, aunque también perseguida por empresas privadas. Una actividad es rentable socialmente cuando provee de más beneficios que pérdidas a la sociedad en general, independientemente de si es rentable económicamente para su promotor. Se utiliza como contrapartida al concepto de rentabilidad económica, donde la rentabilidad sólo concierne al promotor. (Pena, 2013)

- Inventario turístico atractivos turísticos debe contar con objetivos que justifiquen la necesidad de realizar el estudio, los mismos que pueden provenir de diferentes fuentes o actores: las comunidades, los empresarios o ciertas instituciones. El inventario de los atractivos turísticos es considerado como un proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo de turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (Miranda, 2007, p. 7)
- Atractivos Turísticos. Son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda (Slideshare, 2013).
- Factibilidad Económica. debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas; Costos, debe presentarse la estructura de los costos contemplando costos fijos y variables; Ventas, En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste; debe mostrarse también estimaciones de ventas para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado (Empresa Pyme, 2013b)

## CAPÍTULO II

### ESTUDIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN BOLÍVAR

#### *2.1 Inventario por tipo de atractivos*

El turismo único sector de la economía que provoca impactos directos en los demás sectores, generando con su desarrollo el crecimiento productivo de un país, los turistas demandan bienes y servicios producidos en el país de visita. Por ello el análisis de los efectos socioculturales y económicos del turismo constituye una de las tareas indispensables en un proceso de promoción turística. En este proceso es fundamental la coordinación con los diferentes actores de la sociedad y organizaciones a nivel local, regional y nacional de forma que todos los atractivos tanto de naturaleza como de cultura que posee un determinado lugar, estén correctamente identificados, inventariados y organizados, de tal manera que se constituyan en la base para una correcta promoción y difusión de estos lugares.

El Ecuador, país caracterizado por cuatro regiones naturales: costa, sierra, oriente y región insular, con su pequeño territorio, en cada una de sus provincias siempre encuentra algo nuevo y diverso que ofrecer, reflejado la riqueza de su gente y la belleza de su naturaleza, la provincia de Bolívar, alberga sociedades aborígenes y mestizas con sus propias costumbres, medios de vida, historia, cultura, arqueología y naturaleza, llena de un sinnúmero de atractivos, capaz de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, (Miranda, 2007, p. 17).

El inventario de los atractivos turísticos es considerado como un proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo de turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (Ricaurte, 2009)

### 2.1.1 Atractivos turísticos Naturales.

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustre, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos, Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas Protegidas.

Tabla 5 Inventario de Atractivos Naturales provincia de Bolívar.

<b>Categoría</b>	<b>Atractivo turístico</b>	<b>Cantón</b>	<b>Parroquia</b>
Natural	Cascada Milagrosa	San Miguel	Balsapamba
Natural	Río Cristal	San Miguel	Balsapamba
Natural	Cascada de Angas	San Miguel	Balsapamba
Natural	Cascada Mariposa Azul	San Miguel	Balsapamba
Natural	Cascada Chorrera El Triunfo	Caluma	
Natural	Cascadas de La Alegría	Caluma	
Natural	Cascadas de Plomovado	Caluma	
Natural	Cascadas de Charquiyacu	Caluma	
Natural	Cascada Escaleras	Caluma	
Natural	Río Charquiyacu - Caluma	Caluma	

Continúa tabla...

Natural	<b>Bosque Protector Naranja Pata</b>	<b>Caluma</b>	
Natural	Hacienda Vita José	Caluma	
Natural	Cascada El Moral	Guaranda	Chazo Juan
Natural	Laguna de Río Verde	Guaranda	Chazo Juan
Natural	Cascadas de San Pablo	Guaranda	Chazo Juan
Natural	Cascadas de Piedra Blanca	Guaranda	Chazo Juan
Natural	Cascada de Zumbe	Chillanes	
Natural	Bosque de la Hacienda Tiquibuzo	Chillanes	
Natural	Laguna de Tiquibuzo	Chillanes	
Natural	Laguna de Azapi	Chillanes	
Natural	Cascada de Andagoya	Chillanes	
Natural	Río Changuil	Chillanes	
Natural	Aguas de Licamancha	Chillanes	
Natural	Cerró Changuil	Chillanes	
Natural	La Cascada Paila Loma	Chillanes	
Natural	Santuario del Huayco	Chimbo	
Natural	Santuario de la Virgen del Valle	Chimbo	

*Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar  
Elaborado por: (Autora de la investigación)*

### 2.1.2 Atractivos turísticos Culturales.

En esta categoría se destacan los atractivos históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

Tabla 6 Inventario de Atractivos culturales provincia de Bolívar.

Categoría	Nombre	Cantón	Parroquia
Cultural	Centro Histórico de Guaranda	Guaranda	
Cultural	Iglesias de la Ciudad de Guaranda	Guaranda	
Cultural	Museo y Centro Cultural Indio Guaranga	Guaranda	
Cultural	Las 7 colinas de la ciudad de Guaranda como miradores naturales	Guaranda	
Cultural	Carnaval de Guaranda	Guaranda	
Cultural	Artesanías Simiátug Samai	Guaranda	
Cultural	Ruta de los Hieleros	Guaranda	
Cultural	Ruta del Inca Ñan	Guaranda	
Cultural	Ebanistería	Chimbo	
Cultural	Pirotecnia	Chimbo	
Cultural	Ruta ecológica Mama Rumi	Chimbo	
Cultural	Monumentos y Parques de San Miguel	San Miguel	
Cultural	Santuario de la Virgen de Lourdes	San Miguel	
Cultural	Festividades del Cantón San Miguel	San Miguel	
Cultural	Monumento a los Héroes de la Batalla de Camino Real	San Miguel	
Cultural	Ruta del libertador	San Miguel	Balsapamba
Cultural	Feria de Caluma	Caluma	
Cultural	Carnaval de Caluma	Caluma	
Cultural	Carnaval de San Miguel	San Miguel	
Cultural	Carnaval de Echeandía	Echeandía	
Cultural	Carnaval de las Naves	Las Naves	

*Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar  
Elaborado por: (Autora de la investigación)*

### 2.1.3 Arqueológico.

En esta categoría se ubican, todas las manifestaciones materiales que nos permiten conocer a las sociedades antiguas.

Tabla 7 Inventario de Atractivos culturales de la provincia de Bolívar.

Categoría	Nombre	Cantón	Parroquia
Cultural	Muestra de arqueología de casa la cultura ecuatoriana núcleo de Bolívar	Guaranda	
Cultural	Museo Bastión Andino	San Miguel	Balsapamba

*Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar  
Elaborado por:( Autora de la investigación)*

#### *Estudio de Situación de la parroquia de Balsapamba.*

Parroquia Balsapamba fundada el 8 de Noviembre de 1.920 se encuentra ubicada en la parte occidental del territorio correspondiente al cantón San Miguel, provincia de Bolívar, ocupa el valle del Río Cristal conformado por todos los afluentes hasta la piedra de Limón que sirve también como punto de linderación provincial. Forma parte del valle formado por los Ríos Tiandigote y Tronador que corresponde al sistema fluvial del Embarcadero, posee una superficie aproximada de 271 Km<sup>2</sup>. Se encuentra localizada a una altura de 728 m.s.n.m. El territorio de Balsapamba es muy accidentado y desigual, su relieve presenta grietas profundas y alturas elevadas, como Cerro Grande, Chuche, Padre – Urco, Aluzana, cuya topografía es bastante admirada por los viajeros que por primera vez pasan por los caminos de esta jurisdicción. Al este tenemos la Cordillera de Mangashpa y el Salto hasta llegar a la histórica colina de Aluzana, de cuyas faldas bajan por Moylan – Urco y Tolapata, que tanto en tiempos incaicos, como luego de la conquista española, fue usado por los Chasquis y demás pobladores, como el único camino que unía la sierra con la costa. (Pared, 1964, pp. 2 - 15)

La Parroquia Balsapamba está conformada por las siguientes comunidades: Huillo Loma, San Francisco, Alungoto, Uchupamba, Santa Lucia, San Cristóbal, San Vicente, El Salto, Las Juntas, Arrayán Loma, La Chorrera, Guarumal, Chiriyacu, La Plancha, Chaupiyacu, Las Peñas, El Limón, Ceiba, Angas, Copalillo y Alcacer. El Río Cristal tiene tres afluentes principales: El Río de las Juntas que nace en las

estribaciones de Cerro Grande y Arrayán Loma. El Alcacer, que nace del cerro Padre – Urco y engrosa su caudal al recibir las aguas de pequeñas vertientes de la Cordillera de Mangashpa, El Río Jorge que nace de las faldas de Aluzana y en Angas se une con el arroyo de Sigtchango. Todo este caudal corre a unirse a una corta distancia del puente que da paso a la carretera San Miguel – Balsapamba, constituyéndose entonces el Río Cristal, el que pasa bordeando en centro poblado de Balsapamba. (Pared, 1964).

Balsapamba se encuentra localizada en las estribaciones occidentales de la cordillera de los Andes, hacia el centro, en el callejón interandino, ubicada en el inicio de la provincia de Bolívar, a tan solo dos horas de Guayaquil. Situada en el camino hacia la capital de la provincia, Guaranda, y bordeando el majestuoso Volcán Chimborazo, nos conduce por Ambato, Latacunga y llegamos a Quito. Y se encuentra limitada al norte por el sector de Las Guardias, al sur por la parroquia Régulo de Mora, y al oeste por Pisagua.(Gobierno provincial de Bolívar, 2009a)

Ubicada en el subtrópico y por su ubicación geográfica es muy atractiva con sus lugares turísticos, muy conocida por sus exquisitas naranjas, se encuentra en proyecto la industrialización de la panela granulada: cuenta con un colegio secundario, escuela primaria, Jardín de infantes subcentro de salud, las fiestas cívicas se las celebra en el aniversario de su creación y las fiesta religiosas en homenaje a Santa Marianita de Jesús.El transporte interno son las tradicionales chivas que une los pueblos de Balsapamba - Montalvo y el transporte externo que cubren la ruta: Quito – Guaranda – Babahoyo – Guayaquil entre los cuales tenemos: Transporte san Pedrito, Flota Bolívar, Transporte 22 de Julio, Flota el Dorado y Macuchi, mientras otros transportes que transitan por esta zona son: Cevallos, Caluma y Caucaturis.(Gobierno provincial de Bolívar, 2009b)

Por sus faldas corre vertiginosamente el río Cristal que origina gran variedad de plantas arbóreas y matorrales entre las que se mencionan quebracha, caoba, guayacán, Fernán Sánchez, Palma Real, Anime, Laurel, alobillo, balsa, matapalo, guabo, tagua y la famosa cascarilla para la cura de la malaria o paludismo. Balsapamba enclavada en la cordillera de los Andes sobre el Valle del Chimbo, es rica en paisajes andinos y en la producción agrícola de guineo, banano, limeño,

plátano o cítricos como naranjas, limones, mandarinas, huertas mixtas de cacao, café y caña de azúcar, Mientras que en la fauna, los tipos de aves que habitan en esta zona son: garcitas, garcillas, patos silvestres gallinazos, tortolitas, Martin pescador verde, gavilanes, pavas, garzas blancas, colibríes, golondrinas, Huiracchuros., Los Tipos de mamíferos son: guantas, zorros, murciélagos, venados, armadillos, puercos espines, chucuris, tigrillos, cusumbos, raposas, ardillas, puerco sajino, osos, entre otros.(Gobierno provincial de Bolívar, 2009c)

#### 2.1.4 Población

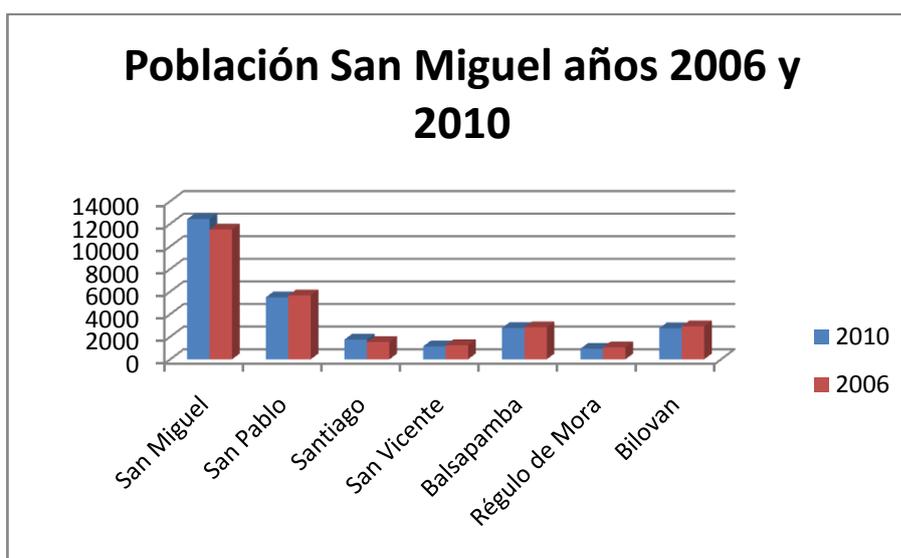
La población en el Cantón San Miguel para el año 2006 contaba con 26.747 habitantes, según datos del Censo de la Población y Vivienda del INEC para el año 2010 la población asciende a 27.244 habitantes lo que representa incremento del 1.82 %, Esta información se resume en el siguiente cuadro:

Tabla 8 Estadística poblacional Cantón San Miguel 2006 y 2010

Parroquias de San Miguel	2010	2006	Total
San Miguel	12409	11500	909
San Pablo	5489	5653	-164
Santiago	1749	1523	226
San Vicente	1143	1248	-105
Balsapamba	2765	2839	-74
Régulo de Mora	944	1062	-118
Bilován	2745	2922	-177
TOTAL	27244	26747	497

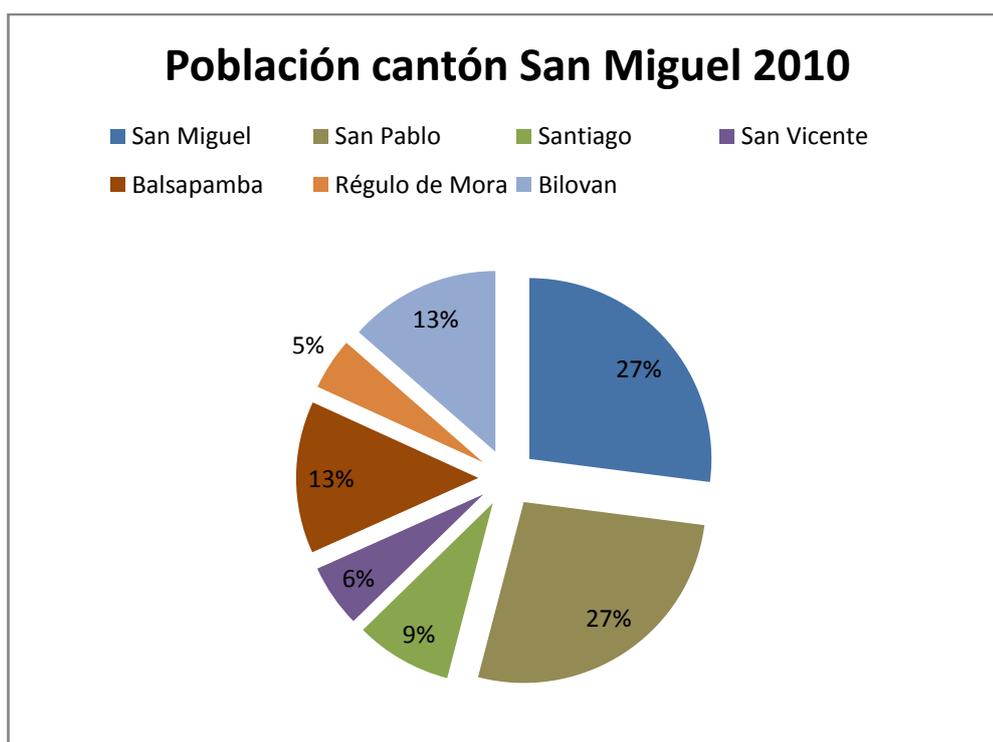
Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.

#### Gráfico 2 Población San Miguel años 2006 y 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.

Gráfico 3 Población Cantón San Miguel 2010



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.

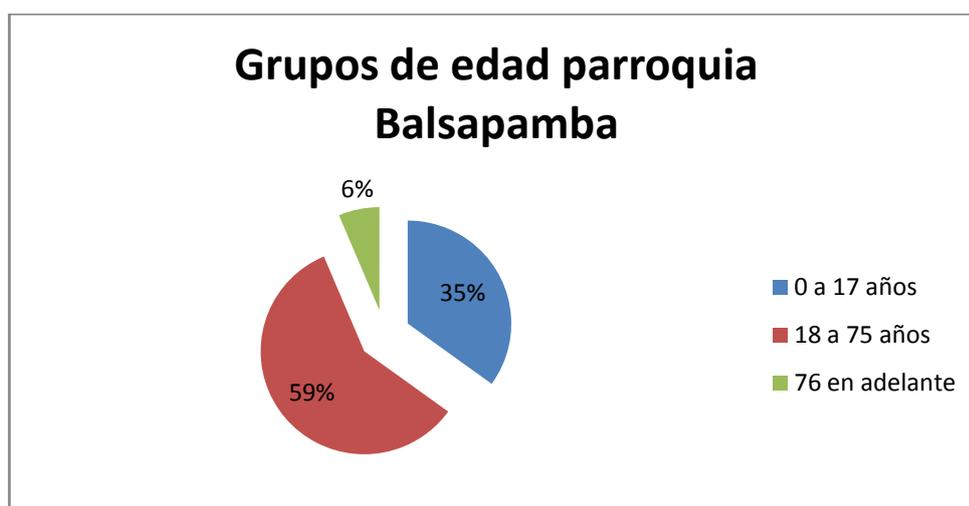
Análisis: de conformidad con el último censo poblacional, el cantón San Miguel cuenta con 27.244 habitantes, de los cuales el de Balsapamba es la tercera Parroquia donde hay más afluencia poblacional, cuenta con 2,765 habitantes que corresponde al 13% del total de la población del Cantón, 1,415 son hombres que corresponde al 51%, mientras que 1,350 son mujeres, con un 49%.

Tabla 9 Grupos de Edad Parroquia Balsapamba

Grupos de edad parroquia Balsapamba		
Edad	Casos	%
0 a 17 años	967	35
18 a 75 años	1622	59
76 en adelante	176	6
<b>Total</b>	<b>2765</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.  
Elaborado por: (Autora de la investigación)

Gráfico 4 Edad parroquia de Balsapamba



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010  
Elaborado por: (Autora de la investigación)

**Análisis:** Según la información del Censo 2010, se aprecia que se trata de una población en capacidad productiva, ya que la mayoría de la población se concentra en edad de los 18 hasta los 75 años los que representa el 59% de la población.

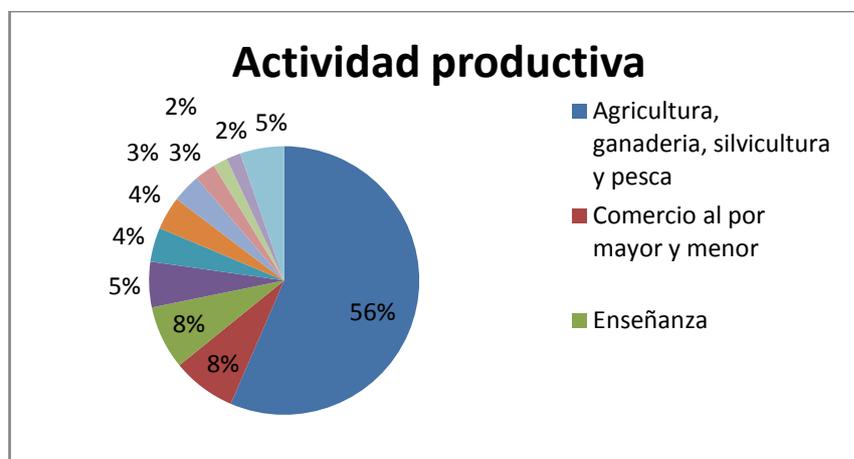
Tabla 10 Actividad Productiva

Actividad productiva		
Rama de actividad (primer nivel)	Casos	%

Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	494	56
Comercio al por mayor y menor	67	8
Enseñanza	67	8
Administración pública y defensa	48	6
No declarado	36	4
Transporte y almacenamiento	35	4
Construcción	30	3
Trabajador nuevo	22	3
Actividades de la atención de la salud humana	15	2
Actividades de los hogares como empleadores	15	2
Industrias manufactureras	11	1
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	10	1
Otras actividades de servicios	11	1
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	8	1
Artes, entretenimiento y recreación	6	1
Total	875	100
NSA :	1890	

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.  
Elaborado por:( Autora de la investigación)

Gráfico 5 Actividad Productiva



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.  
Elaborado por:( Autora de la investigación)

**Análisis:** A lo que se refiere a las actividades productivas como la Agricultura, ganadería, abarca el mayor porcentaje de la población con el 56%, mientras que el sector del Comercio y el de enseñanza es el segundo rubro con el 8%.

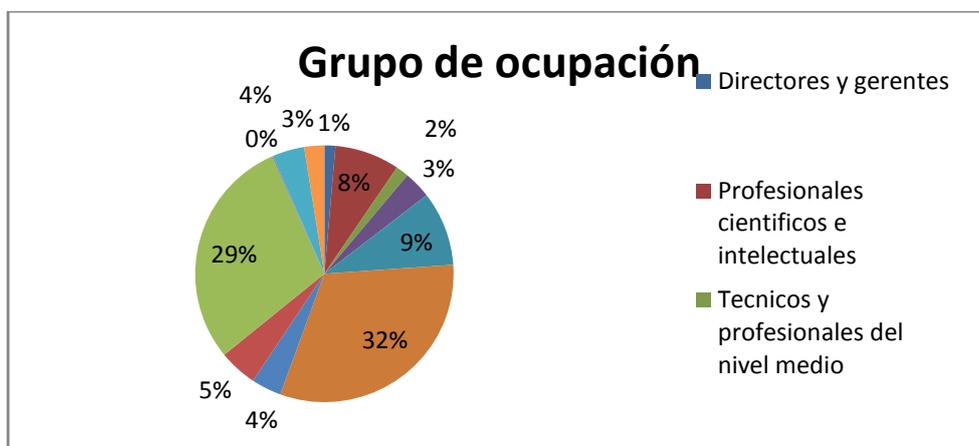
Tabla 11 Grupos de ocupación parroquia Balsapamba

### Grupos de Ocupación Parroquia Balsapamba

Grupo de ocupación (Primer Nivel)	Casos	%
Directores y gerentes	12	1
Profesionales científicos	71	8
Técnicos y profesionales del nivel medio	14	2
Personal de apoyo administrativo	30	3
Trabajadores de los servicios y vendedores	82	9
Agricultores y trabajadores calificados	277	32
Oficiales, operarios y artesanos	33	4
Operadores de instalaciones y maquinaria	42	5
Ocupaciones elementales	256	29
Ocupaciones militares	1	0
no declarado	35	4
Trabajador nuevo	22	3
Total	875	100
NSA :	1890	

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.  
Elaborado por:( Autora de la investigación)

Gráfico 6 Grupo de Ocupación



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.  
Elaborado por:( Autora de la investigación)

**Análisis:** En lo referente a los grupos de ocupación tenemos: Agricultores y trabajadores calificados que representa al 32%, las ocupaciones elementales se encuentran en segundo lugar con el 29% y en tercer lugar están los trabajadores de los servicios y vendedores que representa el 9%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

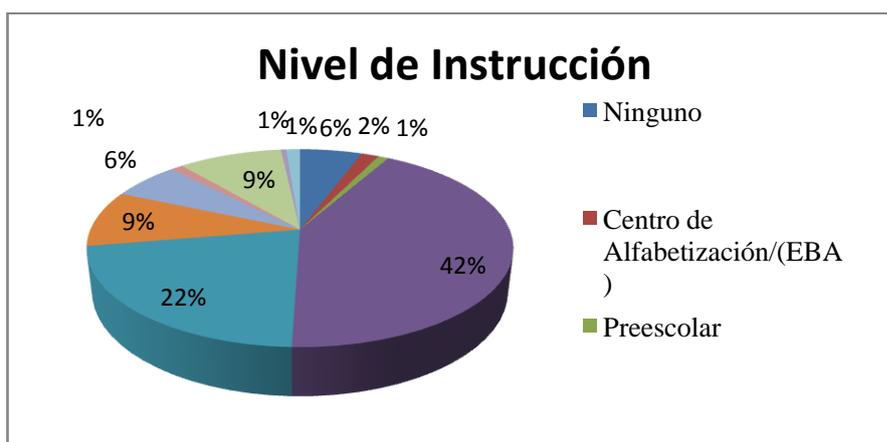
Tabla 12 Nivel de Instrucción Parroquia Balsapamba

**Nivel de instrucción parroquia Balsapamba**

Nivel de instrucción	Casos	%
Ninguno	144	6
Centro de Alfabetización/(EBA)	40	2
Preescolar	24	1
Primario	1079	42
Secundario	556	22
Educación Básica	236	9
Bachillerato - Educación Media	157	6
Ciclo Pos bachillerato	28	1
Superior	240	9
Postgrado	12	0
Se ignora	32	1
Total	2548	100
NSA :	217	

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.  
Elaborado por:( Autora de la investigación)

Gráfico 7 Nivel de Instrucción



Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda año 2010.  
Elaborado por:( Autora de la investigación)

**Análisis.** De acuerdo a datos obtenidos en el Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en el año 2010, el 42% de la población tiene un nivel de instrucción de Primaria, el 22% tiene un nivel de instrucción de Secundaria, el 11% tiene un nivel de Educación Básica, el 9% tiene instrucción superior, el 9% están en Bachillerato, el 6% no tiene ningún tipo de instrucción, el 6% ignora su instrucción, el 1% restante se encuentra en el Ciclo de Post Bachillerato, Centro de Alfabetización y Post grado.

### 2.1.5 Alojamiento y Alimentación

Balsapamba cuenta con 5 establecimientos que dan el servicio de hospedaje los 365 días año y son:

- Hotel Balsapamba, ubicado en la vía Flores junto a la Iglesia, en el centro de la parroquia, cuenta con 10 habitaciones con una capacidad de 25 personas, brinda servicio de hospedaje, baño privado equipado con agua caliente, televisión por cable y garaje
- Hostal La Colombianita, ubicado en la vía a Guaranda – recinto Uchupamba, cuenta con 12 habitaciones, con una capacidad de 20 personas, brinda servicio de hospedaje, baño privado equipado con agua caliente, televisión por cable, WIFI y garaje privado
- Hostal rancho Zierra Morena, ubicado vía Angas, cuenta con 17 habitaciones con una capacidad de 32 personas, brinda servicio de hospedaje, baño privado, televisión por cable y WIFI, además cuenta con un centro de eventos, karaoke y garaje privado.
- Hostal Getsemaní ubicado en la vía flores, cuenta con 40 habitaciones, con capacidad de 100 personas, brinda servicio de hospedaje, alimentación, salón de usos múltiples, piscina, accesos al río cristal, paseos en chiva, visita al parque acuático, snack bar, WIFI y garaje privado.
- Hostal camino real, ubicado en la vía Angas, cuenta con 15 habitaciones, capacidad para 30 personas, brinda servicio de hospedaje y alimentación, baños privados equipados con agua caliente, también cuenta con un salón de usos múltiples, WIFI y garaje privado.
- Restaurante Patricia con capacidad de 40 personas, hostería Getsemaní con capacidad de 100 personas, Picantería Rio El Cristal con capacidad de 40 personas, restaurante María José con capacidad a 50 personas. restaurante La Choza con capacidad 40 personas, restaurante el Gato con una capacidad de 40 personas.
-

## 2.2 Estudio de Atractivos turísticos de Balsapamba

Balsapamba cuenta con muchos atractivos turísticos naturales y creados como podemos identificar en el cuadro adjunto.

Tabla 13 Atractivos turísticos

Atractivos Turísticos De Balsapamba	
Categoría	Tipo
Sitios Naturales	Bosque Húmedo tropical
	Rio Cristal
	Cascada Milagrosa
	Cascada de Angas
	Cascada La posa Azul
	Cascada Mariposa Azul
	Cascada de Copalillo
	Cascada Manto de la Virgen
	Cascada Camino Al Cielo
	Cascada el Pailón
Culturales/arqueológicos	Museo Bastión Andino
Recreativos	Balneario La Chorrera
	Balneario Cascada Milagrosa
	Parque Acuático Josefina Barba
	Cabañas del Cristal
	Balneario las Balsas

*Fuente: Investigación Propia*

**2.3.1 Posicionamiento.** Para determinar posicionamiento que se tendrá en la elaboración de la Ruta Turística de las 8 cascadas, se realizó una investigación de campo, y así conocer el tipo de turistas que visita a Balsapamba y saber si están dispuestos a aventurarse en la Ruta propuesta. Se aplicó 71 encuestas de acuerdo al análisis estadístico aplicado.

**Definición de Elementos.** Una muestra ahorra dinero, tiempo y el procesamiento de la información puede ser muy preciso. Los conceptos citados a continuación son merecedores de consideración al momento de seleccionar la muestra para el estudio;

Un elemento es la unidad o componente a cerca de la cual se solicita la información. En este estudio de mercado el elemento lo constituye cada uno de los individuos encuestados; Una población o universo es el conjunto de todos los elementos definidos antes de la selección de la muestra; la unidad de muestreo es el elemento o los elementos disponibles para su selección en alguna etapa del proceso de muestreo, En este estudio, por tratarse de un muestreo de una sola etapa la unidad de muestreo lo constituye el mismo elemento de muestreo; Un marco muestral lo constituye la lista de todas las unidades de muestreo disponibles para su selección en una etapa del proceso; Población en estudio es el conjunto de elementos de los cuales se toma la muestra.

En este estudio lo constituyen todas las personas entre 18 y 75 años de edad que hacen turismo en la parroquia. La población para este estudio es finita y está definida en los siguientes términos:

- **Elemento:** turistas entre 18 y 75 años.
- **Unidad** de muestreo: Población 2765 personas
- **Alcance:** Parroquia de Balsapamba
- **Tiempo:** sábados y domingos.

Se entiende por población a: “Conjunto definido, limitado y accesible del universo que forma el referente para la elección de la muestra. Es el grupo al que se intenta generalizar los resultados”. (Malhotra, Investigación de Mercados, 2008), Actualmente se prefiere hablar de unidad de observación o elemento para referirse al objeto sobre el cual se realiza una medición En los estudios con poblaciones humanas, con frecuencia ocurre que la unidad de observación son los individuos. La población objetivo o elemento de nuestro estudio se encuentra en la parroquia de Balsapamba, cantón San Miguel, Provincia de Bolívar, De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC se puede determinar que nuestro universo es de 2.765 individuos.

Existen dos tipos de muestreo que son utilizados en la investigación.

- Muestreo Probabilístico. Todos los elementos de la población tienen la oportunidad de ser escogidos para la muestra. Es el más adecuado ya que sus

procedimientos son más científicos debido a que se basan en la ley de los grandes números y el cálculo de las probabilidades.(Malhotra, Investigación de Mercados, 2008)

- Muestreo no Probabilístico.No permite generalizar sus resultados a toda la población; no obstante, es muy útil para estudios exploratorios y de corte cualitativo. La elección del procedimiento depende fundamentalmente de los objetivos del problema.(Malhotra, Investigación de Mercados, 2008)
- 

#### **Fórmula de cálculo:**

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

En donde:

- **n** = Tamaño de la muestra.
- **N**= Tamaño de la población de la cual se va a obtener la muestra en este caso este valor está dado por la segmentación del mercado y es igual a 2765 personas.
- **Z** = Nivel de confianza 1.962(ya que la confianza es del 95%)
- **p** = Probabilidad de éxito o proporción esperada
- **e** = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) será 5%
- **N**= 2765 Población de la Parroquia de Balsapamba
- **p**= 0.05 (5% mayor variabilidad posible)
- **q** = 0.95 (95% nivel de seguridad)

#### **Reemplazando la fórmula especificada, se obtiene:**

$$n = \frac{(1.96)^2 * 2765 * (0.95) * (0.05)}{(0.05)^2 * (2765) + (1.96)^2 * (0.95) * (0.05)}$$

$$n = 71.11$$

n = 71 encuestas a realizar

Por lo tanto se aplicaran 71 encuestas a los turistas que visitan Balsapamba

La información se obtuvo de datos tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias. Mencionando como información secundaria obtenida de revistas, folletos, publicaciones en diarios, Internet, entre otras. Mientras que de la información primarias se recogió la información de los posibles consumidores del producto, a través de encuestas, entrevistas, observaciones de campo.

El procesamiento de la información, incluye la edición, codificación, transcripción y verificación. Cada cuestionario se revisa, se edita y si es necesario, se corrige. Se asignan códigos a las preguntas que pueden ser números o letras para representar cada pregunta. La verificación ayuda a que la transcripción sea correcta y exacta, mientras que su análisis da mayor validación a la información recopilada.

Para el caso del estudio planteado el procesamiento de la información se lo realizo con el programa de computación Excel, en el que se registraron los datos, se tabuló la información obtenida de las encuestas y se llevó a cabo los gráficos de los resultados para su correspondiente interpretación. Para llevar a cabo el análisis de resultados, se tomó en cuenta cada una de las preguntas llevadas a cabo en las encuestas que se llevaron a cabo los días sábado y domingo por la afluencia de visitantes a los balnearios.

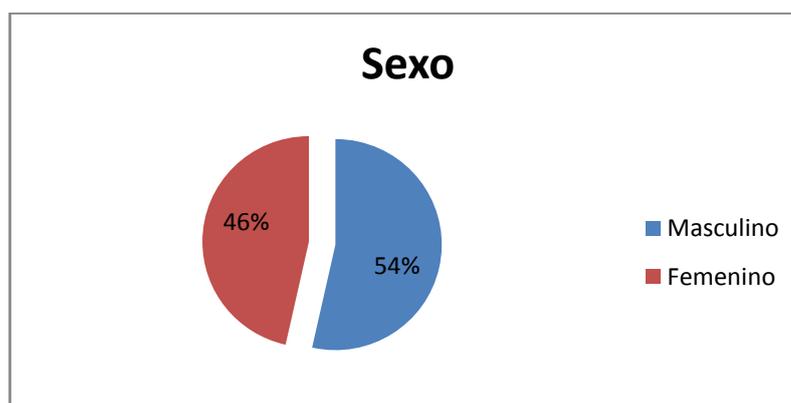
### 2.3.2 Análisis de Resultados

Tabla 14 Pregunta; sexo

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	38	53,52
Femenino	33	46,48
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 8 Pregunta; sexo



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

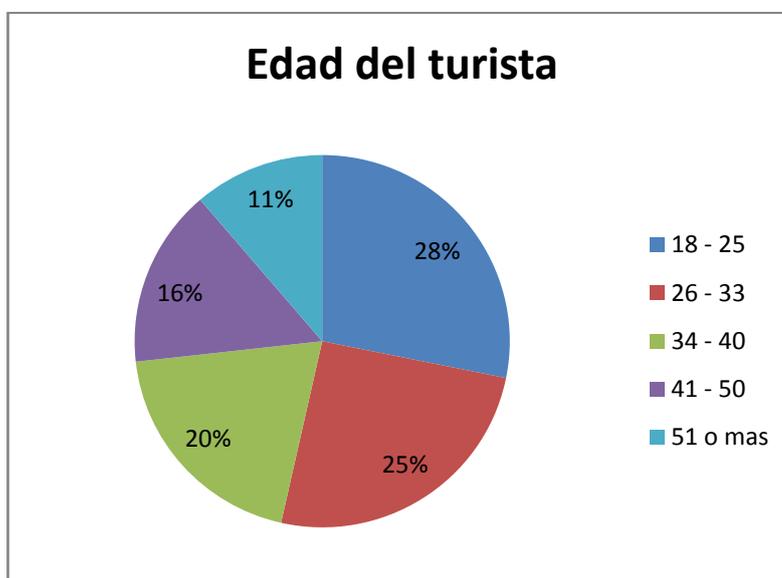
**Análisis:** De los resultados obtenidos el 54% de los turistas corresponden al sexo Masculino, mientras con el 46% corresponde al sexo femenino, este resultado representa que, existe una preferencia equitativa tanto en hombres como mujeres al momento de elegir un destino turístico.

Tabla 15 Edad del Turista

Edad	Frecuencia	Porcentaje
<b>18 - 25</b>	20	28,17
<b>26 - 33</b>	18	25,35
<b>34 - 40</b>	14	19,72
<b>41 - 50</b>	11	15,49
<b>51 o mas</b>	8	11,27
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,00</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 9 Edad del Turista



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

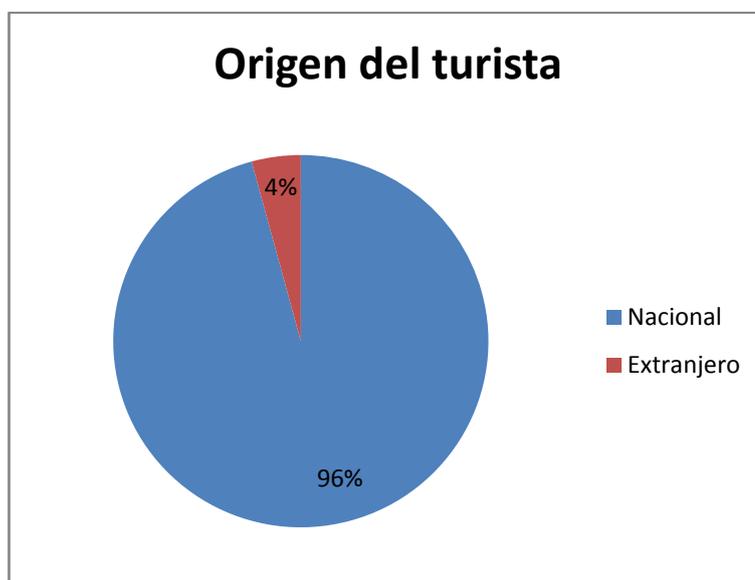
Análisis: De los resultados obtenidos, el 28% corresponde a turistas en una edad entre 18 y 25 años, el 25% corresponde a turistas en una edad entre 26 a 33 años, el 20% corresponde a turistas en una edad entre 34 a 40 años, el 16% corresponde a turistas en una edad entre 41 y 50 años, y el 11% restante corresponde a turistas en una edad entre 51 años a más. En conclusión se determinó que a la Parroquia de Balsapamba en el Cantón San Miguel, de la Provincia de Bolívar, llegan principalmente turistas con edades entre 18 y 33 años, siendo el principal segmento del grupo los turistas con edades entre 18 a 25 años.

Tabla 16 Origen del Turista

Origen	Frecuencia	Porcentaje
<b>Nacional</b>	68	95,77
<b>Extranjero</b>	3	4,23
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 10 Origen del Turista



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

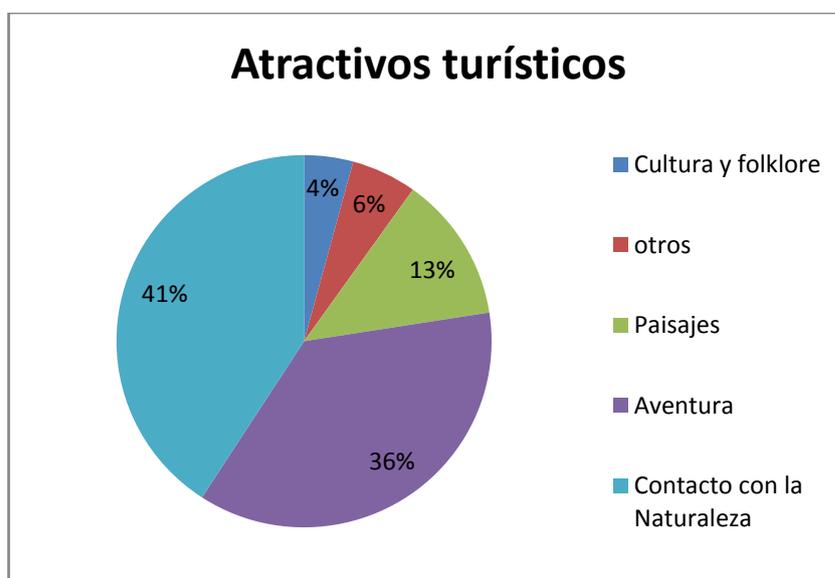
Análisis: De los resultados obtenidos, el 96% de turistas que visitan la Parroquia de Balsapamba en el Cantón San Miguel, de la Provincia de Bolívar, son turistas Nacionales, mientras que el solo el 4% corresponde a Turistas Extranjeros. En conclusión, los turistas nacionales constituyen la principal fuente de afluencia turística en destinos turísticos, lo cual representa que los atractivos de Ecuador, son apreciados por los habitantes del mismo.

Tabla 17 Tipos de atractivos turísticos

Atractivos	Frecuencia	Porcentaje
Cultura y folklore	3	4,23
Otros	4	5,63
Paisajes	9	12,68
Aventura	26	36,62
Contacto con la Naturaleza	29	40,85
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,00</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 11 Tipos de atractivos turísticos



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Análisis: De los resultados obtenidos, dentro de los aspectos influyentes para visitar la Parroquia de Balsapamba, el principal atractivo para los turistas es el Contacto con la Naturaleza con un 41%, en segundo lugar está la Aventura con un 36%, el 13% corresponde al paisaje, el 6 % les gusta la Cultura y Folklor, por último el 4% corresponde a Otros como los atractivos medicinales y familiares. En conclusión; la mayor parte de los turistas que visitan la Parroquia, la eligen como destino turístico por el Contacto con la Naturaleza y la Aventura, lo que representa un segmento atractivo de mercado para el presente proyecto.

Tabla 18 Aspectos a tomar al escoger un destino turístico.

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
Precio	25	35,21
Distancia	19	26,76
Accesibilidad	17	23,94
Transporte	10	14,08
Total	71	100,00

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 12 Aspectos a tomar al escoger un destino turístico.



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Análisis: De los resultados obtenidos el 35% de los turistas toman en cuenta el precio como un aspecto importante al momento de elegir un destino turístico, en segundo lugar corresponde a la distancia con el 27% lo que significa que los turistas al momento de realizar turismo no tiene mucho significado la distancia al momento de viajar, en tercer lugar se encuentra la accesibilidad con el 25%, porcentaje que se asemeja al de transporte con el 14%. En Conclusión; los turistas al decidirse a realizar turismo, tendrán en cuenta el precio, por este motivo es necesario ofrecer precios atractivos a los turistas que visitan esta zona.

Tabla 19 Cuantos días usted dedica a hacer turismo?

Días a la semana	Frecuencia	Porcentaje
<b>1 día a la semana</b>	20	28,17
<b>2 días a la semana</b>	13	18,31
<b>3 días a la semana</b>	9	12,68
<b>solo fin de semanas</b>	29	40,85
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,00</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 13 Cuantos días usted dedica a hacer turismo?



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

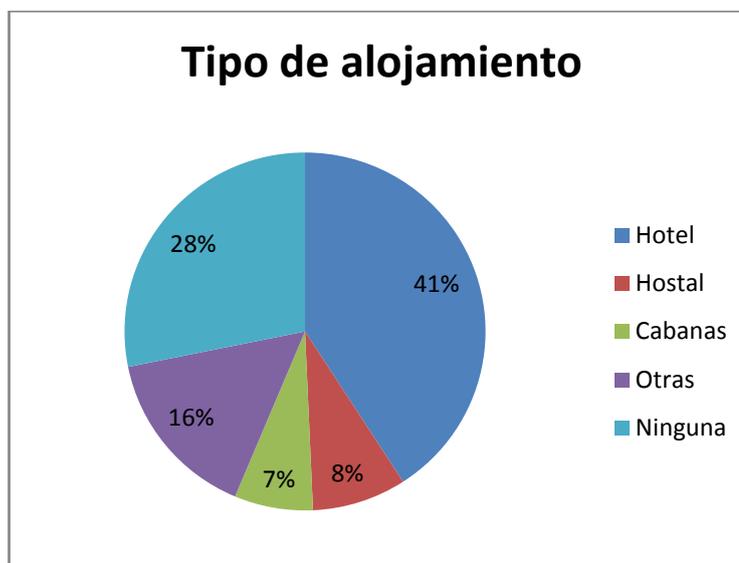
**Análisis:** De los resultados obtenidos el 41% de los turistas que visitan a la Parroquia de Balsapamba, cantón San Miguel, provincia de Bolívar, destinan los fines de semana para hacer turismo, el 28 % lo hacen 1 día a la semana, mientras el 18% y el 13 %, lo hacen en días diferentes a los fines de semana entre 2 y 3 días, lo que significa que los días de mayor demanda de turistas son los fines de semana.

Tabla 20 ¿Qué tipo alojamiento prefiere?

Tipo de Alojamiento	Frecuencia	Porcentaje
<b>Hotel</b>	29	40,85
<b>Hostal</b>	6	8,45
<b>Cabañas</b>	5	7,04
<b>Otras</b>	11	15,49
<b>Ninguna</b>	20	28,17
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,00</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 14 ¿Qué tipo alojamiento prefiere?



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

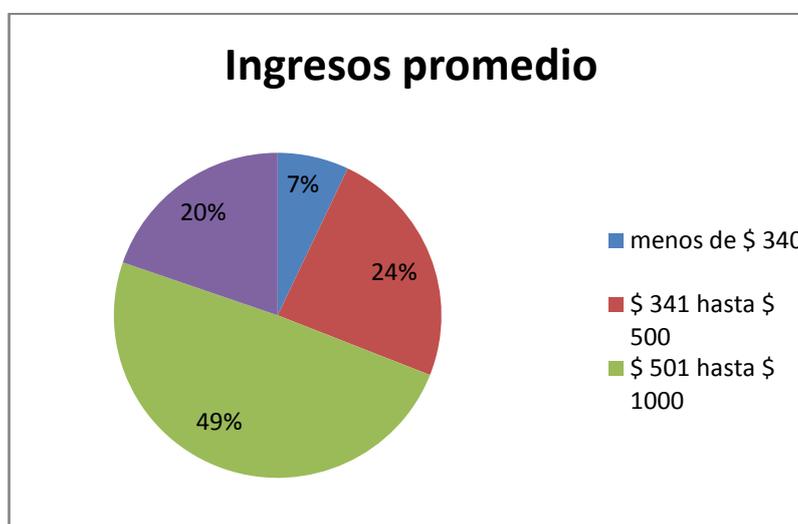
**Análisis:** De los resultados obtenidos, el 41% de turistas encuestados utilizan los hoteles al momento de elegir el alojamiento, el 28% de turistas no utilizan alojamiento lo que nos indica que se retiran a sus lugares de origen, el 16% por el contrario son otras localidades, como donde familiares y amigos, el 8% prefieren los hostales y por último el 7% prefiere alojarse en cabañas. En Conclusión, cuando los turistas escogen un lugar para alojarse en sus viajes, la mayoría se inclina por, los hoteles, caso contrario retornan a sus destinos de origen.

Tabla 21 Cuáles son sus ingresos promedio?

Ingresos Promedios	Frecuencia	Porcentaje
<b>menos de \$ 340</b>	5	7,04
<b>\$ 341 hasta \$ 500</b>	17	23,94
<b>\$ 501 hasta \$ 1000</b>	35	49,30
<b>más de \$ 1000</b>	14	19,72
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100,00</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 15 Cuáles son sus ingresos promedio.



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

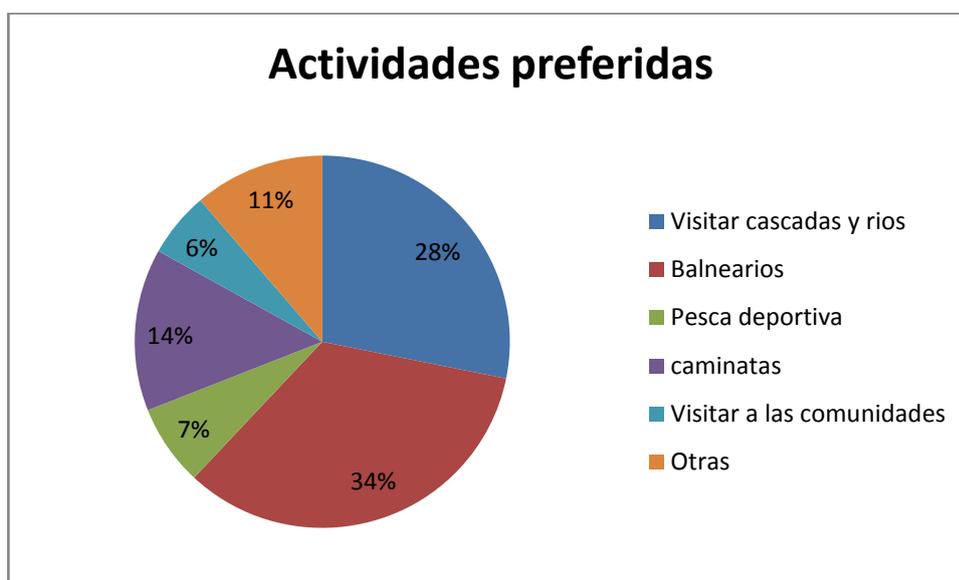
**Análisis:** De los resultados obtenidos se pudo observar que el 49% de turistas tienen un ingreso promedio entre \$ 501 - \$ 1.000, el 24 % de turistas presentan un ingreso promedio de más de \$ 341 hasta \$ 500, un 20% presenta ingresos mayores a \$ 1.000 y por último el 7% de turistas presenta un ingreso menor al salario mínimo vital de \$ 340. En Conclusión; Los turistas potenciales tienen los suficientes recursos económicos para adquirir un paquete turístico a cualquier destino.

Tabla 22 Actividades preferidas al hacer turismo

Actividades Preferidas	Frecuencia	Porcentaje
Visitar cascadas y ríos	20	28,17
Balnearios	24	33,80
Pesca deportiva	5	7,04
caminatas	10	14,08
Visitar a las comunidades	4	5,63
Otras	8	11,27
Total	71	100,00

Elaborado por: (Autora de la investigación)

Gráfico 16 Actividades preferidas al hacer turismo



Elaborado por: (Autora de la investigación)

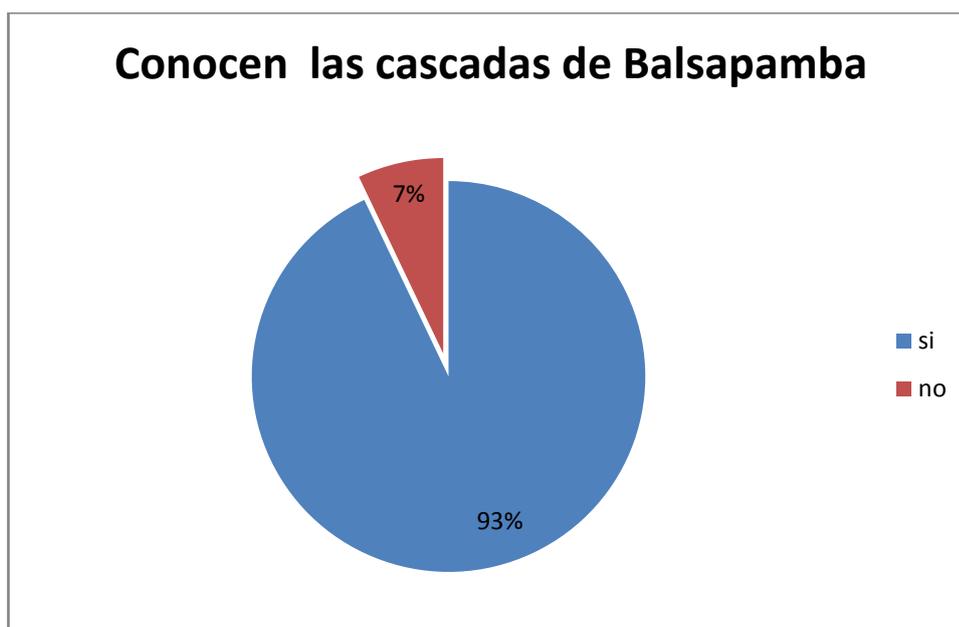
**Análisis:** De los resultados obtenidos se pudo observar que el 34% de los turistas prefieren visitar los diferentes balnearios que existen en la zona, el 28% se inclina por las visitas de cascadas y ríos, el 14% se inclina por las caminatas, el 11% prefieren otras actividades como es el ciclismo por la ruta de libertador, y visita de familiares y amigos, un 7% prefieren la pesca deportiva y por último un 6% prefiere la visita a las comunidades. En Conclusión; podemos decir que los turistas tienen gran preferencia por las actividades que hay en los balnearios y los atractivos de la naturaleza.

Tabla 23 Conoce las cascadas de Balsapamba.

Conoce las cascadas de Balsapamba	Frecuencia	Porcentaje
<b>si</b>	66	92,96
<b>no</b>	5	7,04
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 17 Conoce las cascadas de Balsapamba.



*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

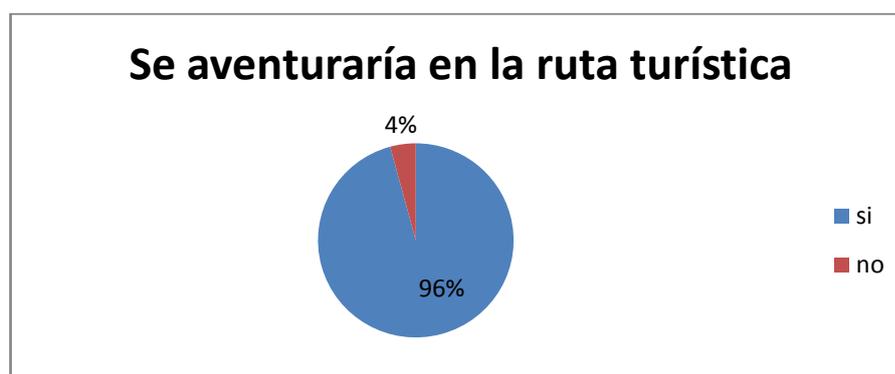
**Análisis:** De los resultados obtenidos se pudo observar que el 93% de los turistas saben que existen las cascadas de Balsapamba y un 7% no tienen conocimiento de las mismas, pero del 93% un 89% conocen de 1 a 3 cascadas, y solo el 11% conoce más de 4. Por lo tanto se puede concluir que existe poca información con respecto a la difusión de las cascadas de la parroquia.

Tabla 24 Se aventuraría a la ruta turística.

Se aventuran a la ruta turística	frecuencia	porcentaje
<b>si</b>	68	95,77
<b>no</b>	3	4,23
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 18 Se aventuraría a la ruta turística.

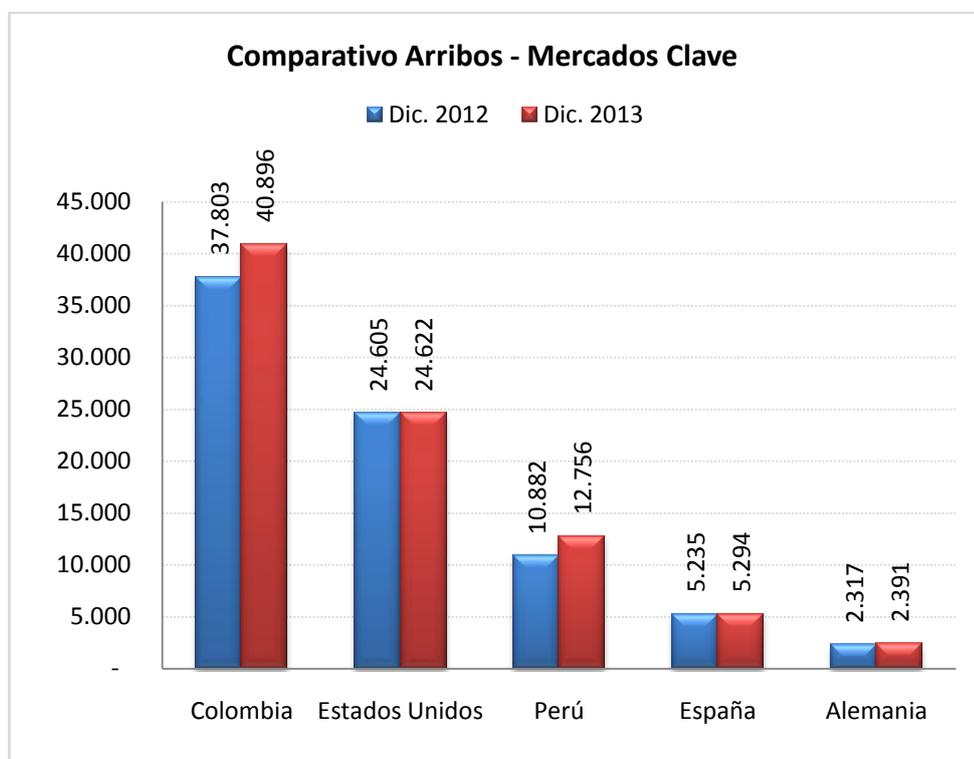


*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

**Análisis:** De los resultados obtenidos, se observa que un 96% de turistas encuestados estarían dispuestos a conocer la Ruta Turística de las cascadas de la parroquia de Balsapamba, mientras que el 4% de turistas no estarían dispuestos a conocerla. En Conclusión, la Ruta Turística tendrá gran aceptación ya que cuenta con un segmento de mercado atractivo y con la aceptación de quererla conocer.

2.3.3 *Demanda*. Turismo receptivo: Durante el mes de diciembre de 2013 se registra un total de 85.959 arribos por parte de los países que conforman el mercado clave, que comparado con los arribos contabilizados en el mes de diciembre de 2012, significa un crecimiento del 6,3%, que en términos absolutos representa un aumento de 5.117 arribos. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva del mercado colombiano, al pasar de 37.803 entradas que se hace constar en diciembre de 2012 a 40.896 en diciembre de 2013, es decir, existe un incremento del 8,18%. Los arribos desde los mercados clave representan un 63% del total de arribos registrados en el mes de diciembre de 2013.

Gráfico 19 Arribos- Mercados



Fuente: Ministerio de Turismo  
Elaborado por: (Autora de la investigación)

En el caso de Ecuador, el número de llegadas de extranjeros en el 2013 ascendió a 1.366.269 con que la tasa de crecimiento con respecto al 2012 fue del 7.42%, superior al promedio quinquenio 2006 – 2010 que correspondió al 5.6%.

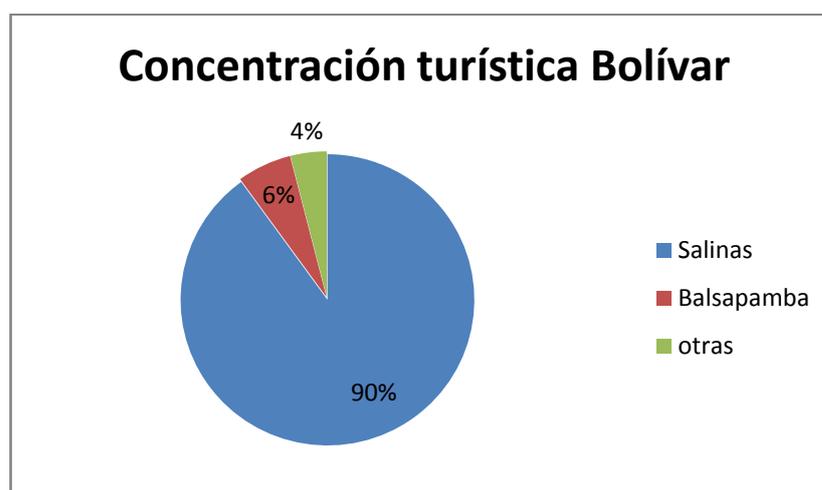
Tabla 25 Arribos de turistas extranjeros años 2012 - 2013

MES	2012	2013
ENE	127.116	130.842
FEB	99.521	103.768
MAR	96.948	113.361
ABR	92.627	89.669
MAY	92.644	98.420
JUN	118.292	121.742
JUL	130.779	138.140
AGO	106.375	112.576
SEP	85.990	97.372
OCT	99.145	111.519
NOV	99.674	112.061
DIC	122.790	136.799
	<b>1.271.901</b>	<b>1.366.269</b>

Fuente: Ministerio de Turismo

De acuerdo a los datos proporcionados por el Concejo Provincial de Bolívar, la concentración de Turistas en esta provincial es de 1,06 % del 100% a nivel nacional. De donde el 90% está centrado en Salinas de Guaranda, el 6% en la parroquia de Balsapamba, el 4% a otros cantones.

Gráfico 20 Concentración Turística Provincia de Bolívar



Fuente: Consejo Provincial de Bolívar  
Elaborado por: (Autora de la investigación)

2.3.4 *Análisis de la Oferta.* La oferta es la cantidad de productos o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de

tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos; clientes potenciales, de acuerdo a la investigación de campo se determinó que todos los turistas que toman la ruta Guaranda – Babahoyo - Guayaquil, por lo que los clientes potenciales del presente proyecto lo constituyen todos los turistas y visitantes que llegan hacia estos atractivos, o están de paso por el sector, para fidelizar a estos clientes potenciales con el proyecto es necesario ofrecer una propuesta clara sobre los servicios que ofrece la ruta. Se determinó también que los turistas y visitantes que llegan a la zona.

De acuerdo al estudio realizado en la zona no existe ningún competidor directo que preste este tipo de servicios de ruta turística, sin embargo nuestro aliado estratégico es el parque acuático Josefina Barba, los cuales tienen un promedio anual de visitas de 100.000 personas, entre adultos, discapacitados y niños. Y los competidores indirectos están situados en la parroquia de Salinas de Guaranda que cuenta con varios atractivos turísticos entre ellos la majestuosidad de los farallones rocosos, la cascada de Chazojuan, que se abre paso entre estos gigantes de piedra, un atractivo especial, por razones de orden ecológico y turístico, es la introducción de camélidos, la zona cuenta con fauna endémica como el tigrillo y algunas aves.

Tabla 26 Competidores

Competidor	Ubicación	Tipo	Tarifa Usd
Balneario Cascada Milagrosa	Balsapamba	balneario	3
Club Hostería Rio Cristal	Balsapamba	balneario	3
Centro turístico La Perla	Balsapamba	balneario	3
Balneario Pisagua	Balsapamba	balneario	4
Parque acuático	Balsapamba	balneario	4

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

De acuerdo a las estadísticas del parque acuático, se tiene un ingreso aproximado de 10,000 personas mensuales, para los paquetes turísticos de las Cascadas se proyectó una oferta del 8% del total de ingresos al parque acuático. Y de acuerdo a miembros del GAD de Balsapamba, existe un incremento de visitantes

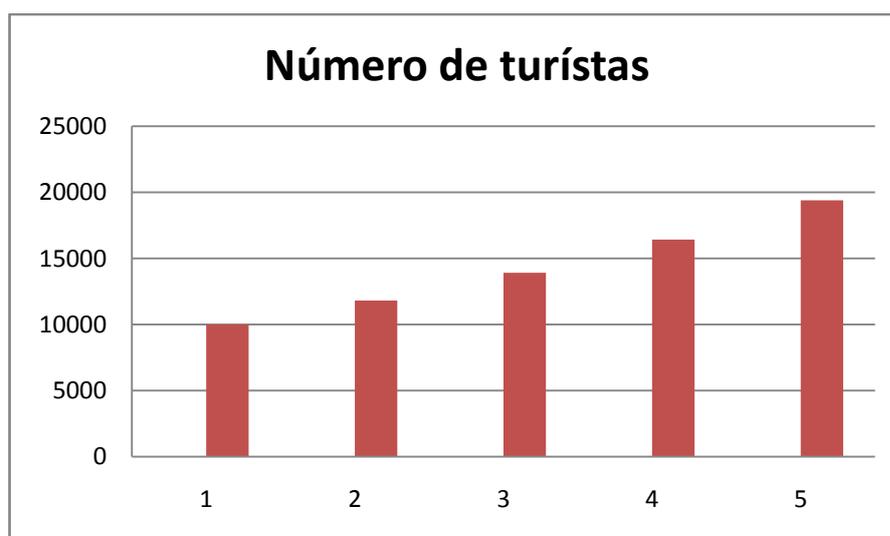
en 10% anual. Por lo que para los siguientes años, se proyectara un incremento del 18%.

Tabla 27 Oferta Estimada

Años	Número de turistas
1	10000
2	11800
3	13924
4	16430
5	19388

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Gráfico 21 Número de turistas



*Fuente: Parque Acuático Josefina Barba  
Elaborado por: (Autora de la investigación)*

### 2.3 FODA del sector turístico en Bolívar con enfoque de Balsapamba

Tabla 28 Análisis FODA, ruta turística de las cascadas.

<b>Análisis FODA</b>			
<b>Internas</b>		<b>Externas</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Lugar con atractivos turísticos</b>	Falta de difusión de los atractivos turísticos de la zona	Incremento del 5% anual de visitantes en Balsapamba	Destrucción del hábitat natural de varias especies de flora y fauna
<b>GAD de Bolívar interesados en fomentar el turismo en Balsapamba</b>	Falta de infraestructura hotelera y de alimentación	Gestión y capacitación por parte del GAD de Bolívar en beneficio del turismo en la zona	Que las personas prefieran permanecer más tiempo en los diferentes balnearios de la zona
<b>Vías de primer orden en excelente estado</b>	Falta de señalética para llegar a las rutas turísticas	Incrementar el turismo en la zona y así mantenerse	La posible creación de otras empresas que promuevan el mismo tipo de servicios
<b>La parroquia posee un ambiente tranquilo y seguro tanto para la población local, como para turistas y visitantes</b>	Sin senderos y guía turísticos	Ecuador con reconocimientos internacionales, en el sector turístico	Mayor promoción de los distintos atractivos como destinos de aventura fuera de la ruta
<b>Presupuesto aprobado por parte del estado para invertir en distintos proyectos turísticos</b>		Campaña de publicidad que tiene el ministerio de turismo para promocionar el Ecuador nacional e internacional	

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Tabla 29 Análisis FODA estrategias

<b>F.O. 1</b>	Promocionar la ruta turística de las cascadas de Balsapamba a través de medios locales y nacionales para aprovechar la afluencia de turistas potenciales que existen en la zona y a sus alrededores.
<b>F.O. 2</b>	Incentivar a la comunidad para que participen activamente en el desarrollo de la ruta turística, mediante la aplicación de conocimientos adquiridos por medio de las capacitaciones a ellos impartidas.
<b>F.O. 3</b>	Utilizar la ruta turística con una fuente generadora de ingresos y empleo para los habitantes y sus alrededores.
<b>F.O. 4</b>	Promover el uso de la ruta turística como un destino seguro al cual se puede acceder con comodidad y con la confianza de disfrutar la naturaleza sin peligro durante todo el tiempo de su estadía
<b>D.A.1</b>	Capacitar a la comunidad para la realización de un turismo responsable y comprometido con la conservación de flora y fauna.
<b>D.A.2</b>	Incentivar a la participación de las comunidades para mejorar las vías de acceso por las cuales no se puede acceder a los diferentes atractivos turísticos en vehículos motorizados.
<b>D.A.3</b>	Incrementar la señalización en las vías para mejorar el acceso hacia la zona
<b>D.A.4</b>	Capacitar a la Comunidad sobre cómo aplicar adecuadamente una publicidad eficaz mediante una promoción económica mediante la participación de la Comunidad en los Eventos que generalmente se realizan anualmente en el Cantón.
<b>F.A.1</b>	Potencializar a la Ruta turística, aprovechando la ventaja competitiva del parque acuático ya que es un atractivo clave para el ingreso de turistas en la parroquia.
<b>F.A.2</b>	Impulsar el Proyecto de la Ruta Turística como una alternativa de turismo organizado y con el compromiso de cada uno de sus miembros en la calidad del servicio ofrecido.
<b>F.A.3</b>	Aprovechar la existencia de una oferta variada de servicios y precios accesibles.
<b>F.A.4</b>	Priorizar la seguridad y tranquilidad que existe en la zona al momento de promocionar la Ruta de las cascadas como una destino turístico.
<b>D.O.1</b>	Incentivar a los comuneros a no limitarse únicamente en los atractivos que se encuentran dentro de la Ruta Turística para que de esta manera dar a conocer los diferentes puntos turísticos cercanos a la zona.

Continúa tabla...

<b>D.O.2</b>	Aprovechar la gestión realizada por el Municipio Descentralizado del Cantón Mejía a favor del Turismo comunitario para el desarrollo de las mismas.
<b>D.O.3</b>	Incentivar a la unión de las diversas comunidades cercanas a la zona para de esta manera promover el mejoramiento de la señalización vial en el que se beneficiaran todos.
<b>D.O.4</b>	Aplicar la publicidad de la zona destacando el concepto de turismo comunitario con calidez y seguridad para de esta manera generar mayor aceptación por parte de los turistas potenciales.

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

## CAPÍTULO III

### DISEÑO DE LA RUTA TURÍSTICA

La Planificación de un Proyecto conlleva la realización de una serie de actividades para su desarrollo. La distribución en el tiempo de dichas actividades y la consideración de los recursos necesarios son las funciones a desarrollar en la planificación de proyectos. El objetivo de la planificación de proyectos es obtener una distribución de las actividades en el tiempo y una utilización de los recursos que minimice el coste del proyecto cumpliendo con los condicionantes exigidos de: plazo de ejecución, tecnología a utilizar, recursos disponibles, nivel máximo de ocupación de dichos recursos. Por tanto la planificación de proyectos es una programación de actividades y una gestión de recursos para obtener un objetivo de coste cumpliendo con los condicionantes exigidos por nuestro cliente. (Fernandez, 2014).

Ruta turística es el camino que se sigue para llegar a un destino, tiene como objetivo: admirar, rememorar, disfrutar de zonas históricas y tradicionales, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo, deseosos de admirar y aprender de nuestras tradiciones, valores culturales y patrimonios culturales. En la actualidad y frente a la proliferación de una nueva oferta turística local que pretende mostrar el patrimonio natural y cultural (atractivos, actividades, costumbres, tradiciones, entre otros. de las comunidades rurales, ese concepto ha evolucionado, como respuesta a la necesidad de organizar y estructurar productos afines y complementarios, adquiriendo una connotación más temática y particular. La ruta turística se define como un recorrido temático propio de una área geográfica que permite atraer a visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, y así dar a conocer a belleza que esta encierra, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Representa el producto básico del turismo rural estructurado y constituye una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos propios del área, susceptible de ser comercializada en forma

integrada o parcialmente. Se debe calificar más bien como un macro producto que posee características específicas que lo diferencian de otros productos turísticos tradicionales: Responde a una imagen motivadora atractiva, particular y predeterminada. Se circunscribe a un espacio geográfico definido. Posee una extensión espacio - temporal posible de recorrer en plazos razonables, con tiempos mínimos y máximos establecidos. Debe ser factible de visitar parcialmente o de integrarse a recorridos propios de otros ámbitos territoriales. Debe contener e integrar diferentes productos y servicios.

Tiene una gestión unitaria, pero incorpora a distintos agentes intermediarios, operadores y prestadores de servicios turísticos, privilegiando la participación de los miembros de la comunidad local. La elaboración de este macro producto debe ser capaz de generar una demanda en el mercado y de su solidez y coherencia, así como de la capacidad de atracción de sus productos y de la calidad de sus servicios, dependerá no sólo el éxito de la Ruta y su permanencia en el tiempo, sino también su sustentabilidad. La determinación de una imagen propia puede responder a diferentes motivaciones (histórica, geográfica, gastronómica, arquitectónica, cultural, étnica, entre otros), pero en lo posible debe ser única, novedosa, motivadora y consistente, de modo que por sí misma represente una invitación para realizar el viaje y descubrir las características y particularidades de su oferta. (Garaicoa, 2001)

La ruta será exitosa en el mercado, su diseño debe ser atractivo y coherente, manteniendo la unidad y complementariedad entre sus componentes y la imagen adoptada, pero ofreciendo al mismo tiempo diversidad que genere sinergias, revalorizando cada uno de los productos que la integran, propiciando y justificando la visita a todos ellos. Una de las más evidentes ventajas que ofrece la integración de productos en una Ruta o circuito turístico, es que el conjunto de ellos tiene mayor capacidad de atracción que la mayoría de sus integrantes por separado, justificando desplazamientos, permanencias y gastos que no los provocarían.

Toda Ruta debe circunscribirse a un espacio geográfico determinado, a una unidad cultural o una comunidad reconocible, estableciendo recorridos e itinerarios que se extiendan por distancias y tiempos razonables, que no abarquen más de quince hitos o alternativas a visitar, en un plazo máximo de dos a tres días. Más allá de esas

magnitudes, la Ruta debiera dividirse en tramos o sub circuitos. El objetivo de una Ruta es favorecer la movilidad de los turistas, de modo que se desplacen de un lugar a otro, a lo largo de ella y según un itinerario establecido. En consecuencia sus componentes (atractivos, servicios, instalaciones, eventos) no deben ser autosuficientes sino complementarios, para aprovechar las sinergias que se producen. Una Ruta debe necesariamente ofrecer e integrar al menos atractivos, actividades, alojamiento, alimentación, entretenimientos e información, y eventualmente guías y transporte local. La conformación de una Ruta debe responder a los intereses de los diversos actores de la actividad turística, pero principalmente de su mercado objetivo (los turistas), de los agentes operadores y prestadores de servicios turísticos y de la comunidad local. Éstos deben establecer modalidades de asociación para determinar las formas de gestión y coordinación que permitan la consolidación, comercialización y operación de la oferta local y la Ruta constituye sólo el soporte para esa oferta. El Éxito y el dinamismo de una Ruta no depende solamente de la iniciativa y capacidad de gestión de la persona a cargo de la organización, sino también del compromiso, dedicación y espíritu de solidaridad de sus asociados, de la calidad de las actividades, instalaciones y servicios proporcionado y de los sistemas de control de calidad y evaluación de resultados que se adopten. (DTS Consultores, 2007, pp. 1 -2)

En la ruta de las cascadas de la parroquia rural de Balsapamba, sea necesaria la participación de entidades como el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Balsapamba, El Consejo Provincial de la provincia de Bolívar, y como eje primordial los habitantes de la parroquia de Balsapamba que otorgaran servicios e infraestructura para las visitas de los turistas.

Elementos de la ruta. La ruta turística de Balsapamba contara con los siguientes elementos, necesarios para su óptimo desarrollo.

- Actividades con características propias de la parroquia y de sus alrededores.
- Itinerario basado en la Viabilidad de la ruta.
- Organización Local que brinde información acerca de los lugares a visitar.
- Señalética necesario para la identificación de las rutas.
- Mapa informativo y explicativo.

- Trípticos.

### **3.1 Atractivos de la ruta turística**

3.1.1 Cascada Mariposa Azul. Vertiente que se desprende del Río La Chorrera, queda ubicado a 300 m. al margen izquierdo de Balsapamba, dentro de la zona Urbana de la misma, a solo 20 minutos de caminata desde el parque central, se pueden observar diferentes tipos flora y se debe su nombre a la presencia de mariposas azules que viven en esa zona. (Gobierno Autonomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar)

3.1.2 *Cascada La Chorrera*. El salto está formado por la quebrada Chorrera, la cual se une al río Cristal que es la principal fuente del sector. Su altura de 15 metros y donde se forma el salto tiene un área de 500 metros cuadrados, a pesar que el cauce del agua es de tres metros de largo.

3.1.3 *Cascada de Angas*. A 4 km, y a 30 minutos de Balsapamba, ingresando por el camino real o ruta del libertador, podemos encontrar el sendero que dirige a la Cascada de angas, donde después de bajar 110 escalones del camino principal, encontramos la cascada con el mismo nombre con un espectacular caída de agua con una altura de 15m. Es un lugar ideal para practicar deportes extremos.

3.1.4 *Comunidad copalillo*. Ubicado 4 km. de la carretera principal y a 1 hora de caminata, y a solo 15 minutos en vehículo, entrando por el sector de las planchas, en la Y tomamos el margen izquierdo llegamos a la comunidad de copalillo, donde podemos encontrar 2 cascadas que se originan de la unión de dos afluentes del río cristal como son el Río Muna y el Río Jorge, ubicadas estas, en una roca gigante, la primera tiene un salto de 2,5 metros y la segunda 3.5 respectivamente, siguiendo el río a unos 50 m. encontramos el tercer salto de agua de 2.5 m., además en lo alto de esta comunidad se encuentra el mirador con el mismo nombre desde donde podemos divisar a todo Balsapamba de una forma panorámica

*3.1.5 Comunidad El Cañotal.* A 4.5 km. de la vía principal de Balsapamba encontramos la comunidad el Cañotal, está ubicada al margen derecho entrando por el sector de las planchas, aquí podemos encontrar 3 cascadas la primera proveniente del río Santa Ana que viene desde las montañas de la parroquia Bilován, esta cascada tiene una altura aproximada de 50m, en unas de las propiedades cercanas a la cascadas encontramos los trapiches artesanales donde se extrae el jugo de caña, con el cual se elabora diversos productos como son: la miel, panela, muchines, llegando a la Escuela 8 de Agosto, a solo 5 minutos podemos encontrar el río Muñapamba con las cascadas, el Pailón y la Poza Azul, lugar de encanto, y recreación.

*3.1.6 Ruta del Libertador.* La provincia de Bolívar asume su nombre debido a que el libertador, pasó por estas tierras, la de los *Chimbo* ó *Chimbus*; la historia local recuerda en su memoria colectiva que Simón Bolívar y muchos otros de sus seguidores pasaron por estas tierras en varias ocasiones en afán de lograr la gesta libertaria. La “ruta de la bodegas” se le conocía en ese entonces al camino que venía desde Guayaquil pasando las antiguamente llamadas Las Bodegas de Babahoyo, Balsapamba, Bilován para ascender hacia el corregimiento de Chimbo, cerca Guaranda, desde donde posteriormente en ascensión se bordeaba el Chimborazo por la derecha por Gallo Rumi para salir a Riobamba, y por la izquierda para seguir hacia Ambato y Quito.

*3.1.7 El parque central de Balsapamba.* representa punto de salida para visitar los diferentes atractivos, cuenta con una extensión de 930 m<sup>2</sup>, actualmente remodelado, cuenta con un jardín que posee flores y plantas nativas, está ubicado en la calle 8 de noviembre, frente a la iglesia principal, al lado del salón comunitario de la parroquia y del edificio de la Junta Parroquial.

### ***3.2 Diseño de la Ruta***

Descripción de actividades primer día. El recorrido empieza en la oficina ubicada a un lado del parque central, en el edificio de la junta Parroquial planta baja, donde estarán concentradas las personas que van a visitar la ruta de las cascadas, y se procederá al embarque de las personas en los vehículos típicos de la zona como son las Chivas, estas tienen una capacidad máxima de 30 personas, nos dirigiremos a la comunidad de Copalillo hasta la propiedad de quien dará la bienvenida al grupo y el guía turístico dará la Charla de seguridad, y se entregaran los respectivos chalecos salvavidas, por el sendero a solo 10 minutos de caminata llegamos a las 2 cascadas de Copalillo, que se forman por la unión de los ríos Muna y Pamba, creando el rio Muñapamba.

Continuamos el recorrido al sector el Cañotal a 20 minutos desde el sector de Copalillo donde visitaremos la cascada poza azul, y pailón, el almuerzo está programado en la comunidad, desde ese punto a 15 minutos llegamos al trapiche, donde se encuentra el sendero para la cascada camino al cielo que se encuentra a 40 minutos de caminata, de regreso en el trapiche habrá una demostración de su utilización, culminada las visitas retornamos al parque central, para la charla de despedida.

Actividades a realizar en las cascadas y miradores

- Apreciación del paisaje y la naturaleza
- Toma de fotografías
- Charla acerca de la historia

Recomendaciones:

- Usar ropa cómoda y ligera
- Mochila para la caminata
- Zapatos de lona, por ser ligeros y flexibles
- Usar sombrero o gorra
- Protector solar y lentes de sol
- Repelente de mosquitos

- Cámara de fotos.
- Bebidas hidratantes

Servicios que incluyen:

- Transporte durante todo el recorrido de la ruta desde el parque central hasta la comunidad de Copalillo,
- Almuerzo y refrigerio
- guías turísticos
- Servicios de primeros auxilios
- Chalecos salvavidas
- Tríptico con información de Balsapamba

Servicios que no incluyen:

- Alimentos que no estén en el menú contratado
- Ningún extra que no esté especificado
- Costo de ingreso a los distintos balnearios

Que no se debe llevar:

- Bebidas alcohólicas
- Armas blancas y de fuego
- Materiales que atenten contra la flora y fauna de la región.

*Descripción de actividades Segundo día.* El recorrido empieza en la oficina ubicada en el parque central, en el edificio de la junta Parroquial, donde estarán concentradas las personas que van a visitar la ruta de las cascadas, y se procederá al embarque de las personas en los vehículos típicos de la zona como son las Chivas, estas tienen una capacidad máxima de 40 personas, procedemos a visitar la Cascada La Mariposa Azul, a la cual podemos acceder llegando por la vía detrás del retén de policías, continuamos 1 km, y llegamos al puente donde desembarcaremos y continuaremos la caminata por aproximadamente 10 minutos, donde encontraremos la cascada, se pueden ver avistamientos de la mariposa azul, después visitaremos la Cascada Chorrera que se encuentra desde este punto a 20 minutos sobre la vía

principal, continuando con el recorrido a 15 minutos llegamos al camino real donde a solo 2.5 km encontramos las escalinatas que nos dirigen a la cascada de Angas, después retornamos al punto de encuentro para la charla de despedida.

.Actividades a realizar en las cascadas y miradores

- Apreciación del paisaje y la naturaleza
- Toma de fotografías
- Charla acerca de la historia

Recomendaciones:

- Usar ropa cómoda y ligera
- Mochila para la caminata
- Zapatos de lona, por ser ligeros y flexibles
- Usar sombrero o gorra
- Protector solar y lentes de sol
- Repelente de mosquitos
- Cámara de fotos.
- Bebidas hidratantes

Servicios que incluyen:

- Transporte durante todo el recorrido de la ruta
- Refrigerio
- guías turísticos
- Servicios de primeros auxilios
- Chalecos salvavidas
- Tríptico con información de Balsapamba

Servicios que no incluyen:

- Costo de ingreso a los distintos balnearios
- Ningún extra que no esté especificado
-

Que no se debe llevar:

- Bebidas alcohólicas
- Armas blancas y de fuego
- Materiales que atenten contra la flora y fauna de la región.

### 3.3 *Transporte*

El medio de transporte que utilizaremos para los recorridos de la ruta turística son los buses (Chiva) que son construidos sobre un chasis normal de camión, organizando hileras de bancas anchas de madera, que van de un costado al otro. En la parte trasera de la se cuenta con una escalera que conduce a la plataforma superior con una parrilla que se usa como bodega de equipaje, y donde a menudo encontramos no sólo equipaje, sino también una gran diversidad de animales (mascotas y alimento) de quienes viajan en éste medio de transporte; los colores de estos vehículos son vivos, y son representativos del área andina.

### 3.4 *Tiempos*

A continuación se detalla las actividades y los tiempos para la Ruta de las cascadas que durará 2 días.

Tabla 30 Actividad, primer día

<b>Paquete primer día</b>	
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>
<b>9:00 - 9:10</b>	Encuentro en el parque central
<b>9:10 - 9:30</b>	Traslado a la comunidad de Copalillo
<b>9:30 - 9:40</b>	Bienvenida por parte de representante delegado de la comunidad, charla de seguridad, entrega de chalecos salvavidas
<b>9:40 - 9:50</b>	Caminata a las 3 cascadas sector vergel de Copalillo
<b>9:50 - 10:30</b>	Actividades varias
<b>10:30 - 10:50</b>	Traslado a la comunidad de Cañotal, Escuela 8 de Agosto

Continúa tabla...

<b>10:50- 11:00</b>	Bienvenida por parte de representante delegado de la comunidad y charla de seguridad
<b>11:00 - 11:15</b>	Caminata a la cascada Poza azul
<b>11:15 - 11:40</b>	Actividades varias
<b>11:40 - 11:50</b>	Caminata a la cascada el Pailón
<b>11:50 - 12:15</b>	Actividades varias
<b>12:15 - 12:40</b>	Retorno a la escuela 8 de Agosto
<b>12:40 - 13:20</b>	Almuerzo
<b>13:20 - 13:50</b>	traslado a la propiedad de los trapiches artesanales
<b>13:50 - 14:00</b>	Bienvenida por parte de representante delegado de la comunidad y charla de seguridad
<b>14:00 - 14:40</b>	Traslado cascada Camino al Cielo
<b>14:40 - 15:30</b>	Actividades varias
<b>15:30 - 16:10</b>	retorno al trapiche
<b>16:10 - 17:00</b>	Actividades varias en el trapiche
<b>17:00 - 17:30</b>	retorno al punto de encuentro, charla de finalización de la ruta

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Tabla 31 Actividad segundo día

<b>Paquete Segundo Día</b>	
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>
<b>8:00 - 8:10</b>	Encuentro en el parque central
<b>8:10 - 8:20</b>	Traslado a la cascada Mariposa Azul
<b>8:20 - 8:30</b>	Caminata a la cascada Mariposa Azul
<b>8:30 - 9:10</b>	Actividades varias
<b>9:10 - 9:30</b>	Traslado a la cascada Chorrera

Continúa tabla...

<b>9:30 - 10:00</b>	Bienvenida por parte de representante delegado de la comunidad y charla de seguridad
<b>10:00 - 10:40</b>	Traslado a la Cascada de Angas
<b>10:40 - 12:00</b>	Caminata a la Cascada de Angas
<b>12:00 - 12:30</b>	Actividades varias
<b>12:00- 12:30</b>	Retorno al punto de encuentro, charla de finalización de la ruta

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Alcances y limitacionesalcance, con la ejecución de este proyecto de investigación se beneficiará a la población de la parroquia rural de Balsapamba, gobierno A. D. del cantón San Miguel, provincia de Bolívar, se dará a conocer y se describirá la problemática de la situación turística y socioeconómica del sector, identificando las posibilidades de gestionar una actividad turística como una herramienta para que la comunidad pueda beneficiarse con la obtención de recursos económicos y el desarrollo de la misma.

El presente proyecto cuenta con el apoyo de organismos como el gobierno A. D. del cantón San Miguel, el concejo de Bolívar y el gobierno A.D, de la parroquia rural de Balsapamba, las mismas que proporcionaran las facilidades necesarias tanto en información, como en sugerencias y supervisión para la ejecución del proyecto, de manera que los beneficios obtenidos tanto a corto como a largo plazo sean mutuos; Limitaciones: Para la ejecución del presente proyecto es importante dar a conocer las limitaciones que se han observado dentro del territorio de estudio como son: La poca señalética que existe en las vías durante el acceso a las cascadas, el desconocimiento de estos atractivos por parte de los turistas, falta de senderos en algunas cascadas

Procesos Administrativos. Proceso es el desarrollo continuo de tareas o actividades que en un determinado momento esta relacionadas y articuladas entre sí, cuya conexión agrega valor de acción, con el objeto de mezclar y transformar los insumos para que produzca un rendimiento y un resultado o producto interno o externo para la organización. Es decir; el desarrollo de las tarea/actividades transforma los insumos en productos (entradas en salidas), y su objetivo/meta sirve para identificar y determinar el destino, ya sea clientes internos o externos.

Actividad, facultad de obrar poder y derecho de hacer, determinada sobre la base de las tareas del proceso para lograr su objetivo, implica esencialmente el gasto de energía del ser humano, el cual consume tiempo, dinero, instalaciones, equipo. Si la actividad ser humano no existe, la tarea proceso no se cumple; es decir, no se desarrolla ni se ejecuta. Tarea, labor del día, establecida por el proceso para lograr su objetivo, la tarea siempre estará identificada y determinada por la institución. Esta tarea no puede avanzar en su desarrollo y su ejecución sino existe la actividad. Tanto la tarea como la actividad tienen inicio y fin, una tarea puede ser desarrollada y ejecutada por una actividad o por un conjunto de actividades.

Entradas, los insumos son las entradas del proceso y pueden ser uno o varios componentes imprescindibles, el cual/cuales deben ser específicos y diferentes entre ellos y correlativos para un producto determinado, que a través del desarrollo de las tareas/actividades identificadas en el proceso se relacionan y articulan entre sí. (Puco, Análisis de Factibilidad y sostenibilidad de la ruta turística Santa Ana del Pedregal, 2012b). Salida del proceso es el resultado, producto final o ejecutado con característica de interno o externo, el cual es aceptado o no por los clientes internos o externos.

Productos internos y externos. Productos Internos, Son los resultados intermedios estratégicos de los procesos y tienen que cumplir con todas las condiciones de desarrollo y ejecución establecidas por las tareas/actividades, este producto debe ser trasladado al cliente o usuario interno para continuar con el procedimiento exigido por el proceso para obtener su culminación. Productos Externos, son los resultados estratégicos los cuales tienen que satisfacer las necesidades del cliente o usuario externo. (Davila, 2001).

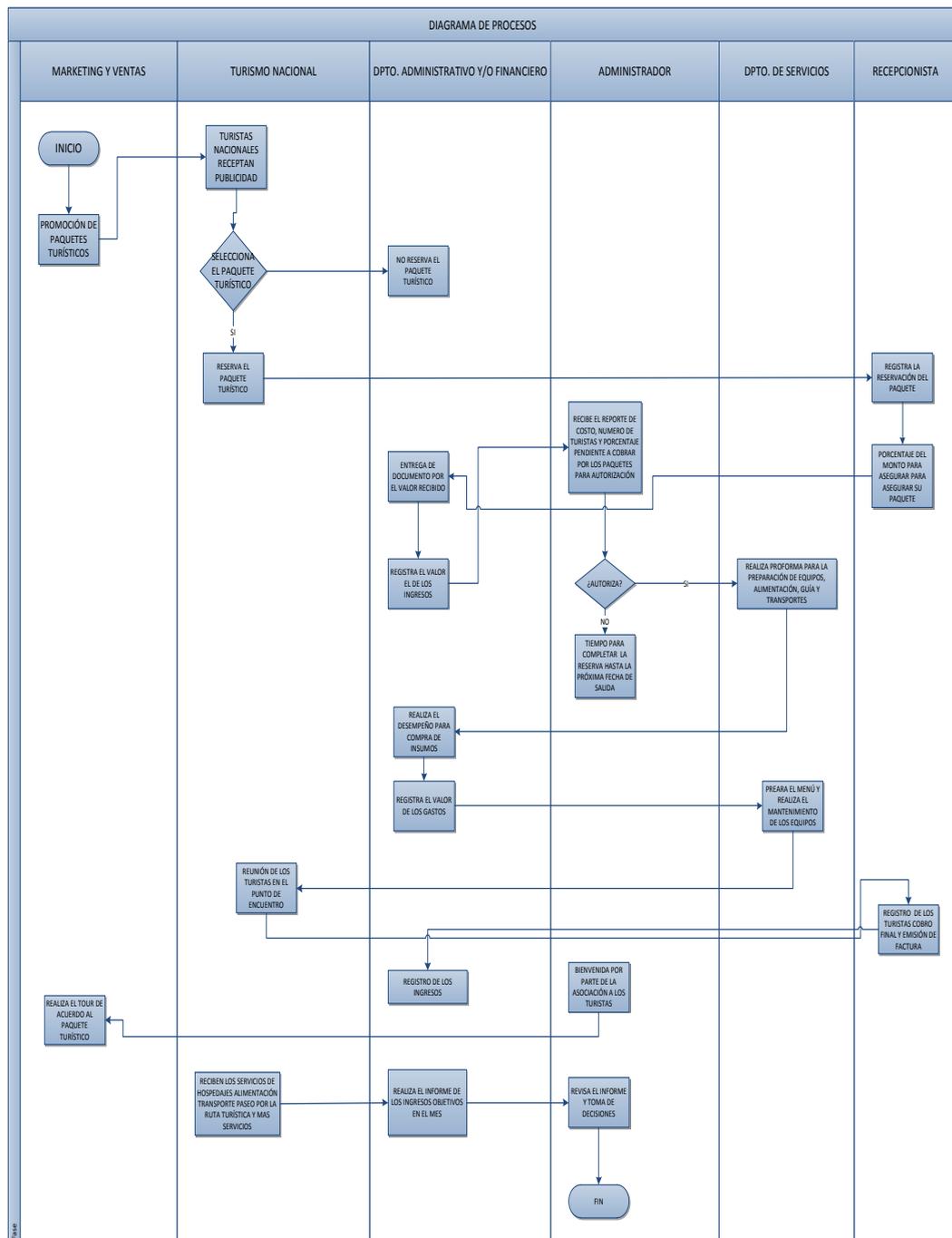
Diagrama de Flujos. Es una herramienta utilizada para esquematizar los procesos, representando las secuencias paso a paso, mediante símbolos que facilitan la identificación de todas las partes intervinientes y la forma en que participan pasos que se usan para alcanzar un resultado. Los flujograma son una de las principales herramientas de esquematización, análisis y mejora de procedimientos.

Tabla 32 Simbología del flujograma

Simbología	Significado
	inicio y final de un proceso
	realización de una actividad
	análisis de situación y toma de decisión
	Documentación
	base de datos
	Conectores

Elaborado por: (autora de la investigación)

Tabla 33 Flujograma del proceso



Elaborado por: (autora de la investigación)

### 3.5 Estructura Organizacional.

La estructura organizacional de la Ruta turística de las cascadas de Balsapamba, estará conformada de la siguiente manera.

Gráfico 22 Estructura organizacional



*Elaborado por: (autora de la investigación)*

Descripción de las Funciones del personal. Para prestar un servicio de excelencia a nuestros clientes potenciales se ha definido claramente las funciones del personal y se ha establecido las responsabilidades de cada uno de éstos. Socios. Los socios inversionistas aportarán con un capital económico para el desarrollo del Proyecto Ruta Turística Cascadas de Balsapamba y participarán en la toma de decisiones que afecten al mismo. Gerente Administrador. Este se encargará de

coordinar y supervisar el óptimo desempeño del Departamento de Servicios y Financiero. Además se encargara de presentar informes mensuales a los Socios a cerca del manejo de los recursos económicos, materiales y humanos, y las necesidades de cada área, así como informes económicos sobre la gestión realizada durante el periodo.

Marketing y Ventas. Esta área será responsable de la Publicidad y Promoción de la Ruta Turística, brindara un servicio de Pre – venta y brindara información eficaz sobre los servicios y costos de los paquetes turísticos, descuentos y promociones por temporada; Auxiliar Contable/Secretaria. Será responsable de la facturación, cobros y reservaciones, del manejo de las nóminas de personal, impuestos, servicios básicos, así como de la labor de recepcionista brindando información oportuna a cerca de los paquetes turísticos; Guías Turísticos Nativos. Estos se encargaran de coordinar las actividades a realizarse en cada uno de los paquetes turísticos, serán responsables de la seguridad del grupo de turistas que este a su cargo y proporcionaran información acerca del sitio a visitarse de acuerdo a su itinerario y será responsable del mantenimiento de los equipos que se utilicen en las actividades.

Logística. Esta área es la encargada de realizar las negociaciones con los vehículos (Chivas / camionetas), de proveer los Boucher de combustibles y de realizar los respectivos mantenimientos de estos y así no tener contratiempos con la movilización de los turistas en las rutas seleccionadas; Marketing. Proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes.

### **3.6 Publicidad**

La Ruta Turística de las cascadas de Balsapamba en su fase inicial, arrancará su promoción por medio de las agencias de viajes nacionales así como de material publicitario que se presente a continuación es sólo de apoyo para una mayor difusión de los servicios y para la captación de los clientes meta, se realizará una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto, como: Ubicación, precios, calidad de servicios, diversidad de actividades recreativas y de

eco-turismo, contacto con la naturaleza, y el enfoque familiar. Para mejorar la Señalización de la Ruta se realizara un mejoramiento y creación de nuevos rótulos que oriente a turistas o visitante hacia la Comunidad se realizará un Gasto en Señalética de \$ 3500. De acuerdo al presupuesto que mantiene el GAD de la parroquia de Balsapamba.

Entre las herramientas que se usarán están los medios impresos como:

- Agencias de Viajes: se realizara alianzas estratégicas con agencias de viajes d las ciudades aledañas como son: Guaranda, Guayaquil y Babahoyo, En Guaranda las Agencias de Viajes principales son: Orión, y Tomabela, en Babahoyo Travel with us, y en Guayaquil con Metropolitan Touring. Su gasto aproximado será US\$1000 semestrales.
- Promoción- Comunicación. Debido a la alta influencia que ejerce la comunicación en las ventas. Es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer a “La Ruta Turística de las cascadas de Balsapamba” a sus clientes potenciales.
- Radio.En San Miguel como cabecera cantonal en la actualidad tiene un espacio en los medios de comunicación como es Radio Spazio con la Frecuencia 104.7 FM HD, con un costo de \$ 500 las cuñas publicitarias.
- Internet: Se utilizará este medio de comunicación el cuál se considera el más económico y la que publicidad para todo servicio turístico. Por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de nuestros clientes potenciales, hacer reservaciones, descuentos y ofrecer toda información necesaria sobre “La Ruta turística de las cascadas de Balsapamba” sus servicios, paquetes, instalaciones, alimentación. Costo aproximado US\$ 80,00 anuales.
- Trípticos. Se utilizara este medio informativo, para dar a conocer los atractivos turísticos de la zona, se imprimirán 3000 ejemplares, a un costo de US\$ 0.35 ctvs. Por cada uno.

- **Publicidad No pagada.** En este enfoque publicitario, no se tendrá que invertir dinero, debido a que los encargados de esta promoción sin costo son los medios de comunicación, al realizar comentarios, avisos, anuncios, reportajes nacionales e internacionales como al programa de “La Televisión” de Gamatv, este programa se dedica a reportajes de turismo y de zonas del Ecuador que no son muy visitadas por la población. Este tipo de publicidad, ayudará a conseguir el posicionamiento deseado, mantener y mejorar la imagen del proyecto.

La comercialización se utilizará como una herramienta de la mezcla promocional, se encargará de todo el material útil y necesario para la venta de los paquetes turísticos en los puntos de venta, este incluirá: Folletos, trípticos todo este material será desarrollado por el departamento de Marketing y Ventas, los mismos que serán ubicados en las agencias de viajes, aeropuertos, ferias, exhibiciones y la oficina de información ubicada en el Parque Central de Balsapamba.

*Descripción del Producto.* La Ruta Turística de las cascadas de la parroquia rural de Balsapamba, Cantón San Miguel, provincia de Bolívar, que como destino turístico tiene mucho que ofrecer. Cuenta con recursos naturales, culturales que son claves para el desarrollo socioeconómico de sus pobladores, tiene una oferta turística en desarrollo, desde la parroquia de Balsapamba podemos acceder a varios atractivos turísticos como el río cristal, las cascadas, mariposa azul, chorrera, el museo bastión andino, y parque acuático Josefina Barba, además en la comunidad de Cañotal, encontramos las cascadas, camino al cielo, el pailón y la posa azul, en la comunidad de Copalillo, las cascadas y mirador del mismo nombre donde podemos observar a la cabecera parroquial en todo su esplendor se puede apreciar la abundante flora y fauna de la zona.

Durante el recorrido los turistas podrán degustar de la comida típica, como es la fritada, tortillas de harina de maíz, empanadas, hornado, maduro con mapaguira, choclos cocidos (temporada). Deleitarse de las frutas de temporada como son las naranjas, guineos, mandarinas, limones, moras, naranjillas, tomate de árbol, entre otros. La Ruta Turística se presenta como un servicio enfocado a incentivar y

desarrollar el turismo de la comunidad, preservando el medio ambiente y las costumbres típicas de la zona, el desarrollo de este proyecto facilita el desarrollo turístico del Cantón San Miguel, y se debe realizar un plan de turístico y recreacional, facilitando a los visitantes facilidades, seguridades y diversas actividades, infraestructura adecuada, eficiente y así poder ofertar servicios de calidad, con altos niveles de competitividad a nivel nacional.

El paquete turístico incluye:

- Transporte
- Servicios de primeros auxilios
- Refrigerio / Almuerzo
- Salvavidas

El paquete turístico no incluye:

- Alquiler de caballos, Bicicletas
- Almuerzos
- Entrada al parque acuático.

### **Misión**

Consolidar a la parroquia rural de Balsapamba como un referente de turismo con manejo técnico y así alcanzar un modelo de desarrollo sustentable que complemente, articule el turismo y la gestión ambiental.

### **Visión**

Que Balsapamba sea declarado como importante destino turístico para el Ecuador, por sus servicios de excelencia y cultura de hospitalidad.

## CAPÍTULO IV

### PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS PROPUESTOS

#### 4.1 Concepto

Plan. Es todo lo que se propone para llevar a cabo un proyecto, un modelo sistemático que se realiza antes de una acción.

Programa: conjunto de instrucciones o intenciones que se exponen para la elaboración de un proyecto. Es un conjunto de acciones que se realizan a fin de conseguir una meta determinada

Tabla 34 Plan, programas y proyectos

Plan	Programa	Proyecto
Señalética en las rutas de acceso a las cascadas	Coordinación con la junta parroquial para la respectiva señalización de las rutas,	Movilización adecuada de los turistas
Propaganda y publicidad	Contratación de la publicidad.	Incremento de turistas en Balsapamba
Compra de vehículos	Préstamo para la adquisición del vehículo	Vehículos para el traslado de los turísticas
Capacitación a la comunidad	Talleres de socialización e información de los beneficios a adquirir con el crecimiento turístico	Comunidad enfocada al crecimiento turístico
Capacitación al personal de apoyo	Capacitación de atención al cliente y trabajo en equipo al personal	Servicios prestados con altos estándares de calidad
Rentabilidad del negocio	Prestación de servicio de ruta turística	Mejoras en la comunidad

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

## 4.2 Viabilidad financiera

La viabilidad financiera de un proyecto es el estudio que se realiza con la finalidad de determinar el éxito o fracaso del mismo, para lograr esto parte de datos obtenidos a través de diversos tipos de investigación como pueden ser encuestas, estadísticas, entre otras.

La viabilidad económica es el cálculo de la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar indicadores de Período de Recuperación de la Inversión.

Tabla 35 Número de turistas

Temporada alta	Promedio de visitantes	Temporada baja	Promedio visitantes
Febrero	2000	Mayo	1000
Marzo	2000	Junio	1000
Abril	2000	Septiembre	1000
Julio	2000	Octubre	1000
Agosto	2000	Noviembre	1000
Diciembre	2000	Enero	1000
<b>Total</b>	<b>12000</b>	<b>Total</b>	<b>5000</b>
<b>Total turistas al año</b>			17000

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta realizada el 40% de los turistas indican que visitan de preferencia áreas naturales siendo este un total de turistas de 6800 personas que visitan Balsapamba.

Tabla 36 Número de turistas primer año

Paquetes	No. Turistas	P. Del paquete	Ingreso anual	Ingreso mensual
4 horas	6800	5	34000,00	2833,33
8 horas	6800	15	102000,00	8500,00
<b>Total</b>			<b>136000,00</b>	<b>11333,33</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

### 4.2.1 Ingreso por venta de paquetes

De acuerdo a los datos que me proporciona es presente estudio de mercado nos indica que las ventas para el primer año es de 136000,00 y su proyección para los 5 años de vida útil de la propuesta tomamos el 2% de crecimiento que tiene el sector al que está inmerso el presente proyecto.

Tabla 37 Proyección de ingresos

Proyección de total de ingresos según el número de turistas						
No. Personas	Precio paquete	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
6800	20	136000,00	138720,00	142881,60	147168,05	151583

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

#### 4.2.2 Gastos

Corresponde a los recursos que se necesitan para comprar y pagar diversos componentes del proceso de promoción y ventas durante un periodo determinado.

#### 4.2.3 Gastos de Administración

Estos gastos se refieren directamente a los gastos de sueldo de personal netamente administrativo, suministros de oficina, para la proyección se tomara en cuenta el 2,70% de la inflación del Ecuador según datos históricos del Banco Central del Ecuador y para el sueldo en base al salario minino vital de 2014 de 340,00 que se incrementa en un 5% anual.

Tabla 38 Gasto Administración

Concepto	Cantidad	Sueldo mensual	Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Valor anual
Administrador	1	550	66,825	45,83	28,33	45,82	669,98	8039,78
Auxiliar contable	1	340	41,31	28,33	28,33	28,32	424,99	5099,86
<b>Total</b>								<b>13139,64</b>

Concepto	Valor anual
Suministros de oficina	1500
<b>Total</b>	<b>1500</b>

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Administrador		8039,78	8441,76	8863,84	9307,03	9772,38
Auxiliar contable		5099,86	5354,85	5622,59	5903,71	6198,89
Equipo de oficina		2820,00	2896,14	2974,33	3054,63	3137,1
Suministros de oficina		1500	1540,5	1582,09	1624,8	1668,66
<b>Total</b>		<b>12359,78</b>	<b>18233,25</b>	<b>19042,85</b>	<b>19890,17</b>	<b>20777,03</b>

Elaborado por: (Autora de la investigación)

#### 4.2.4 Gastos de venta

Son los resultantes de la venta final del producto o servicio como salarios a vendedores, gasto de distribución, mercadeo, comercialización, promoción y publicidad.

Tabla 39 Gasto de venta

Servicios básicos

Concepto	Unidad	Costo	Consumo	Mensual	Anual
<b>Energía Eléctrica</b>	Kw/h	0,08	200	16	192
<b>Agua</b>	M3	0,15	30	4,5	54
<b>Teléfono</b>	Min	0,05	800	40	480
<b>Internet</b>	Ilimitado	21	600 GB	21	252
<b>Total</b>					978

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Departamento Marketing

Cantid ad.	Sueldo mensual	Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos reserva	Total mes	Valor anual
1	400	48,6	33,33	28,33	33,32	494,98	5939,8

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Publicidad

Concepto	Cantidad	Precio	Total
<b>Radio</b>		12	41,67
<b>Agencia de viaje</b>		2	1000
<b>Trípticos</b>		3000	0,35
<b>Página web</b>		1	80
<b>Total</b>			<b>580,04</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Arriendo

Concepto	Mensual	Anual
Arriendo		1200

Elaborado por: (Autora de la investigación)

Tabla 40 Gasto de venta proyectado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
servicios básicos	978	1004,4	1031,51	1059,36	1087,96
Sueldo dpto. marketing	5939,8	6236,79	6548,62	6876,05	7219,85
publicidad	580,04	595,7	611,78	628,3	645,26
arriendo	1200,00	1232,4	1265,67	1299,84	1334,93
señalética	1000	1027	1054,72	1083,19	188,13
<b>total</b>	<b>9697,84</b>	<b>10096,2</b>	<b>10512,</b>	<b>10946,74</b>	<b>10476,13</b>

Elaborado por: (Autora de la investigación)

4.2.5 Gastos Financiero.-Monto de préstamo: 20498, Tasa de interés: 11,83, Periodos: 24 meses

Tabla 41 Amortización de la deuda

periodo	cuota		saldo	
	interés	fija	Capital	insoluto
0		907,69		20498
1	101,03	907,69	806,66	19691,34
2	97,06	907,69	810,63	18880,71
3	93,06	907,69	814,63	18066,08
4	89,05	907,69	818,64	17247,44
5	85,01	907,69	822,68	16424,76
6	80,96	907,69	826,73	15598,03
7	76,88	907,69	830,81	14767,22
8	72,79	907,69	834,9	13932,32
9	68,67	907,69	839,02	13093,30
10	64,53	907,69	843,16	12250,14

Continúa la tabla...

<b>11</b>	60,38	907,69	847,31	11402,83
<b>12</b>	56,20	907,69	851,49	10551,34
<b>13</b>	52,00	907,69	855,69	9695,65
<b>14</b>	47,78	907,69	859,91	8835,74
<b>15</b>	43,54	907,69	864,15	7971,59
<b>16</b>	39,28	907,69	868,41	7103,18
<b>17</b>	35,00	907,69	872,69	6230,49
<b>18</b>	30,70	907,69	876,99	5353,50
<b>19</b>	26,38	907,69	881,31	4472,19
<b>20</b>	22,04	907,69	885,65	3586,54
<b>21</b>	17,67	907,69	890,02	2696,52
<b>22</b>	13,21	907,69	894,48	1802,04
<b>23</b>	8,88	907,69	898,81	903,23
<b>24</b>	4,46	907,69	903,23	0,00

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

4.2.6 *Costos. Materiales directos.* Los que se cargan directamente al fabricante, en la elaboración de un producto en particular.

Tabla 42 Costos

<b>concepto</b>	<b>cantidad</b>	<b>costo unitario</b>	<b>costo total</b>
<b>salvavidas</b>	30	15	450
<b>total</b>			<b>450</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

*Mano de obra indirecta.* Comprende todos los trabajos de supervisión, registro y asistencia no empleados directamente en el producto manufacturado.

Tabla 43 Mano de Obra indirecta

Concepto	Cantidad	Sueldo mensual	Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total mensual	Valor anual
Guías turísticos	2	340	41,31	28,33	28,33	28,32	466,30	5595,54
<b>Total</b>								<b>11191,09</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Tabla 44 Proyección de costos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Equipo de salvavidas		450	462,15	474,62	487,43	500,59
Mano de obra directa		11191,09	11750,64	12338,17	12955,07	13602,82
<b>Total</b>		<b>11641,09</b>	<b>12212,79</b>	<b>12812,79</b>	<b>13442,50</b>	<b>14103,41</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

4.2.7 *Depreciación.* Disminución que sufre el valor de un bien tangible como consecuencia de una pérdida en su valor material o funcional por uso, desgaste.

Tabla 45 Depreciación

Concepto	Año 0	vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	D. acumulada
Suministros de oficina	1900	5	380	380	380	380	380	1900
Vehículo	35000	5	7000	7000	7000	7000	7000	35000
Equipo de salvavidas	450	5	90	90	90	90	90	90
Muebles y enseres	728	10	72,8	72,8	72,8	72,8	72,8	72,8
Equipo de computación	2160	3	720	720	720	720	720	720
Equipo de oficina	660	5	132	132	132	132	132	132
<b>Total</b>	<b>36900</b>		<b>7380</b>	<b>7380</b>	<b>7380</b>	<b>7380</b>	<b>7380</b>	<b>37914,8</b>

Elaborado por: (Autora de la investigación)

4.2.8 *Presupuesto de capital.* Se refiere a las inversiones en el activo fijo al diseño de métodos y procedimientos necesarios para producir y vender bienes o servicios.

#### 4.2.9 *Fuentes de financiamiento*

- Fuentes Internas.- es el uso de los recursos propios así como la participación de socios.
- Fuentes externas.- es el recurso de terceros, es decir el endeudamiento.

Las fuentes de financiamiento para la Ruta Turística Balsapamba están distribuidas de la siguiente manera.

Tabla 46 Fuentes de financiamiento

<b>Financiamiento interno</b>	
<b>Caja bancos</b>	20000,00
<b>Junta parroquial Balsapamba</b>	10000,00
<b>Viviana Sisalima</b>	10000,00

<b>Financiamiento externo</b>	
<b>Préstamo</b>	20498,00

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Tabla 47 Inversión

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
<b>Socio junta parroquial Balsapamba</b>	10000,00
<b>Socio Viviana Sisalima</b>	10000,00
<b>Préstamo</b>	20498,00
<b>Total inversión</b>	<b>40498,00</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

4.2.10 *Activos fijos.* Todos los bienes muebles e inmuebles, son los bienes que sirve a la empresa Para la producción de bienes y servicios, que no son destinados a la venta.

Tabla 48 Vehículo

Concepto	Cantidad	Valor total
Vehículo	1	35000,00
<b>Total</b>		<b>35000,00</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Tabla 49 Muebles y enseres

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Estación	2	210	420
Sillón giratorio	2	44	88
Sillas estándar	4	23	92
Archivador metálico	1	100	100
Basurero metálico	2	14	28
<b>Total</b>			<b>728</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Tabla 50 Equipo de oficina

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Fax	1	200	200
Flash memory	1	10	10
Cámara	1	150	150
Radio comunicación uhf 470	3	100	300
<b>Total</b>			<b>660</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Tabla 51 Equipo de computación

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Laptop	1	600	600
Laptop	1	1200	1200
Impresora	1	360	360
<b>Total</b>			<b>2160</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

Tabla 52 Estados de Resultados.

Estado de resultados proyectado						
Años	1	2	3	4	5	
Ventas	\$ 136,000.00	\$ 138,720.00	\$ 141,494.40	\$ 144,324.29	\$ 147,210.77	
- Costo de ventas	\$ 11,641.09	\$ 12,212.79	\$ 12,812.79	\$ 13,442.50	\$ 14,103.41	
= Utilidad bruta en ventas	\$ 124,358.91	\$ 126,507.21	\$ 128,681.61	\$ 130,881.79	\$ 133,107.36	
- Gastos administrativos	\$ 16,459.64	\$ 17,233.25	\$ 18,042.85	\$ 18,890.17	\$ 19,777.03	
- Gasto de ventas	\$ 12,747.84	\$ 13,203.23	\$ 13,677.21	\$ 14,170.67	\$ 14,660.14	
Utilidad operacional	\$ 95,151.43	\$ 96,070.73	\$ 96,961.55	\$ 97,820.95	\$ 98,670.19	
- Gastos financieros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Utilidad antes de 15% de trabajador	\$ 95,151.43	\$ 96,070.73	\$ 96,961.55	\$ 97,820.95	\$ 98,670.19	
- 15% part. Laboral	\$ 14,272.71	\$ 14,410.61	\$ 14,544.23	\$ 14,673.14	\$ 14,800.53	
= Utilidad a.i.r	\$ 80,878.71	\$ 81,660.12	\$ 82,417.31	\$ 83,147.81	\$ 83,869.66	
- 25% impuesto a la renta	\$ 20,219.68	\$ 20,415.03	\$ 20,604.33	\$ 20,786.95	\$ 20,967.42	
= Utilidad neta	\$ 60,659.04	\$ 61,245.09	\$ 61,812.99	\$ 62,360.86	\$ 62,902.25	

4.2.11 *Flujos de caja*. El flujo de caja es una importante herramienta para la dirección, pues ayuda a estimar las necesidades de efectivo de la empresa en diferentes épocas del año, es el resumen de las entradas y las salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año.

Tabla 53 Flujo de caja

Flujos netos de caja						
Años	0	1	2	3	4	5
Capital propio	20,000					
Utilidad neta		60,659	61,245	61,813	62,361	62,902
+ Depreciación		8,115	8,115	8,115	8,115	8,115
+ Amortización		908	908	908	908	908
= Flujo de cajo neto antes de interés		69,682	70,268	70,835	71,383	71,925
- Préstamo bancario	20,478	851	903	903	903	903
= Flujos netos de caja	40,478	68,830	69,364	69,932	70,480	71,021

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

4.2.12 *Valor actual neto*. El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Tabla 54 VAN

VAN						
<b>Tasa de descuento</b>	22.61%					
<b>Inversión inicial</b>	0	1	2	3	4	5
	-40478.00					
		68,830.04	69,364.34	69,932.24	70,480.11	71,021.50
<b>VAN =</b>	<b>\$ 156,557.25</b>					
<b>VAN (+) =</b>	<b>\$ 156,557.25</b>					

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

4.2.13 *Tasa interna de retorno.* La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Tabla 55 TIR

Fórmula del cálculo

$$TIR = i^+ + (i^- - i^+) \left[ \frac{VAN^+}{VAN^+ + VAN^-} \right]$$

TIR	
<b>Para encontrar el Van (-), debemos probar con diferentes tasas hasta encontrar la tasa para el primer VAN (-)</b>	
	50,00%
VANE(-) =	156,557.25
TIRE =	\$ 0,38
	38,13%

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

4.2.14 *Tasa requerida de rendimiento.* La tasa de rendimiento requerida es el regreso mínimo que un inversionista desea sobre una inversión basada en la cantidad de riesgo.

Tabla 56 TRR

Tasa de descuento	
	%
<b>Tasa de interés activa</b>	11,83%
<b>Tasa de interés pasiva</b>	2,70%
<b>Riesgo país</b>	8,08%
<b>TRR</b>	<b>22,61%</b>

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

4.2.15 *Períodos de recuperación de capital.* Este índice nos permite conocer el tiempo de recuperación del dinero invertido en el proyecto, mediante dicho indicador permite determinar el número de periodos que se necesitara para recuperar la inversión inicial de los recursos propios del proyecto.

Tabla 57 PRC

Fórmula del cálculo

$$PRC = \frac{\text{Inversión total (IT)}}{\text{Flujo neto promedio anual (FNa)}}$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL					
<b>Inversión total</b>	40.478,00				
<b>Flujos netos</b>	68,830.04	69,364.34	69,932.24	70,480.11	71,021.50
<b>Años de vida útil =</b>	5				
	PRC =		0,58		
	<b>AÑOS</b>		<b>MESES</b>	<b>DIAS</b>	
			5	8	

*Elaborado por: (Autora de la investigación)*

4.2.16 *Análisis presupuestarios.* Para el presente proyecto se hace necesaria una inversión de USD 40.498,00 en la que participa en calidad de socio la Junta Parroquial de Balsapamba y la elaboradora del proyecto Viviana Sisalima con la aportación de USD 10.000,00 cada uno con una totalidad de USD 20.000,00 y la adquisición de un préstamo de USD 20.498,00 a la Cooperativa de ahorro y crédito Cooprogreso con la que se completara el monto total dela inversión para la respectiva puesta en marcha de Ruta Turística de las ocho cascadas del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Balsapamba.

## CAPÍTULO V:

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- La parroquia rural de Balsapamba, cantón San Miguel, provincia de Bolívar, ubicada en un sitio privilegiado, cuenta con atractivos naturales, culturales que hacen de esta zona un gran potencial turístico, lo que facilita la implementación del proyecto Ruta turística de las cascadas, además, dentro del PLANDETUR 2020 y del plan ordenamiento territorial de Balsapamba, se encuentra especificado el incentivo económico al desarrolloturístico.
- El municipio del cantón Bolívar en conjunto con el ministerio de turismo, han impartido charla y talleres enfocando a la parroquia como potencial turístico, lo suficiente para gestionar proyectos de turismo en esta zona, por lo que las personas que son propietarios de los predios, están dispuestos a colaborar en la implementación y posteriormente manejo de esta propuesta.
- En el estudio de campo se comprobó que los atractivos naturales, aventura y balnearios, tienen gran aceptación por parte de los turistas, la presencia de un mercado nacional potencial en la zona, es favorable para la implementación de la ruta turística y a su vez demuestra la factibilidad y viabilidad financiera del mismo.
- El proyecto cuenta con servicios requeridos, personal, recursos financieros, apoyo del gobierno parroquial y de la comunidad, por lo que se crea excelentes expectativas sobre el adecuado manejo técnico y financiero de la propuesta de turismo.
- Balsapamba se encuentra ubicado en un escenario geográficoestratégico, paso obligado por las personas que circulan de la costa a la sierra o viceversa, con un clima que varía entre 20 a 25 grados, donde se ubicara el proyecto, constituye punto de acceso a los diferentes atractivos turísticos que existen en la localidad, convirtiéndolo en ventaja competitiva.

- El proyecto ruta turística para potenciar la rentabilidad de las cascadas de la parroquia de Balsapamba está enfocado a la utilización sostenible de los recursos naturales de la zona, con la finalidad de conservar la biodiversidad, y generar un sustento socioeconómico a los habitantes de la localidad.
- La implementación de proyecto ruta turística de las cascadas de Balsapamba, contribuye a la creación de fuentes de trabajo, incremento de ingresos, mejora de calidad de vida de los habitantes, mantiene y fortalece la cultura del pueblo.
- Es estudio financiero refleja que el proyecto es totalmente rentable ya que presenta un VPN de \$ 261.567,62 y tasas interna de retorno del 41.60% que es superior a la tasa de rendimiento requerida de 22.61% y si se aumentan las ventas de los paquetes turísticos, se podrá reflejar en las utilidades del proyecto es factible debido a que el escenario es favorable para el turismo y la situación financiera refleja un óptimo retorno de la inversión.
- De acuerdo a las conversaciones mantenidas con algunos habitantes de la comunidad, ellos cuentan con la capacidad suficiente para ser guías turísticos nativos ya que conocen la zona y sus alrededores lo que garantiza el correcto avance de esta actividad y un servicio de calidad para los turistas.
- Para el proyecto de ruta turística y los habitantes de Balsapamba existe el compromiso de conservación de las instalaciones, senderos, medio ambiente, además la correcta administración financiera del mismo, consolidando las responsabilidades en conjunto y garantizando el cumplimiento de objetivos planteados.

## 5.2 *Recomendaciones*

- De acuerdo al estudio de viabilidad financiera, el proyecto de la ruta turística de las cascadas parroquia Balsapamba, cantón San Miguel, provincia de Bolívar, es rentable, por lo que se recomienda la puesta en marcha.
- Considerando que la zona de Balsapamba presenta un escenario favorable para las actividades turísticas, es necesario que se implemente estrategias adecuadas para beneficiarse del turismo interno determinado en el presente estudio, y de esta manera lograr permanencia en el mercado.
- Se debe implementar estrategias de promoción del sector destacando las ventajas con las que cuenta la ruta turística, con sus atractivos, ubicación, facilidades, precio y de esta manera lograr aumentar las llegadas de turistas y visitantes.
- Se fortalece la conciencia social y ambiental a los habitantes, a los visitantes y así conservar las características originales de los recursos naturales.

### 5.3 Bibliografía

Banco Central del Ecuador. (2013). *Estadísticas*. Quito.

Calero, J. (2012, diciembre). Vivir Ecuador, una plataforma social para difundir destinos turísticos a través de becarios. *Ecuador a Colores*, 12, 4.

CEP Corporación de Estudios y Publicaciones. (2013). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador: CEP Corporación de Estudios y Publicaciones.

Consulting, T. &. (2009). *PLANDETUR - Plan integral de marketing turístico para el turismo interno de Ecuador PIMTE 2014*. Quito.

Davila, Z. S. (2001). *Automatización de Procesos*.

Definición de. (2008). *turismo*. Retrieved 01 28, 2014 from <http://definicion.de/turismo/>

DTS Consultores. (2007). *Identificación y puesta en valor de rutas turísticas Informe final*. Coquimbo.

Ecuador turistico tv. (2010, 11). *promoción turística de Ecuador, San Miguel de Bolívar*. Retrieved 11 27, 2013 from [www.ecuadorturistico.tv.ec: http://ecuadorturistico.tv/ec/san-miguel-de-bolivar/](http://www.ecuadorturistico.tv/ec/san-miguel-de-bolivar/)

Empresa Pyme. (2013a). *como hacer un plan de negocios*. Retrieved 01 28, 2014 from [http://www.empresa-pyme.com/\\_blog/-Como-hacer-un-plan-de-negocio](http://www.empresa-pyme.com/_blog/-Como-hacer-un-plan-de-negocio)

Fernandez, G. (2014, enero 5). *informe*. Retrieved enero 5, 2014 from <http://www.ehu.es/Degypi/Gestion/gespro2va.htm>: <http://www.ehu.es/Degypi/Gestion/gespro2va.htm>

Garaicoa, F. (2001). *Diseño y creación de la ruta turística “jardines y viveros tropicales” mediante un inventario turístico*. Tesis, Universidad Estatal de Milagro.

- Gobierno Autonomo Descentralizado de la Provincia de Bolívar. (n.d.). <http://www.gobiernodebolivar.gob.ec/>. Retrieved enero 9, 2014 from <http://www.gobiernodebolivar.gob.ec/>: <http://www.gobiernodebolivar.gob.ec/>
- Gobierno provincial de Bolívar. (2009a, 09 09). *cantones de Bolívar*. Retrieved 10 20, 2013 from Balsapamba reseña histórica: [http://www.gobiernodebolivar.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=34](http://www.gobiernodebolivar.gob.ec/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=34)
- Gobierno provincial de Bolívar. (2009b, 09 09). *cantones de Bolívar*. Retrieved 12 20, 2013 from Balsapamba reseña histórica: [http://www.gobiernodebolivar.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=34](http://www.gobiernodebolivar.gob.ec/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=34)
- Gobierno provincial de Bolívar. (2009c, 09 09). *Cantones de Bolívar*. Retrieved 12 27, 2013 from Balsapamba reseña histórica: [www.gobiernodebolivar.gob.ec](http://www.gobiernodebolivar.gob.ec)
- Infocentro Balsapamba. (2010). *Infocentro Balsapamba*. Retrieved 11 27, 2013 from [www.infocentros.gob.ec](http://www.infocentros.gob.ec): <http://infocentros.gob.ec/balsapamba/nosotros.php>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (n.d.). Retrieved 12 7, 2013 from Ecuador en Cifras: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)
- Jacome, J. (2010). *Plan de marketing para el parque acuatico de la parroquia Balsapamba, provincia de Bolívar con el proposito de fomentar eel turismo y el desarrollo social y económica*. tesis, UTE, Quito.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. México: Pearson educación.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. Mexico: Pearson Education.
- Ministerio de turismo. (2013). *Ecuador Travel*. Retrieved 10 31, 2013 from Ecuador Potencia Turística: <http://www.ecuador.travel/a-donde-ir/ubicacion/provincias/bolivar>
- Miranda, B. (2007). *Inventario de atractivos turísticos de la Provincia de Bolívar*. Ministerio de Turismo , Riobamba.

- Pared, J. M. (1964). *Monografía de Balsapamba*. Balsapamba.
- Pena, J. (2013, marzo 2). *Rentabilidad*. Retrieved 12 14, 2013 from <http://jesuspena.wordpress.com/2013/03/02/rentabilidad/>
- Puco, R. (2012a). *Análisis de Factibilidad y sostenibilidad de la ruta turística Santa Ana del Pedregal*. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Puco, R. (2012b). *Análisis de Factibilidad y sostenibilidad de la ruta turística Santa Ana del Pedregal*. Quito.
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. Retrieved 10 14, 2013 from Guía para planificadores: <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013, s/m s/d). *Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo - SEMPLADES*. Retrieved 01 21, 2014 from Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017: <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017*. Quito.
- Senplades. (2013). *Plan nacional del buen vivir*. Retrieved 12 10, 2013 from <http://plan.senplades.gob.ec/presentacion>
- Slideshare. (2013). *atractivos turísticos*. Retrieved 11 28, 2013 from como clasificarlos e inventariarlos: <http://www.slideshare.net/patumaldonado/que-es-un-atractivo-turistico>
- Titman, S. &. (2009). *Valoración, el arte y la ciencia de las decisiones de inversión corporativa*. Madrid (España): Pearson Education SA.
- Van Horne, J. &. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. México, Mexico: Pearson Educación.