



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), noviembre-diciembre 2024,
Volumen 8, Número 6.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6

EVALUACIÓN DEL USO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA BALSAPAMBA, PROVINCIA DE BOLÍVAR, 2024

**EVALUATION OF THE TOURIST USE OF THE
BALSAPAMBA PARISH, PROVINCE OF BOLÍVAR, 2024**

Liz Jianella Miranda Cárdenas

Universidad Estatal de Milagro, Ecuador

Freddy Leonardo Garaicoa Fuentes

Universidad Estatal de Milagro, Ecuador

Jaritza Jeling Avilés Troncoso

Universidad Estatal de Milagro, Ecuador

Genesis Belén Sornoza Jaime

Universidad Estatal de Milagro, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15038

Evaluación del Uso Turístico de la Parroquia Balsapamba, Provincia de Bolívar, 2024

Liz Jianella Miranda Cárdenas¹

lmirandac4@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-3864-5364>

Universidad Estatal de Milagro

Ecuador

Freddy Leonardo Garaicoa Fuentes

fgaraicoaf@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0608-0411>

Universidad Estatal de Milagro

Ecuador

Jaritzza Jeling Avilés Troncoso

javilest2@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0001-2746-3801>

Universidad Estatal de Milagro

Ecuador

Genesis Belén Sornoza Jaime

gsornoza@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-2025-6475>

Universidad Estatal de Milagro

Ecuador

RESUMEN

El objetivo de este estudio es evaluar el uso turístico de la parroquia Balsapamba, incluyendo a la oferta turística, caracterización de los atractivos y medición de satisfacción de los visitantes, mediante la aplicación de fichas de observación estructurada se logró obtener resultados sobre el análisis actual de la planta turística, ficha metodológica de inventario de atractivos turísticos para conocer sus fortalezas y debilidades, y encuestas que constan de 15 preguntas cerradas divididas en tres secciones: demográfica, turística y de comunicación, realizadas de manera presenciales y con la herramienta google forms, sobre calificar el nivel de satisfacción de los visitantes acerca de la oferta turística,. Se utilizó un diseño descriptivo y de campo y un método inductivo. Los principales resultados revelan deficiencias en los servicios de alimentos y bebidas, la ausencia de centros de información turística y la limitada infraestructura turística que afecta el desarrollo del sector, que a pesar de contar con atractivos naturales potenciales, la gestión local no ha mantenido un crecimiento sostenido. Los visitantes son de niveles socioeconómicos medio bajos y muestran un nivel de satisfacción neutro y se destaca que los medios online no han sido efectivos para mejorar la calidad del servicio y atraer más turistas.

Palabras clave: uso turístico, balsapamba, oferta turística

¹ Autor principal

Correspondencia: lmirandac4@unemi.edu.ec

Evaluation of the Tourist Use of the Balsapamba Parish, Province of Bolívar, 2024

ABSTRACT

The objective of this study is to evaluate the tourist use of the Balsapamba parish, including the tourist offer, characterization of the attractions and measurement of visitor satisfaction, through the application of structured observation sheets it was possible to obtain results on the current analysis of the tourist plant, methodological inventory sheet of tourist attractions to know their strengths and weaknesses, and surveys that consist of 15 closed questions divided into three sections: demographic, tourist and communication, carried out in person and with the google forms tool, on rating the level of satisfaction of visitors about the tourist offer. A descriptive and field design and an inductive method were used. The main results reveal deficiencies in food and beverage services, the absence of tourist information centers and the limited tourist infrastructure that affects the development of the sector, which despite having potential natural attractions, local management has not maintained growth. sustained. Visitors are from medium-low socioeconomic levels and show a neutral level of satisfaction and it is highlighted that online media have not been effective in improving the quality of service and attracting more tourists.

Keywords: tourist use, balsapamba, tourist offer

Artículo recibido 02 octubre 2024

Aceptado para publicación: 12 noviembre 2024



INTRODUCCIÓN

En Ecuador se encuentran atractivos, actividades y destinos que crean experiencias únicas para el viajero nacional e internacional, lo que ha dado como resultado una importante fuente de ingresos para las regiones y comunidades. Según Caiza & Molina (2012) menciona que, para las comunidades, el turismo es una “actividad económica generadora de beneficios, que en las últimas décadas se ha desarrollado de manera acelerada a nivel mundial, permite conocer sitios únicos, culturas impresionantes, paisajes increíbles”.

Para este estudio se ha seleccionado la parroquia Balsapamba del cantón San Miguel, provincia de Bolívar la cual tiene al turismo como eje central de su actividad económica, ya que posee atractivos naturales y culturales, añadido a ello la producción de frutas tropicales, elaboración de artesanías, bebidas y platos típicos. Como antecedentes se conocen que los turistas que han visitado la parroquia Balsapamba, provienen de muchas ciudades del país, son relativamente jóvenes y visitan el lugar por placer o diversión, esta información permite identificar el perfil del turista y tomar en cuenta su preferencia en la oferta turística de la parroquia. Hernández (2021).

La producción agrícola de la parroquia Balsapamba ha permitido que la empresa privada realice inversiones para construir centros turísticos, complejos recreacionales, establecimientos de alojamiento y alimentación, pero existe carencia de oficina de información y promoción turística, además de anclaje en servicio turístico con promotoras – agencias, según Rea (2022). En sentido general la provincia de Bolívar presenta un débil fortalecimiento de la infraestructura y vías de accesos a centros turísticos, como también la falta de incentivos financieros para el desarrollo de actividades turísticas innovadoras, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2021-2025).

Con este estudio se pretende exponer la importancia de la actividad turística para la parroquia, dando a conocer sus potencialidades, motivando también al uso y competencia del GAD en la optimización de los recursos. Esta información es un aporte para las autoridades de la parroquia, los servidores turísticos, la comunidad, y profesionales asociados al entorno turístico, mediante la promoción de los atractivos y venta de los servicios se fomenta la afluencia de turistas, que como se pudo analizar en diversas fuentes tienen escasa información de la oferta del destino.

El análisis de este estudio se enfoca en el uso turístico de la parroquia Balsampaba que antiguamente

conectaba la región Costa con los Andes en una vía llamada Flores y El Torneado, en este territorio se encuentran atractivos turísticos como cascadas, fábricas de vino, las riberas del río Cristal, miradores, rutas de ciclismo y balnearios. En la vía principal de la parroquia existe limitado número de establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas que ofrecen platos típicos de la zona, lo que genera una fuente de empleo a la comunidad porque aprovechan la visita de turistas para vender sus productos en base de la materia prima del territorio, de los que destacan artesanías y bebidas como el licor de naranja.

En sus principales fiestas se menciona el Festival de la Naranja, donde hay mayor afluencia de turistas que en su mayoría provienen de ciudades cercanas como Guayaquil, Babahoyo, Guaranda, entre otros, y que desean recrearse aprovechando una oferta turística con un costo relativamente económico según Ortiz (2023). Se detalla el área de estudio delimitada que comprende desde el Recinto Las Peñas, pasando por el Recinto *Chaupiyacu* hasta La Quinta El Cristal.

Por ello analizando desde el punto de vista teórico, el uso turístico implica la forma en que los visitantes utilizan los atractivos y servicios de un destino, en el cual se verán reflejados sus intereses, preferencias y comportamientos. Ahora bien, como es de saber en cualquier viaje turístico es probable que existan razones que, al combinarse, se pueden considerar factores motivacionales para el viaje, por ello es importante contar con una oferta diversificada de actividades que faciliten el uso y disfrute turístico. Mason (2020).

En relación a la oferta turística, de acuerdo a Boullon (2006) menciona que la componen los atractivos, la planta turística junto con otros bienes que no son turísticos como la infraestructura y la superestructura, los cuales son puestos en el mercado dentro del sistema turístico. En el contexto actual, la oferta turística constituye una pieza fundamental para promover y mantener la afluencia del visitante, así mismo permite un desarrollo de la estructura social y económica de la comunidad local. Como señala Lestter (2022), para lograr mantener la actividad turística es necesario evaluar, actualizar y rediseñar constantemente las ofertas turísticas. En tal sentido, se debe tener una visión integral del destino previo a la promoción de su oferta, porque el turismo se encuentra en constante transformación. Rodríguez (2023).

Por cuanto al perfil de los visitantes, menciona López (2021), que este análisis reporta beneficios a

ambas partes de la interacción turística, a los colectivos públicos y privados del destino les permite conocer las necesidades y preferencias de los diferentes grupos para enfocar sus acciones, junto con el diseño de productos y servicios turísticos adecuados a cada clase de segmento, mientras que a los visitantes la segmentación los provee de una amplia oferta de destinos, servicios y productos turísticos ajustados a sus deseos y expectativas.

Bajo estos conceptos ha sido necesario detallar por parte de las autoras las siguientes variables que se proponen: Equipamiento e instalaciones, donde como indicadores se han investigado: Número de establecimientos de alojamiento, Número de establecimientos de A&B, Número de centros de información turística; Atractivos turísticos, número de atractivos turísticos ofertados en la parroquia, accesibilidad y condiciones de los atractivos; Satisfacción de los visitantes, porcentaje de visitantes satisfechos con la oferta turística, valoración de los visitantes sobre los atractivos, nivel de recomendación de los atractivos.

En tanto el presente estudio tiene como objetivo general Evaluar el uso turístico de la parroquia Balsapamba, con el propósito de analizar la oferta turística considerando su clasificación y su incidencia en el visitante. Así mismo se caracterizaron los atractivos con el fin de conocer su estado actual de usabilidad. Además se calificó el nivel satisfacción de los visitantes mediante una encuesta, tomando en cuenta los indicadores de calidad de los servicios, accesibilidad a los atractivos y oferta de actividades afines con los parámetros incluidos en la ficha de observación estructurada.

METODOLOGÍA

El tipo de investigación empleada en este estudio de caso sobre la evaluación del uso turístico de la parroquia Balsapamba es descriptiva porque tiene como principal función especificar las propiedades, características, perfiles, de grupos, comunidades, objeto o cualquier fenómeno y de campo porque se realiza en el mismo lugar y en el tiempo donde ocurre el fenómeno. González (2021).

Estos enfoques se caracterizan por la combinación de elementos cualitativos y cuantitativos, los cuales permiten abordar de manera eficaz los objetivos propuestos. Para el análisis del estado actual de la planta turística se utilizó la ficha de observación, que es un instrumento de medición que facilita la obtención de información cualitativa en las visitas de campo.

Para la caracterización de los atractivos y la identificación de las fortalezas y debilidades de los mismos

se aplica la ficha de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo (2017), lo que hace posible que se consolide la información de las diversas dimensiones de este estudio. Para complementar la información levantada dentro de las etapas de parametrización de los atractivos turísticos se utilizó la Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos de Ecuador del Ministerio de Turismo (2017). En lo posterior, se realizó un trabajo de campo que consistió en identificar, inventariar y jerarquizar los atractivos que presentan condiciones para el desarrollo turístico. Por otro lado para la obtención de los datos del nivel de satisfacción del visitante sobre la oferta turística se realizó una encuesta de manera en línea y presencial con preguntas cerradas.

Los métodos de investigación utilizados son el método inductivo, que parte de la observación de hechos concretos o particulares para llegar a una conclusión específica de la investigación cualitativa y el método deductivo que es útil para probar teorías de la investigación cuantitativa. Ambos métodos contribuyen a la comprensión del uso turístico de la parroquia Balsapamba.

En el primer objetivo, por medio de una ficha de observación estructurada *check list* se logró obtener los resultados sobre el análisis de la planta turística actual de la parroquia Balsapamba, en la cual se procedió a levantar la información de manera *insitu*, es decir acudiendo a cada uno de los sitios que ofertan bienes y servicios que conforman la planta turística. Para ello se realizó un listado de siete preguntas mediante una escala de *Likert* que condensan la información de las variables cualitativas que es la evaluación de los servicios y cuantitativas que son el número de establecimientos de alojamiento, A&B, centros de información turística, guías, agencias de viaje y transporte público existentes en la parroquia. Por otra parte, en el segundo objetivo que trata de la caracterización de los atractivos de la parroquia para conocer sus fortalezas y debilidades, también se realizó observación de campo con ayuda de una ficha de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo, donde se detalla información real y estructurada de cada uno de los atractivos. Para complementar esa información se utilizó la matriz FODA, una técnica que permitió identificar los factores fuertes y débiles de estos atractivos así como sus oportunidades y amenazas.

En cuanto al tercer objetivo sobre calificar el nivel de satisfacción de los visitantes acerca de la oferta turística, se aplicó como instrumento una encuesta que consta de 15 preguntas cerradas divididas en tres secciones: demográfica, turística y de comunicación. En las preguntas del 1 al 5 se encuentra la

información demográfica que se relaciona a los atributos como edad, sexo, estado civil, nivel de estudios y de ingresos mensuales. Continuando con las preguntas del 6 al 14 se detalla la información turística que considera la satisfacción del visitante sobre los servicios y atractivos y finalmente la pregunta 15 referente a los medios de comunicación detalla el medio por donde el visitante obtuvo información, ya sea de manera online u física.

Ahora bien, para conocer el número de encuestas a realizar se tomó a la Población Económicamente Activa (PEA) de la provincia de Bolívar que tiene 11.690.869 habitantes, la provincia del Guayas que tiene 3.024.114 habitantes y la provincia de Los Ríos con 594.329 habitantes según Censos (2022). Con ayuda de la herramienta *Question Pro* se aplicó el cálculo de la muestra con un nivel de confianza del 95% frente a un margen de error del 5%, como resultado se obtiene una muestra de 385 encuestas.

El 50% de las encuestas se realizaron de manera online mediante la plataforma *Google Forms*, donde se obtuvo un total de 192 respuestas y el otro 50% de manera presencial con un total de 193 encuestas. El proceso de levantamiento de información se realizó en la vía principal de la parroquia Balsapamba donde se encuentran los establecimientos que ofertan diversos servicios turísticos y también dentro de los atractivos turísticos donde se concentra gran parte de los visitantes. En total se realizaron tres visitas al territorio dentro del periodo del 5 al 15 de octubre de 2024.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En base al planteamiento de cada objetivo específico se analizó los resultados:

De acuerdo con el *check list* y observación de campo realizada se evidencia un limitado número de establecimientos de alojamiento cercanos a los principales atractivos y que cuentan con los servicios básicos necesarios para que el visitante disfrute de su estadía. De igual manera los establecimientos de A&B se concentran fuera y dentro del Parque Acuático Josefina Barba pero estos no cumplen en su totalidad con las expectativas del visitante, aún cuando según Diario Los Andes (2024), el parque tiene la capacidad de albergar hasta 3000 personas, destacándose las atracciones asociadas con instalaciones acuáticas, contando con la participación de artistas nacionales en eventos esporádicos realizados en fechas festivas como los carnavales. Por otra parte se evidencia que la parroquia Balsapamba carece de centros de información turística, guías locales y solo cuenta con una agencia de viajes que oferta paquetes turísticos en los que incluye algunos atractivos de la parroquia. Respecto al servicio de

transporte es escaso y en cuanto a los atractivos turísticos naturales gran parte se encuentra abandonada, sin señaléticas en los senderos, lo que impide que se puedan realizar actividades recreativas con seguridad.

Mediante la ficha de inventarios de atractivos turísticos del Mintur se pudo identificar 3 atractivos naturales de jerarquía II que son el Complejo Turístico La Cascada Milagrosa, Cascada de Copalillo y Cascada Mariposa Azul y 2 atractivos culturales de jerarquía I que son el Parque Acuático Josefina Barba y el Parque Central de Balsapamba. También se logró registrar las actividades que se practican en cada uno de ellos principalmente en los atractivos naturales.

Tabla 1: Ficha de resumen de inventario de atractivos turísticos

Atractivos Turísticos de la parroquia Balsapamba					
N°	Nombre	Jerarquía	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Cascada Milagrosa	II	Natural	Ríos	Cascada
2	Cascada de Copalillo	II	Natural	Ríos	Cascada
3	Cascada Mariposa Azul	II	Natural	Ríos	Cascada
4	Parque Acuático Josefina Barba	I	Cultural	Arquitectura	Espacio Público
5	Parque Central de Balsapamba	I	Cultural	Arquitectura	Espacio Público

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2: Descripción de actividades por atractivo

N°	Nombre	Actividades
1	Cascada Milagrosa	Actividades recreativas Natación
2	Cascada de Copalillo	Senderismo Observación de flora y Fauna Canyoning Actividades Recreativas Camping Recorridos guiados Recorridos autoguiados Degustación de platos tradicionales Participación en talleres artesanales Visita a talleres tradicionales
3	Cascada Mariposa Azul	Senderismo Observación de flora y Fauna Canyoning
4	Parque Acuático Josefina Barba	Natación Actividades recreativas
5	Parque Central de Balsapamba	Presentaciones en celebraciones o representaciones en vivo. Participación de talleres artísticos

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al análisis FODA se obtuvo información que comprende: Fortalezas y Debilidades recopiladas del ámbito interno de los atractivos de la parroquia Balsapamaba; y Oportunidades y Amenazas que son las características y limitaciones externas de los mismos.

Tabla 3: Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ubicación estratégica de los atractivos turísticos debido a la cercanía a centros urbanos como Guayaquil. ▪ Las vías están conservadas y permiten fácil acceso a los atractivos. ▪ Existencia de numerosas cascadas, ideales para la práctica de deportes extremos. ▪ La zona cuenta con gran variedad de flora y fauna para realizar turismo de naturaleza. ▪ El clima templado y húmedo de la parroquia favorece la vegetación de los atractivos naturales. ▪ Conservación de tradiciones y costumbres ancestrales como la elaboración del jugo de caña a base del trapiche, elaboración de bebidas artesanales y platos típicos que fomentan el turismo cultural y gastronómico. ▪ Existencia de fincas y quintas que permiten conocer las prácticas agrícolas en la zona. ▪ Amplia oferta de actividades al aire libre. ▪ Plan de desarrollo turístico por parte del GAD de Balsapamba. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fomento de las competencias del GAD en la optimización de los recursos turísticos. ▪ Desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos. ▪ Diseño de nuevas rutas turísticas en las cascadas. ▪ Potencial para el turismo de aventura. ▪ Aprovechamiento del entorno e interés del turista joven para oferta de actividades como senderismo, escalada y canopy y canyoning. ▪ La promoción de la cultura y las tradiciones locales pueden atraer a los turistas interesados en experiencias auténticas. ▪ Fomento del turismo comunitario para mejorar la calidad de vida de los habitantes.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El ingreso a la Cascada Mariposa es poco visible debido a la abundante maleza y carencia de señalización en los senderos. ▪ Limitadas unidades y rutas de transporte público que no abarcan los principales atractivos turísticos. ▪ Baja promoción de los atractivos turísticos naturales y culturales. ▪ Poca coordinación y eficiencia del GAD parroquial para la optimización de los recursos y creación de nuevos productos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alteración del entorno de los atractivos como: La Cascada Milagrosa, la Cascada Mariposa y el Parque Central debido a la erosión, humedad y negligencia. ▪ El Museo Bastión Andino, un importante atractivo cultural de la parroquia está fuera de servicio debido al fallecimiento de su propietario algunas piezas fueron donadas al Museo del Banco Central en Quito. ▪ Falta de conciencia ambiental por parte de la comunidad local, que contamina el entorno y afecta la imagen de los atractivos turísticos. ▪ Reducción de los ingresos económicos y calidad de vida de la comunidad local que se dedica a la prestación de servicios turísticos por el bajo volumen de visitantes. ▪ Desinterés del GAD parroquial en cuanto a impulsar la promoción, la innovación e inversión en los atractivos turísticos.

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 4: Estrategias para mitigar Debilidades

Debilidades	Estrategias
El ingreso a la Cascada Mariposa es poco visible debido a la abundante maleza y carencia de señalización en los senderos.	Realizar inspecciones periódicas en los atractivos y colocar señales en lugares visibles y de fácil acceso con materiales duraderos y resistentes a las condiciones climáticas.
Limitadas unidades y rutas de transporte público que no abarcan los principales atractivos turísticos.	Realizar un estudio detallado de las rutas más demandadas y establecer frecuencias de servicio de transporte sobre todo en temporadas altas y fines de semana.
Baja promoción de los atractivos turísticos naturales y culturales.	Realizar campañas de publicidad de los principales atractivos, así como también de los servicios turísticos que se ofertan a sus alrededores.
Poca coordinación y eficiencia del GAD parroquial para la optimización de los recursos y creación de nuevos productos turísticos.	Promover la transparencia de la gestión del GAD mediante participación ciudadana y rendición de cuentas y establecer alianzas con el sector privado, u otras instituciones para obtener financiamiento para la creación de nuevos productos turísticos.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5: Estrategias para mitigar amenazas

Amenazas	Estrategias
Alteración del entorno de los atractivos como: La Cascada Milagrosa, la Cascada Mariposa y el Parque Central debido a la erosión, humedad y negligencia.	Elaborar proyectos para cada atractivo, incluyendo medidas de protección, restauración y mantenimiento.
El Museo Bastión Andino, un importante atractivo cultural de la parroquia está fuera de servicio debido al fallecimiento de su propietario algunas piezas fueron donadas al Museo del Banco Central en Quito.	El GAD parroquial debería solicitar una concesión de uso del inmueble para gestionar y garantizar su apertura y conservación de este espacio cultural que posee gran valor histórico.
Falta de conciencia ambiental por parte de la comunidad local, que contamina el entorno y afecta la imagen de los atractivos turísticos.	Organizar talleres y crear consejos consultivos para incentivar a la comunidad local a participar en actividades de limpieza, reforestación y cuidado de espacios públicos.
Reducción de los ingresos económicos y calidad de vida de la comunidad local que se dedica a la prestación de servicios turísticos por el bajo volumen de visitantes.	Brindar capacitación y financiamiento a emprendedores locales para el fortalecimiento de otras actividades económicas en base a los recursos que poseen como la agricultura, la artesanía o la producción de alimentos, para revertir la situación sobre todo en temporadas bajas que no hay mucha afluencia de turistas.
Desinterés del GAD parroquial en cuanto a impulsar la promoción, la innovación e inversión en los atractivos turísticos.	Impulsar la gestión del Plan de desarrollo turístico existente y estudiar las estrategias de promoción de destinos similares.

Fuente: Elaboración propia

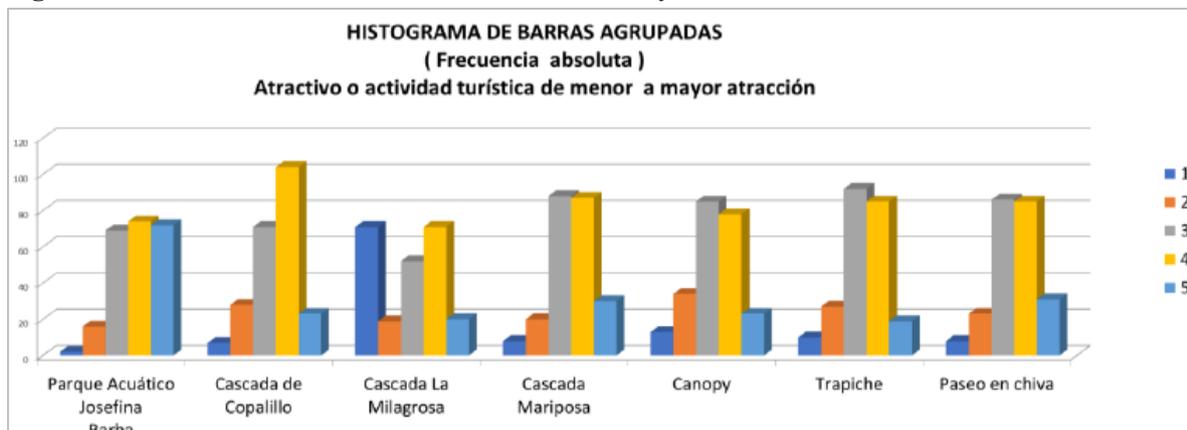
Se evidencia que la mayor fortaleza que poseen los atractivos naturales es la amplia oferta de actividades al aire libre que a su vez crean la oportunidad de potenciar el turismo de aventura en la parroquia con

diseños de rutas turísticas. No obstante la baja promoción turística y poca coordinación del GAD parroquial son debilidades que se presentan en los atractivos culturales y naturales. Y en cuanto a las amenazas se evidencia desinterés por parte del gobierno local en impulsar, invertir e innovar en el turismo.

La encuesta reveló que el género masculino predomina con un 53%, seguido del femenino con un 47%. El 40% tiene entre 25 y 34 años, y el 64% tiene un nivel educativo secundario. El 42% presenta un estado civil de unión libre. Además el 62% tiene un ingreso mensual menor a \$450. En cuanto al medio de transporte el 56% utiliza cooperativa de transporte para trasladarse a la parroquia y el 52% realiza un gasto diario de entre \$50 y \$60. (Ver anexo 4 y 5)

Por otra parte el 44% presenta mayor interés en los atractivos turísticos sobre todo en el Parque Acuático Josefina Barba y la Cascada de Copalillo. El 50% valora como buena la atención de los servicios ofertados y 39% se hospeda en hostales, donde el 33% refleja un nivel neutral de satisfacción. El acceso vial es uno de los factores que mejor califican por lo cual el 74% de encuestados recomienda visitar la parroquia y en cuanto al medio de comunicación el 66% obtuvo información de la oferta de manera online mientras que 34% de manera física.

Figura 1. Atractivo o actividad turística de menor a mayor atracción



Fuente: Elaboración propia

En el grafico se puede observar que las puntuaciones de 3 y 4 son las más altas para los atractivos y actividades, en cuanto a la puntuación 5 solo el Parque Acuático Josefina Barba es el que posee mayor nivel y las puntuaciones de 1 y 2 reflejan un nivel bajo para todos los atractivos y actividades a excepción de la Cascada la Milagrosa.

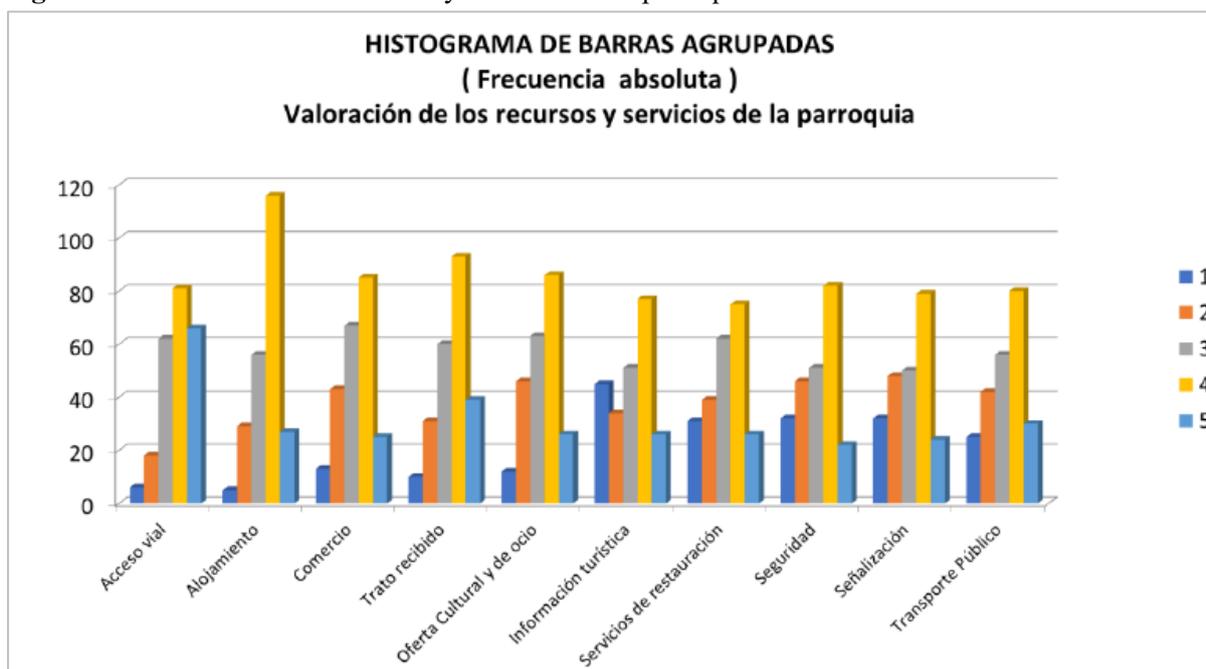
Figura 2. Nivel de satisfacción al visitar los atractivos



Fuente: Elaboración propia

El 33,5% de los encuestados presenta un nivel de satisfacción neutral después de visitar los atractivos, es decir no está ni insatisfecho, ni satisfecho. Por otra parte el 27,9% está algo satisfecho, el 19,7% está algo insatisfecho y el 18,9% está muy satisfecho.

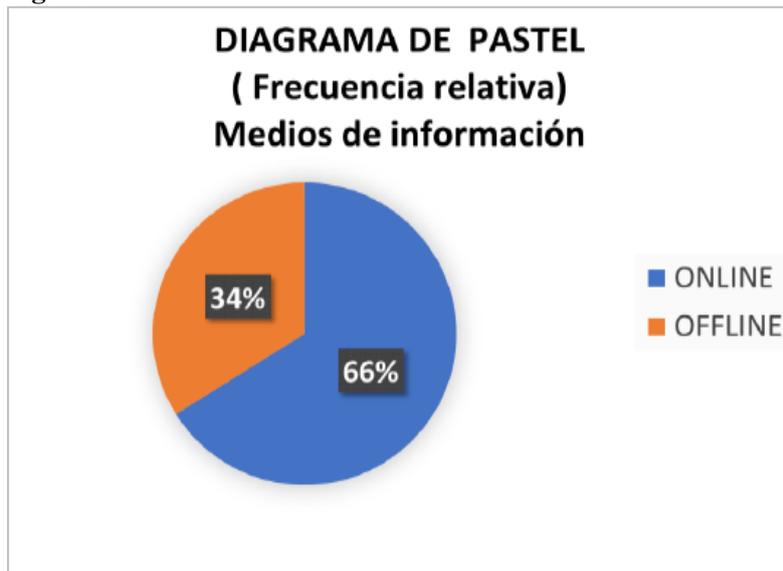
Figura 3. Valoración de los recursos y servicios de la parroquia.



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico se puede observar que las puntuaciones de 3 y 4 son las más altas para todos los recursos y servicios de la parroquia, en cuanto a la puntuación 5 solo el acceso vial posee mayor nivel y en las puntuaciones de 1 y 2 todos los recursos y servicios reflejan un nivel medio.

Figura 4. Medios de información

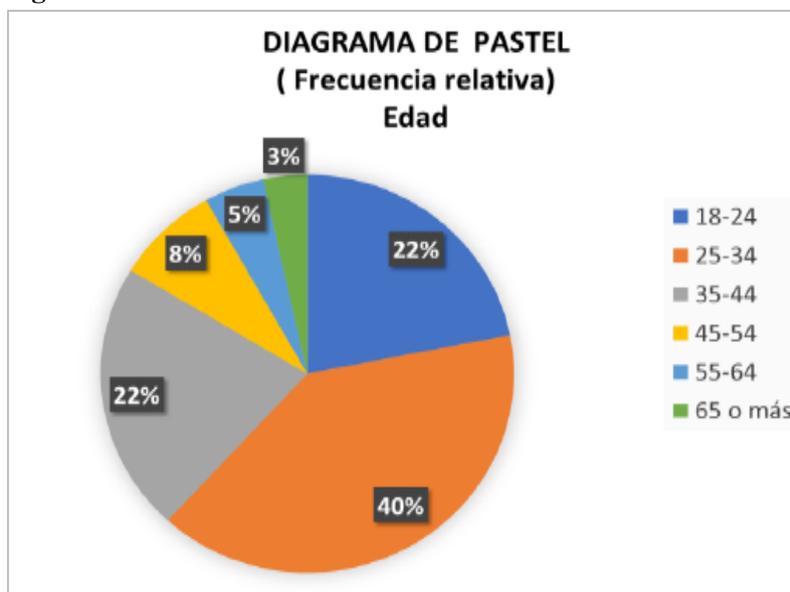


Fuente: Elaboración propia

El 66% de los encuestados se ha informado sobre la oferta turística de la parroquia Balsapamba de manera online y el 34% de manera offline, es decir mediante publicidad física.

Mediante el conocimiento del destino de manera online se puede destacar la página web del GAD parroquial <https://www.balsapamba.gob.ec/>

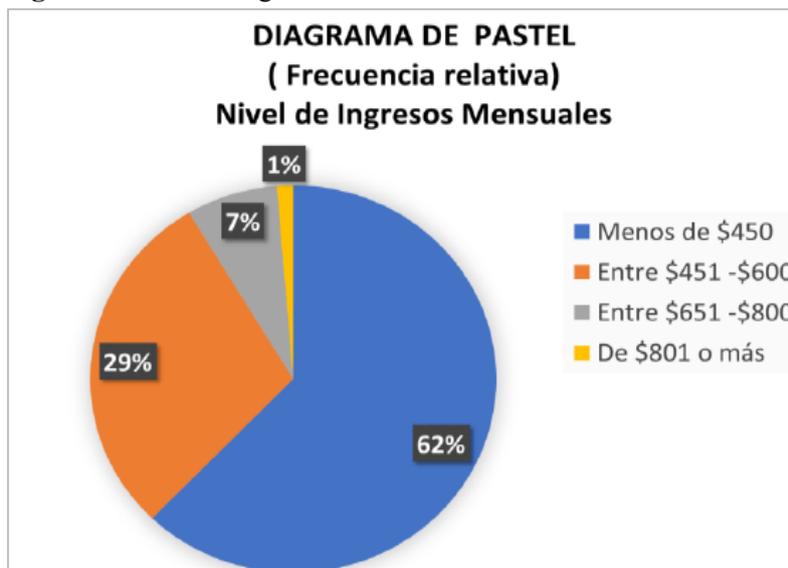
Figura 5. Edad



Fuente: Elaboración propia

El 40% de los encuestados pertenecen a edades entre 25 a 34 años, seguidos del 22% entre 35 a 44 años y otro 22% de 18 a 24 años, con respecto al 8% es de 45 a 54 años, el 5% de 55 a 64 años y el 3% pertenece a mayores a 65 años o más.

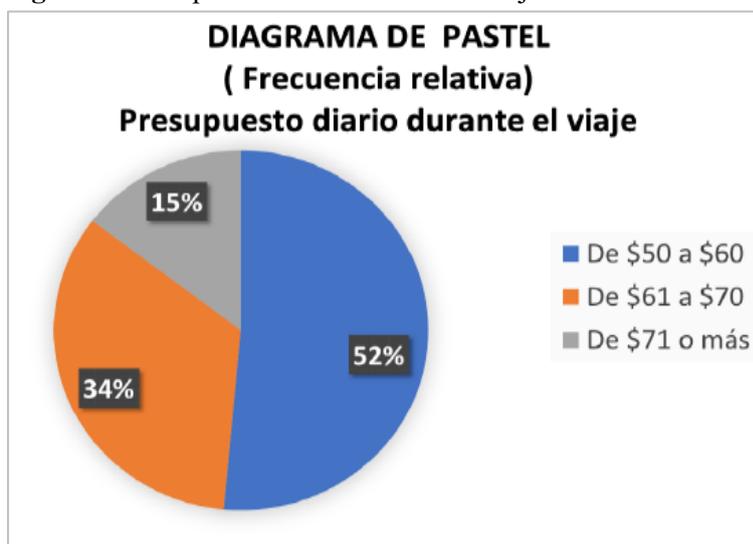
Figura 6. Nivel de ingresos mensuales



Fuente: Elaboración propia

El 62% de los encuestados tienen un ingreso mensual menor a \$450, seguido del 29% con un ingreso mensual entre \$451 y \$600, el 7% tiene un ingreso entre \$601 y \$800 y el 1% tiene ingresos entre \$801 o más.

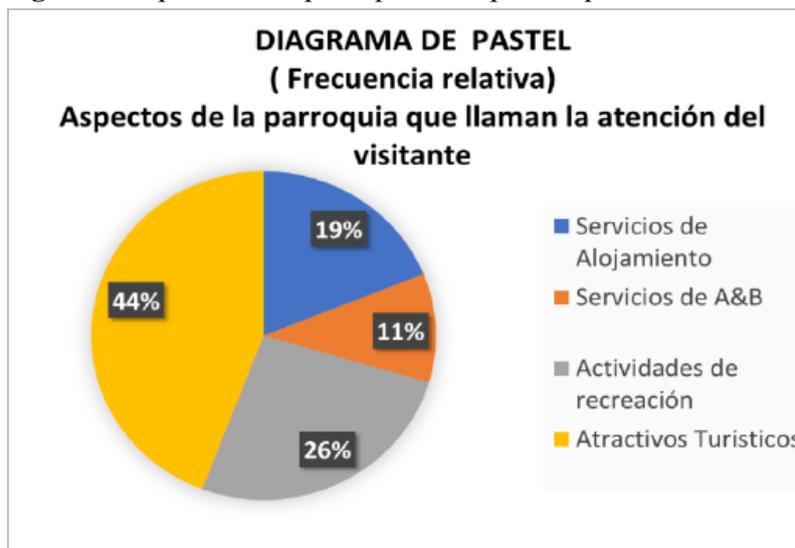
Figura 7. Presupuesto Diario durante el viaje



Fuente: Elaboración propia

El 52% de los encuestados gasta entre \$50 y \$60 diarios durante el viaje, el 34% gasta entre \$61 y \$70 y el 15% gasta \$71 o más.

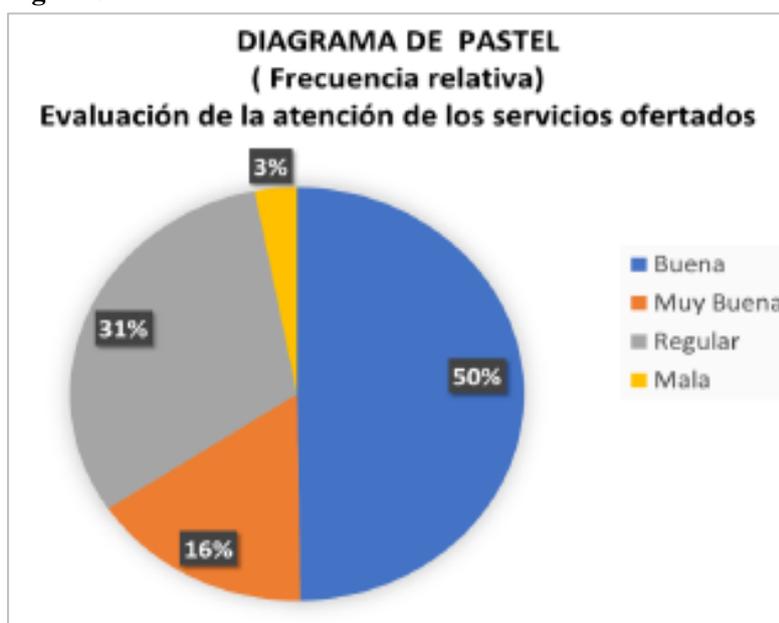
Figura 8. Aspectos de la parroquia Balsapamba que llaman la atención del visitante



Fuente: Elaboración propia

Al 44% de los encuestados le llama más la atención visitar los atractivos turísticos, mientras que el 26% las actividades de recreación, por otra parte al 19% le llama la atención el servicio de alojamiento y al 11% los servicios de A&B.

Figura 9. Evaluación de la atención de los servicios ofertados



Fuente: Elaboración propia

El 50% de los encuestados evalúa como buena la atención de los servicios ofertados en la parroquia, seguido del 31% que considera que es regular. El 16% evalúa la atención como muy buena y el 3% la evalúa como mala.

Figura 10. Tipo de alojamiento del visitante



Fuente: Elaboración propia

El 39% de los encuestados ha realizado su estancia en hostales, mientras que el 21% en alojamiento de familiares y amigos. Por otro lado el 19% en hoteles, el 14% en casas rurales, el 5,2% en casas vacacionales y solo el 1,7% han realizado su estadía en camping.

CONCLUSIONES

La situación actual de la planta turística de la parroquia Balsapamba determinó irregularidades en el funcionamiento de los establecimientos de alimentos y bebidas que al ser evaluados mediante el método de investigación cualitativa no cumplen con las expectativas del visitante debido a la falta de calidad del servicio y al limitado número de negocios. De igual manera se evidenció la falta de centros de información turística, guías, transporte y conservación de atractivos lo que genera un estancamiento económico del sector. Actualmente la única agencia existente en la parroquia oferta paquetes turísticos en alguno de los principales atractivos pero con poca efectividad debido al bajo volumen percibido de clientes y por ende la estabilidad financiera necesaria para invertir.

La implicación de estos hallazgos para la caracterización de los atractivos permitió conocer la existencia de 3 atractivos naturales de jerarquía II con potencial para crear productos turísticos diversificados y 2 atractivos de jerarquía I que son de interés para el visitante pero que no reúnen las condiciones para el desarrollo de productos turísticos y; en base a estos hallazgos se identificó que la mayor fortaleza que poseen los atractivos de jerarquía II es el ilimitado número de actividades recreacionales y la oportunidad de desarrollar productos de interés para el turista sobre todo para el turista aventurero que

busca experiencias desafiantes y emocionantes. Sin embargo las acciones del gobierno local en la optimización de los recursos ha debilitado el desarrollo turístico y en consecuencia se presentan amenazas que no solo afectan la conservación de los atractivos sino también la calidad de vida de la comunidad local que tiene como principal fuente de ingreso económico al turismo.

En conclusión los resultados obtenidos mediante el método de investigación cuantitativa determinaron que el 62% de los turistas que visitan la parroquia Balsapamba son de un nivel socioeconómico medio bajo provenientes de las provincias del Guayas y Los Ríos con niveles de consumo diario de entre cincuenta y sesenta dólares, lo que permite un ligero aporte económico al sector. Además el 33% de los turistas presentan un nivel de satisfacción neutro sobre la oferta, lo que indica que aún se deben mejorar ciertas características de los servicios sobre todo los de alimentos y bebidas que presentan menor porcentaje. Los medios de comunicación online han sido una herramienta eficiente para atraer la atención del visitante sobre la oferta pero carecen de transparencia en cuanto a aspectos como la calidad del servicio y en consecuencia limita el aumento del nivel socioeconómico del mercado actual.

Para evaluar el uso turístico de la parroquia Balsapamba es necesario considerar tanto indicadores cuantitativos como cualitativos, número de establecimientos, fortalezas, debilidades y la satisfacción del visitante. Se recomienda identificar oportunidades de mejora e implementar estrategias para un crecimiento turístico del sector a partir de los resultados obtenidos de estos indicadores.

Se sugiere reorganizar la planta turística debido a la irregularidad que presentan algunos de los principales servicios que se ofertan en la parroquia y tomar como referencia modelos de planificación turística exitosos de otros destinos del país. En este proceso es importante que el gobierno local involucre a la comunidad y al sector privado, de esta manera se podrá garantizar que el desarrollo turístico sea integral generando beneficios económicos, sociales y ambientales para la parroquia.

Se recomienda sensibilizar a la comunidad y a las autoridades sobre la importancia de promover y conservar los atractivos turísticos locales que si bien es cierto tienen gran potencial para la creación de nuevos productos. Es crucial buscar activamente el financiamiento necesario para renovar la infraestructura turística existente y estrategias de promoción, con el objetivo de brindar un mejor servicio que atraiga a los visitantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Boullon, R. (2006). Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas.
- Caiza, R., & Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano. *Turismo, Desarrollo y Buen Vivir* (4), 8. Recuperado el 14 de 06 de 2019, de <file:///C:/Users/USER/Downloads/DialnetAnalisisHistoricoDeLaEvolucionDelTurismoEnTerritor-4180961.pdf>
- Censos, I. N. (2022). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Diario Los Andes. (2024). Parque acuático “Josefina Barba” en Balsapamba te invita a disfrutar de los mejores carnavales del 2024. Recuperado de: <https://www.diariolosandes.com.ec/parque-acuatico-josefina-barba-en-balsapamba-te-invita-a-disfrutar-de-los-mejores-carnavales-del-2024/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia Bolívar. (2021-2025). Obtenido de <https://bolivar.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/PDOT.pdf>
- González, J. L. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (Primera ed.). (E. C. Eirl, Ed.) Arequipa, Perú: Enfoques Consulting Eirl.
- Hernández, F. d. (2021). Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales para turismo alternativo en la Parroquia Balsapamba -Ecuador. *Magazine De Las Ciencias: Revista De Investigación E Innovación*, 6(4), 1-16. 21
- Lestter, P. N. (2022). Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII((Especial 5)), 376-389.
- López, D., Santiago G. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico El caso de cuenca, ciudad patrimonio de la humanidad. España. <https://doi.org/10.24215/27186717e009>
- Mason, P. (2020). *Tourism impacts, planning and management*. Routledge.
- Ministerio de Turismo. (2017). Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (2022). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/2022-un-ano-de-reactivacion-para-el->



[turismo/#:~:text=En%202022%20el%20turismo%20gener%C3%B3%203.5373%20millones%20de%20d%C3%B3lares.](#)

Ortiz, T. (2023). *Diario Expreso*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/ocio/cultura/balsapamba-ruta-saltos-agua-150954.html>

Rea, A. E. (2022). *DSpace de la Universidad Técnica de Babahoyo*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11797>

Rodríguez, N. R. (2023). El turismo en Extremadura: evolución y tendencias pre y post pandemia. *In Geografía: cambios, retos y adaptación: libro de actas. XVIII Congreso de la Asociación Española de Geografía*, 1563-1570.

