



**“PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO  
TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE BALCASHI -  
QUIMIAG”**

**AUTOR:**

Caguana Yupangui Hugo Milton.

**CO-AUTOR:**

Silvia Aldáz.

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA  
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**Riobamba – Ecuador**

**2015**

## Índice

<b>ÍNDICE</b> .....	<b>II</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>III</b>
<b>1. “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE BALCASHI - QUIMIAG”</b> .....	<b>1</b>
<b>2. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>2</b>
<b>3.1. ANTECEDENTES DEL TEMA</b> .....	<b>2</b>
<b>3.2. ENFOQUE TEÓRICO</b> .....	<b>3</b>
<b>4. METODOLOGÍA</b> .....	<b>4</b>
<b>4.1. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b> .....	<b>4</b>
<b>5. RESULTADOS OBTENIDOS</b> .....	<b>5</b>
<b>6. CONCLUSIONES</b> .....	<b>7</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>8</b>

## **RESUMEN**

En el presente estudio se analiza la implementación de un complejo turístico en la comunidad de Balcashi de la parroquia de Quimiag. La comunidad de Balcashi es un sector turístico potencial, pero lastimosamente no existen lugares de alojamiento, alimentación y recreación donde los turistas puedan llegar y conocer los atractivos naturales del sector. Cada año la ciudad de Riobamba recibe en promedio 7789 turistas nacionales y extranjeros que llegan a conocer los atractivos turísticos del sector y comunidades aledañas, entre ellas la comunidad de Balcashi, pero lastimosamente los turistas no dejan mayor riqueza en la comunidad ya que su alojamiento, comida, y recreación lo realizan en la ciudad de Riobamba, perdiendo la comunidad ingresos importantes por concepto de turismo. Es por esto que en vista de la afluencia de turistas a la comunidad y la necesidad de un crecimiento turístico sostenible se miró la alternativa de la construcción de un complejo turístico de manera que se asegure que los turistas lleguen más frecuentemente a la comunidad y dejen su riqueza.

## **SUMMARY**

In the present study the implementation of a resort is discussed in the Balcashi town, Quimiag Parish. Balcashi town is a potential tourism area, but unfortunately there are no places of accommodation, food and recreation where tourists can come and learn about the natural attractions of this area. Each year the city of Riobamba receives on average 7789 domestic and foreign tourists who come to see the tourist attractions of the area and surrounding towns, including Balcashi town, but unfortunately tourists leave no greater wealth in the town as their accommodation, food, and recreation is done in the city of Riobamba, this town losing significant revenue from tourism.

# **1. “PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE BALCASHI - QUIMIAG”**

## **2. INTRODUCCIÓN**

Es de conocimiento generalizado que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del país, prueba de ello es que en el año 2014 ingresaron al Ecuador 1557.006 turistas, quienes generaron 1.086,5 millones de dólares según las estadísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador.

Nuestro país posee evidentes ventajas comparativas para convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo en términos de diversidad de paisaje y áreas de interés natural o cultural. Los Complejos Turísticos es un campo amplio y complejo que proporciona a los que en ella se involucran, oportunidades excelentes en ambientes de trabajo generalmente buenos, sin la monotonía de las líneas de montaje y con la opción frecuente de conocer y servir a toda clase de personas.

La comunidad de Balcashi tiene grandes potenciales naturales y culturales que deben ser aprovechada, y es el motivo por la que se planteó la propuesta de creación del complejo turístico, ya que en este sector se ha visto afectado por la migración de persona del campo a la ciudad por que no se encuentra fuentes de trabajo, y con la creación del complejo turístico podremos ayudar a que el sector crezca económicamente y así mejorar la calidad de vida de los poblador.

La implementación de un complejo turístico en la comunidad de Balcashi, de la Parroquia Quimiag exige un proceso de planificación y la aplicación de instrumentos metodológicos que revelen la existencia de un número suficiente de consumidores que justifiquen la instalación de la misma.

### **3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### ***3.1. Antecedentes del tema***

El turismo se ha convertido en un fenómeno mundial que ha generado, y genera, una fuerza económica importante. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) esta actividad será la primera fuerza económica de este siglo.

Ecuador no es la excepción, durante el 2014, la proyección indica que se cerró el año superando el millón y medio de arribos, con una tasa de crecimiento del 14% respecto del año anterior y una generación de divisas de alrededor de 1734.5 millones de dólares. Cifras que ratifican la importancia que tiene este sector dentro de la economía ecuatoriana. Las proyecciones indican que el crecimiento de la actividad turística será mayor en el futuro en cada una de sus modalidades, primordialmente encaminada hacia el turismo de naturaleza o sostenible y orientada hacia la valoración de diferentes aspectos como ambientales y culturales. (Turismo., 2015)

El turismo en Ecuador es el motor y base de la economía nacional, sin embargo, se ha conocido muy poco sobre el desarrollo del modelo de operación turística, iniciado por pioneros en esta actividad, así como su incidencia e impactos, positivos y negativos, generados a nivel social, económico, político, además su manejo técnico, implementado en las áreas naturales protegidas de los Parques Nacionales, debido a la falta de información oficial periódica, debidamente ordenada, sistematizada y puesta a conocimiento de la ciudadanía en general. Esta es una debilidad, que sin duda afecta al tratamiento serio y responsable de la temática relacionada con el turismo en el País.

### **3.2. Enfoque teórico**

#### **1) Proyectos de Inversión.**

Es un conjunto de actividades articuladas entre sí, con el fin de producir determinados bienes y servicios, capaces de satisfacer necesidades y solucionar problemas, dentro de los límites de un presupuesto y un período de tiempo. (Murcia M, 2009, pág. 40)

#### **2) Complejo Turístico**

Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

#### **3) Calidad de Vida**

El concepto de calidad de vida representa un “término multidimensional” de las políticas sociales, significa tener buenas condiciones de vida ‘objetivas’(salud, seguridad física, ingresos, vivienda, transporte, desarrollo productivo y educación) y un alto grado de bienestar ‘subjetivo’(bienestar social, relaciones personales, familia, comunidad y bienestar emocional, autoestima, religión), incluye también la satisfacción de las necesidades colectivas a través de políticas sociales que satisfagan las necesidades individuales. (CEPAL, 2010).

#### **4) Parroquia de Quimiag**

La actividad principal de la parroquia es la agricultura y la ganadería, los varones se dedican a la preparación del suelo, cosecha, comercialización y distribución de productos agrícolas. En cambio las mujeres se dedican

principalmente a los quehaceres del hogar como es la preparación de alimentos, cuidado de los niños, lavado de ropa, aseo de la casa.

#### **4. METODOLOGÍA.**

##### ***4.1. Proceso De Investigación De Mercado***

Inicialmente se plantea la ejecución de una investigación exploratoria, es decir, se pretende examinar y determinar las causas del problema de investigación, familiarizarnos con el fenómeno turístico actual, investigar el comportamiento del mercado turístico, identificar conceptos relacionados con el tema y sugerir afirmaciones verificables.

Posteriormente la investigación tomará un enfoque descriptivo que nos permita puntualizar sobre la manera como se presenta la demanda turística, especificar las características del mercado objetivo y los servicios turísticos que éste requiere y determinar la mezcla de marketing más adecuada para llegar a los usuarios.

##### **1) Población y Muestra**

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

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

##### **Dónde:**

N= 77,887.00	Población
E=7% - 0.07	Margen de error admisible
n = X	Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{77887}{(77887 - 1)0.07^2 + 1}$$

$$n = 204$$

## **2) Recolección de Información.**

La investigación se realizará en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con la aplicación de encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón para determinar si los productos y/o servicios que se ofertarán cumplen con los requerimientos y necesidades de la demanda

## **5. RESULTADOS OBTENIDOS**

El 38% de los visitantes encuestados son de género masculino, mientras que el 62% son de género femenino.

La mayoría de turistas es decir el 20% están en la edad de 22 a 27 años, seguidos por turistas entre 37 a 42 años que son el 19% de la población encuestada. El porcentaje de la población evaluada va disminuyendo después de los 42 años. La mayoría de turistas se encuentran entre los 17 y 37 años de edad lo que permite enfocar los esfuerzos de mercadeo.

La mayoría de los turistas provienen de la ciudad de Guayaquil con un porcentaje igual a 31%, seguido por la ciudad de Riobamba con un 24%, Quito ocupa el tercer lugar con un porcentaje igual a 20%, las ciudades de Cuenca y Ambato poseen los menores porcentajes 16% y 9% respectivamente.



La gran mayoría de los visitantes a la comunidad cursan sus estudios secundarios, siendo un total del 48% de la población encuestada, seguido por un 39% de visitantes que poseen instrucción, quedando con un porcentaje mínimo los visitantes con postgrado.

El 66% de visitantes se hospedan en un Hotel, 9% de visitantes se hospedan en un Hostal, el 25% de encuestados mencionan que se hospedan en una Hostería, 0% ninguno de los encuestados se hospedaron en un Complejo Turístico.

El gráfico muestra que la mayoría de los turistas en un 69% se hospedaron por 3 días, el 19% de los turistas se hospedaron por más de 5 días y el 12% de visitantes encuestados se hospedaron por 2 días, lo que muestra que Balcashi puede albergar a estos turistas.

Los turistas tienen una buena capacidad de pago, ya que mencionan en un 76% que pagan más de 15 dólares por los servicios prestados por concepto de hospedaje.

En promedio viajan 5 personas aproximadamente, siendo los picos más altos 3 personas y 9 personas con el porcentaje de 29% para ambos casos.

El 62% de visitantes viaja por razones de recreación, el 29% de visitantes menciona que viaja por trabajo, y el 9% de visitantes viaja por otros motivos.

Los servicios complementarios más ofertados son la alimentación en un 63% y transporte en un 21%. Los servicios menos explotados y que tienen gran potencial son guianza en un 5%, spa en un 3% y venta de souvenirs en un 2%.

El 77% de visitantes mencionan que si conocen hospedajes que brindan la mayoría de los servicios, y el 23% menciona que desconocen de lugares de hospedaje que brinden todos los servicios.

El 94% de visitantes mencionan que si debe existir un complejo turístico con todos los servicios en un mismo lugar, y el 6% menciona que no les interesa.

El 26% de visitantes mencionan que debe contar con una buena infraestructura y decoración, el 21% menciona que debe existir un bar para tomarse un café, el 19% menciona que debe existir salas de juegos para la distracción, el 18%

menciona que debe existir ventas de paquetes turísticos, mientras que el 16% que debe existir una Discoteca.

El 20% de visitantes mencionan que debería ofertarse los city tours, el 14% menciona que debe ofertarse también servicios de recreación, el 6% de los visitantes menciona que debe ofertarse cabalgatas, mientras que el 5% menciona que necesitan alquiler de motos, el 11% menciona que debe existir servicio de transporte. El 16% dice que deben contar con garaje, el 13% dice que es necesario la guardianía, y el 15% debe contar con servicio de internet.

## **6. CONCLUSIONES**

1. Existen altos niveles de migración nacional e internacional por parte de los pobladores de la parroquia, esto se debe entre otras causas a la escasez de fuentes de empleo, escasos lugares de educación de calidad y falta de identidad cultural hacia la parroquia.
2. El Gobierno autónomo descentralizado de la provincia de Chimborazo plantea planes de mejoramiento de la calidad de vida, mediante inversiones en la creación de complejos que exploten los atractivos turísticos de la provincia; Quimiag es una parroquia que posee potencial turístico y está dentro de los planes de mejoramiento; lo anterior nos muestra un gran apoyo para avanzar con el proyecto de construcción del complejo.
3. La información turística de la zona centro demuestra que existe una afluencia considerable de turistas a la provincia de Chimborazo cada año. Los resultados obtenidos en las encuestas tanto nacionales como extranjeras determina que el 98% de los turistas encuestados están de acuerdo con la creación del Complejo Turístico.
4. Concluimos que después de haber realizado los estudios de los primeros capítulos, se pudo determinar la viabilidad par al desarrollo de la propuesta llegando a obtener los niveles deseados.

## **7. BIBLIOGRAFÍA**

CEPAL, C. e. (2010). *Calidad de Vida: Conceptos y medidas.* .

Murcia M, J. D. (2009). *Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación.* Bogota: Bogota, Alfaomega Colombiana S.A. Obtenido de <http://definicion.de/proyecto-de-inversion/>

Quimiag., G. A. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia Quimiag 2012-2021.*

Turismo., M. d. (2015). *Turismo ecuatoriano en su mejor momento.* Obtenido de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)