



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**HERRERA CHICO MARÍA FERNANDA**

Trabajo de Titulación modalidad: Proyectos de Investigación y Desarrollo,  
presentado ante el Instituto de Posgrado y Educación Continua de la  
ESPOCH, como requisito parcial para la obtención del grado de:

**MAGÍSTER EN GESTIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO**

**Riobamba - Ecuador**

**Marzo 2018**

## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

### CERTIFICACIÓN:

EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El **Trabajo de Titulación modalidad Proyectos de Investigación y Desarrollo**, titulado “PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, de responsabilidad del señora María Fernanda Herrera Chico, ha sido prolijamente revisado y se autoriza su presentación.

Tribunal:

---

Ing. Fredy Proaño Ortiz Ph.D.  
**PRESIDENTE**

---

FIRMA

---

Ing. Carlos Ricaurte Yépez M. Sc  
**DIRECTOR**

---

FIRMA

---

Ing. Roberto Villacrés Arias M. Sc  
**MIEMBRO**

---

FIRMA

---

Ing. Christiam Aguirre Merino M. Sc  
**MIEMBRO**

---

FIRMA

Riobamba, Marzo 2018

## **DERECHOS INTELECTUALES**

Yo, María Fernanda Herrera Chico, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este Trabajo de Titulación y el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

---

**MARÍA FERNANDA HERRERA CHICO**  
No. Cédula: 0603592981

©2018, María Fernanda Herrera Chico

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, María Fernanda Herrera Chico, declaro que el presente proyecto de investigación, es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación de Maestría.

---

**MARÍA FERNANDA HERRERA CHICO**

No. Cédula: 0603592981

## **DEDICATORIA**

La presente investigación dedico a mis abuelitos Julito y Olguita por guiar siempre mis pasos con sabiduría y cariño.

A mis padres por ser mi ejemplo y construir bases firmes para lograr una exitosa vida profesional, por su amor incondicional y entrega desmedida.

A mi esposo por creer siempre en mí, por su amor, paciencia y apoyo incondicional día y noche.

A Benjamín, por ser la principal motivación para esforzarme y seguir superándome. Sé que ahora eres muy pequeño para entender mis palabras, pero cuando seas más grande, quiero que sepas que eres el universo para mí.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser mi fortaleza día a día, a mi tutor Ing. Carlos Ricaurte y miembros del tribunal Ing. Cristiam Aguirre e Ing. Roberto Villacrés, quienes con su experiencia y conocimiento, me guiaron y apoyaron durante la elaboración de la presente investigación.

A mis padres Patricia y Fernando, muchos de mis logros se los debo a ustedes por ser los pilares fundamentales e inculcarme siempre el camino de la superación y el aprendizaje.

A mis hermanos Fernando David y Karen, mi sobrinita Doménica, a mis amigas Laura, Estefanía, Andrea, Daniela, Vero, Alejandra, Nora y Carolina por brindar palabras aliento y fortaleza, por ser mi apoyo incondicional y entregar parte de su tiempo para culminar con este sueño.

A mis amigas de la maestría quienes en todo momento me apoyaron y me ayudaron con paciencia a resolver mis inquietudes.

## CONTENIDO

<b>PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO</b> .....	i
CERTIFICACIÓN: .....	ii
DERECHOS INTELECTUALES.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS .....	xvi
RESUMEN.....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	3
<b>1. MARCO REFERENCIAL</b> .....	3
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	3
<b>1.2. EL PROBLEMA A NIVEL TURÍSTICO</b> .....	8
<b>1.3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	8
<b>1.4. CONCRECIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	10
<b>1.5. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	10
<b>1.6. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	10
<b>1.7. PREGUNTAS DIRECTRICES O ESPECÍFICAS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	11
<b>1.8. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	11
<b>1.9. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	13
CAPÍTULO II .....	14
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	14
<b>2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA</b> .....	14
<b>2.2. BASES TEÓRICAS</b> .....	15
<i>2.2.1. Turismo:</i> .....	15
<i>2.2.2. Desarrollo</i> .....	21
<i>2.2.3. Sistemas</i> .....	24
<i>2.2.4. Sustentabilidad</i> .....	24
<i>2.2.5. Definición de plan estratégico</i> .....	24
<i>2.2.6. Marco conceptual</i> .....	26
CAPÍTULO III.....	29
<b>3. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	29
<b>3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	29
<b>3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	29

3.3.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....	29
3.4.	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	30
3.5.	POBLACIÓN DE ESTUDIO .....	30
3.6.	UNIDAD DE ANÁLISIS .....	30
3.7.	SELECCIÓN DE LA MUESTRA .....	30
3.8.	TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	31
3.9.	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN .....	33
3.10.	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS PRIMARIOS Y SECUNDARIOS.....	35
3.11.	INSTRUMENTOS PARA RECOPIRAR DATOS PROCESADOS .....	35
3.12.	IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES .....	35
3.13.	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	36
	CAPÍTULO IV .....	39
4.	RESULTADOS Y ANÁLISIS .....	39
4.1.	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	39
4.1.1.	<i>Inventario de recursos turísticos .....</i>	<b>39</b>
4.2.	FICHAS ATRACTIVOS TURÍSTICOS .....	42
4.3.	EMPRESAS DEL SECTOR .....	99
4.4.	DEMANDA TURÍSTICA .....	101
4.4.1.	<i>Resultado encuestas turistas nacionales y extranjeros.....</i>	<b>107</b>
4.5.	IMPACTO DEL TURISMO EN LOS ÁMBITOS ECONÓMICO, SOCIAL Y CULTURAL. 141	
4.5.1.	<i>Resultado entrevistas a gestores culturales y responsables de atractivos turísticos. 141</i>	
4.5.2.	<i>Resultado encuestas a la ciudadanía Riobambeña.....</i>	<b>151</b>
4.5.2.1.	<i>Resultados encuesta a la Ciudadanía Riobambeña de 20 a 34 años.....</i>	151
4.5.2.2.	<i>Resultados encuesta a la Ciudadanía Riobambeña de 35 a 49 años.....</i>	159
4.5.2.3.	<i>Resultados encuesta a la Ciudadanía Riobambeña de 50 a 64 años.....</i>	167
	CAPITULO V .....	175
5.	PLAN ESTRATÉGICO. ....	175
5.1.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL - MATRIZ FODA .....	175
5.2.	APORTE AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO .....	178
5.3.	DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. ....	178
5.3.1.	<i>Desarrollo de estrategias. ....</i>	<b>179</b>
5.3.1.1.	<i>Plan de educación patrimonial y cultura. ....</i>	179
5.3.1.2.	<i>Capacitación a prestadores de servicios turísticos. ....</i>	180
5.3.1.3.	<i>Programas de mejoramiento de instalaciones y facilidades turísticas. ....</i>	180
5.3.1.4.	<i>Conservación y salvaguardia del patrimonio cultural. ....</i>	181
5.3.1.5.	<i>Revitalización cultural .....</i>	181
5.3.1.6.	<i>Promoción y difusión de los atractivos turísticos.....</i>	183
5.3.1.7.	<i>Gobernanza turística. ....</i>	186
5.3.2.	<i>Cronograma valorado.....</i>	<b>192</b>
	CONCLUSIONES .....	197
	RECOMENDACIONES .....	199

BIBLIOGRAFÍA .....	200
Anexo A. Resumen atractivos turísticos del cantón Riobamba .....	206
Anexo 2. Cuestionario turistas nacionales .....	209
Anexo 3. Cuestionario turistas extranjeros .....	212
Anexo 4. Guía entrevista informante calificado sector turístico.....	215
Anexo 5. Matriz de análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal).....	216
Anexo 6. Análisis FODA .....	230
Anexo 7. Matriz actividades relacionadas a turismo MINTUR y GADM Riobamba. ....	236

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-1:</b> Entrada de extranjeros .....	5
<b>Tabla 2-1:</b> Pobreza y extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas (N.B.I) .....	6
<b>Tabla 3-1:</b> Ruta de mayor número de pasajeros transportados en ferrocarriles .....	7
<b>Tabla 1-3:</b> Muestra por rango de edades de pobladores de la ciudad de Riobamba .....	32
<b>Tabla 2-3:</b> Operacionalización de Variables .....	36
<b>Tabla 1-4:</b> Reportes y estadísticas del patrimonio cultural del Cantón Riobamba. ....	39
<b>Tabla 2-4:</b> Resumen de los atractivos turísticos jerarquía III.....	40
<b>Tabla 3-4:</b> Oferta turística de alimentos y bebidas.....	99
<b>Tabla 4-4:</b> Oferta turística de alojamiento .....	99
<b>Tabla 5-4:</b> Oferta turística de Centro de Turismo Comunitario (CTC).....	100
<b>Tabla 6-4:</b> Oferta turística de operaciones .....	100
<b>Tabla 7-4:</b> Oferta turística de entretenimiento .....	100
<b>Tabla 8-4:</b> Oferta turística de transporte .....	100
<b>Tabla 9-4:</b> Oferta turística de termas y balnearios .....	101
<b>Tabla 10-4:</b> Llegadas de extranjeros al Ecuador en el periodo 2012 - 2017 .....	102
<b>Tabla 11-4:</b> Registro países con mayor número de llegadas de extranjeros al país 2016 - 2017 .....	103
<b>Tabla 12-4:</b> Proyección de la demanda potencial .....	105
<b>Tabla 13-4:</b> Proyección de la demanda insatisfecha .....	106
<b>Tabla 14-4:</b> Proyección de la demanda objetiva .....	106
<b>Tabla 15-4:</b> Género de turistas por rango de edad .....	107
<b>Tabla 16-4:</b> Género por tipo de turista .....	107
<b>Tabla 17-4:</b> Procedencia de turista.....	108
<b>Tabla 18-4:</b> Procedencia de turistas nacionales .....	108
<b>Tabla 19-4:</b> Procedencia de turistas extranjeros.....	109
<b>Tabla 20-4:</b> Edades por rangos y tipo de turista.....	110
<b>Tabla 21-4:</b> Edades por rango .....	110
<b>Tabla 22-4:</b> Ocupación de los encuestados por tipo de turista.....	111
<b>Tabla 23-4:</b> Ocupación del turista por edad.....	111
<b>Tabla 24-4:</b> Ocupación de encuestados.....	111
<b>Tabla 25-4:</b> Preferencia de tipo de turismo en vacaciones y feriados por tipo de turista.....	113
<b>Tabla 26-4:</b> Preferencia del tipo de turismo en vacaciones y feriados por edad.....	113
<b>Tabla 27-4:</b> Preferencia del tipo de turismo en vacaciones y feriados.....	113
<b>Tabla 28-4:</b> Conocimiento de los sitios turísticos por rango de edad .....	115
<b>Tabla 29-4:</b> Conocimiento de los sitios turísticos .....	115
<b>Tabla 30-4:</b> Actividades de preferencia de turistas para realizar en la ciudad de Riobamba...	117
<b>Tabla 31-4:</b> Actividades de preferencia de turistas para realizar en la ciudad de Riobamba...	118
<b>Tabla 32-4:</b> Actividades de preferencia de turistas para realizar en la ciudad de Riobamba...	119

<b>Tabla 33-4:</b> Alojamiento de preferencia .....	121
<b>Tabla 34-4:</b> Tipo de alojamiento de preferencia .....	121
<b>Tabla 35-4:</b> Tipo de alojamiento de preferencia por rango de edad.....	121
<b>Tabla 36-4:</b> Tipo de alimentación de preferencia por tipo de turista por edad .....	123
<b>Tabla 37-4:</b> Tipo de alimentación de preferencia por tipo de turista .....	123
<b>Tabla 38-4:</b> Tipo de alimentación de preferencia .....	123
<b>Tabla 39-4:</b> Tipo de guianza preferido por los encuestados por rango de edad.....	125
<b>Tabla 40-4:</b> Tipo de guianza preferido por los encuestados .....	125
<b>Tabla 41-4:</b> Tipo de guianza preferido por tipo de turista .....	125
<b>Tabla 42-4:</b> Tipo de transporte requerido por los encuestados .....	127
<b>Tabla 43-4:</b> Tipo de transporte requerido por edad.....	127
<b>Tabla 44-4:</b> Tipo de transporte requerido por tipo de turista .....	127
<b>Tabla 45-4:</b> Preferencia en la forma de viajar por tipo de turista.....	129
<b>Tabla 46-4:</b> Preferencia en la forma de viajar de los encuestados por rango de edad.....	129
<b>Tabla 47-4:</b> Preferencia en la forma de viajar de los turistas .....	129
<b>Tabla 48-4:</b> Número de personas con las que viajan los encuestados por tipo de turista .....	131
<b>Tabla 49-4:</b> Número de personas con las que viajan los encuestados por rango de edad .....	131
<b>Tabla 50-4:</b> Número de personas con las que viajan los encuestados.....	131
<b>Tabla 51-4:</b> Tiempo de estadía en días en la ciudad por tipo de turista .....	133
<b>Tabla 52-4:</b> Tiempo de estadía en días en la ciudad por edad.....	133
<b>Tabla 53-4:</b> Tiempo de estadía en días de los turistas en la ciudad .....	133
<b>Tabla 54-4:</b> Gasto promedio diario por tipo de turista.....	135
<b>Tabla 55-4:</b> Gasto promedio diario por edad .....	135
<b>Tabla 56-4:</b> Gasto promedio diario por tipo de turista en la ciudad.....	135
<b>Tabla 57-4:</b> Época del año de preferencia para viajar por tipo de turista.....	137
<b>Tabla 58-4:</b> Época del año de preferencia para viajar.....	137
<b>Tabla 59-4:</b> Principal fuente de información turística por tipo de turista. ....	139
<b>Tabla 60-4:</b> Principal fuente de información turística por rango de edad. ....	139
<b>Tabla 61-4:</b> Principal fuente de información .....	139
<b>Tabla 62-4:</b> Conocimiento actividades culturales .....	151
<b>Tabla 63-4:</b> Participación en actividades, eventos culturales.....	152
<b>Tabla 64-4:</b> Sitios patrimoniales que la ciudadanía conoce .....	153
<b>Tabla 65-4:</b> Sitios patrimoniales de los cuales se conoce su historia.....	154
<b>Tabla 66-4:</b> Lugar con el cual se identifica.....	155
<b>Tabla 67-4:</b> Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales.....	156
<b>Tabla 68-4:</b> Contribución del turismo al desarrollo local .....	157
<b>Tabla 69-4:</b> El turismo una opción para el Desarrollo Sustentable.....	158
<b>Tabla 70-4:</b> Conocimiento actividades culturales .....	159
<b>Tabla 71-4:</b> Participación en actividades, eventos culturales.....	160
<b>Tabla 72-4:</b> Sitios patrimoniales de los cuales se conoce su historia.....	161
<b>Tabla 73-4:</b> Principal fuente de información .....	162
<b>Tabla 74-4:</b> Lugar con el cual se identifica.....	163
<b>Tabla 75-4:</b> Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales.....	164
<b>Tabla 76-4:</b> Contribución del turismo al desarrollo local .....	165
<b>Tabla 77-4:</b> El turismo una opción para el Desarrollo Sustentable.....	166
<b>Tabla 78-4:</b> Conocimiento actividades culturales .....	167
<b>Tabla 79-4:</b> Participación en actividades, eventos culturales.....	168
<b>Tabla 80-4:</b> Sitios patrimoniales que conoce y ha visitado.....	169

<b>Tabla 81-4:</b> Sitios patrimoniales que conoce su historia.....	170
<b>Tabla 82-4:</b> Lugar con el cual se identifica.....	171
<b>Tabla 83-4:</b> Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales.....	172
<b>Tabla 84-4:</b> Contribución del turismo al desarrollo local .....	173
<b>Tabla 85-4:</b> Principal fuente de información .....	174

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-2</b> Formas de Turismo.....	17
<b>Figura 2-2</b> Componentes del Turismo .....	20
<b>Figura 1-3</b> Identificación de Variables.....	35
<b>Figura 1-4:</b> Gráfico género de los encuestados.....	107
<b>Figura 3-4</b> Gráfico procedencia de los encuestados.....	109
<b>Figura 4-4</b> Gráfico edad de los encuestados .....	110
<b>Figura 5-4</b> Gráfico ocupación de los encuestados.....	112
<b>Figura 6-4</b> Gráfico lugar de preferencia.....	114
<b>Figura 7-4</b> Gráfico conocimiento sitios turísticos Riobamba – turistas nacionales .....	115
<b>Figura 8-4</b> Gráfico conocimiento sitios turísticos Riobamba – tur extranjeros .....	116
<b>Figura 9-4</b> Gráfico actividades de preferencia de turistas.....	120
<b>Figura 10-4</b> Gráfico tipo de alojamiento.....	122
<b>Figura 11-4</b> Gráfico tipo de alimentación preferida por los turistas .....	124
<b>Figura 12-4</b> Gráfico tipo de guianza requerido por turista nacional .....	126
<b>Figura 13-4</b> Gráfico tipo de guianza requerido por turista extranjero.....	126
<b>Figura 14-4</b> Gráfico tipo de guianza requerido por turista extranjero.....	128
<b>Figura 15-4</b> Gráfico tipo de guianza requerido por turista extranjero.....	130
<b>Figura 16-4</b> Gráfico número de personas con las que viajan los encuestados .....	132
<b>Figura 17-4</b> Gráfico Tiempo de estadía en días de los turistas en la ciudad .....	134
<b>Figura 18-4</b> Gráfico promedio diario por turista.....	136
<b>Figura 19-4</b> Época del año que prefieren viajar los encuestados .....	137
<b>Figura 20-4:</b> Gráfico principal fuente de información turística .....	140
<b>Figura 21-4:</b> Escala informe cualitativo.....	141
<b>Figura 22-4:</b> Actividades turísticas que mejoran la economía local .....	142
<b>Figura 23-4:</b> Principales actividades turísticas que generan servicios.....	142
<b>Figura 24-4:</b> Facilidades turísticas.....	143
<b>Figura 25-4:</b> Principales atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba. ....	144
<b>Figura 26-4:</b> Desarrollo cultural de la ciudad de Riobamba .....	144
<b>Figura 27-4:</b> Principales recuerdos culturales en Riobamba.....	145
<b>Figura 28-4:</b> Eventos culturales de esta época.....	146
<b>Figura 29-4:</b> Factores culturales para conseguir desarrollo cultural .....	146
<b>Figura 30-4:</b> Factores principales en el desarrollo cultural.....	147
<b>Figura 31-4:</b> Falencias para el desarrollo local .....	148
<b>Figura 32-4 Reto del desarrollo en la ciudad de Riobamba .....</b>	149
<b>Figura 33-4</b> Principales características para un plan estratégico.....	150
<b>Figura 34-4</b> Gráfico principal fuente de información turística .....	151
<b>Figura 35-4</b> Gráfico principal fuente de información turística .....	152

<b>Figura 36-4 Gráfico</b> principal fuente de información turística .....	153
<b>Figura 37-4 Gráfico</b> principal fuente de información turística .....	155
<b>Figura 38-4 Gráfico</b> principal fuente de información turística .....	156
<b>Figura 39-4 Gráfico</b> principal fuente de información turística .....	157
<b>Figura 40-4 Gráfico</b> principal fuente de información turística .....	158
<b>Figura 41-4 Gráfico</b> conocimiento de actividades turísticas .....	159
<b>Figura 42-4 Gráfico</b> participación en actividades .....	160
<b>Figura 43-4 Gráfico</b> Sitios patrimoniales que ha visitado la ciudadanía.....	161
<b>Figura 44-4 Gráfico</b> Sitio histórico con el cual se identifica.....	163
<b>Figura 45-4 Gráfico</b> factores que afectan al centro histórico .....	164
<b>Figura 46-4 Gráfico</b> turismo contribuye al desarrollo.....	165
<b>Figura 47-4 Gráfico</b> turismo una opción para el desarrollo sustentable.....	166
<b>Figura 48-4 Gráfico</b> conocimiento de actividades culturales.....	167
<b>Figura 49-4 Gráfico</b> participación en actividades o eventos culturales .....	168
<b>Figura 50-4 Gráfico</b> sitios patrimoniales que conoce.....	169
<b>Figura 51-4 Gráfico</b> factores que afectan al centro histórico .....	172
<b>Figura 52-4 Gráfico</b> turismo una opción para el desarrollo local.....	173

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

<i>Fotografía 1 Iglesia Monasterio la Concepción.....</i>	<i>42</i>
<i>Fotografía 2 Iglesia La Catedral.....</i>	<i>45</i>
<i>Fotografía 3 Colegio Nacional Maldonado.....</i>	<i>48</i>
<i>Fotografía 4 Parque Pedro Vicente Maldonado.....</i>	<i>51</i>
<i>Fotografía 5 Edificio del Servicio De Rentas Internas. SRI.....</i>	<i>54</i>
<i>Fotografía 6 Museo de Arte Religioso- Convento de las Madres Conceptas.....</i>	<i>57</i>
<i>Fotografía 7 Edificio Correos del Ecuador.....</i>	<i>60</i>
<i>Fotografía 8 Parque Antonio José de Sucre.....</i>	<i>63</i>
<i>Fotografía 9 Plaza Roja de la Concepción.....</i>	<i>65</i>
<i>Fotografía 10 Estación del Ferrocarril.....</i>	<i>68</i>
<i>Fotografía 11 Parque 21 de abril.....</i>	<i>71</i>
<i>Fotografía 12 Casa Museo de la ciudad.....</i>	<i>74</i>
<i>Fotografía 13 Capilla del Sacrilegio.....</i>	<i>77</i>
<i>Fotografía 14 Iglesia de la Basílica Sagrado corazón de Jesús.....</i>	<i>80</i>
<i>Fotografía 15 Mercado Mariano Borja (La Merced).....</i>	<i>83</i>
<i>Fotografía 16 Parque RICPAMBA.....</i>	<i>86</i>
<i>Fotografía 17 Palacio municipal.....</i>	<i>88</i>
<i>Fotografía 18 Edificio de la Gobernación.....</i>	<i>91</i>
<i>Fotografía 19 Parque la Libertad.....</i>	<i>94</i>
<i>Fotografía 20 Iglesia de San Francisco.....</i>	<i>97</i>

## RESUMEN

El objetivo fue identificar y estudiar los elementos de la actividad turística, y su impacto en los ámbitos económico, social y cultural, así como las actividades y factores que permiten dinamizar el desarrollo local de la ciudad. La investigación se caracteriza por realizar un estudio descriptivo y analítico, recolecta información, observa, estudia y correlaciona los hechos. Se basa en dos enfoques: cualitativo y cuantitativo. La investigación cualitativa se la realizó a través de entrevistas a profundidad a informantes calificados del ámbito turístico, responsables de atractivos turísticos culturales y gestores culturales, quienes expusieron: razones, actitudes, factores de desarrollo y deficiencias existentes dentro del sector. La investigación cuantitativa se ejecutó mediante encuestas a pobladores entre 16 y 81 años, y a turistas nacionales y extranjeros, con la finalidad de estructurar, cuantificar y comparar opiniones. Riobamba es conocida como la ciudad de las primicias, la principal actividad que se está coordinando y desarrollando es la capacitación, con el objetivo de perfeccionar la cadena de valor turística, y desarrollar actividades que sean integrales. Las facilidades turísticas que se ofrecen actualmente son pocas. Dentro del ámbito turístico las principales deficiencias son: escasa coordinación entre entes involucrados, poco conocimiento y valoración del patrimonio, descuido de bienes patrimoniales, escaso desarrollo de paquetes turísticos, insuficiente promoción e información a la ciudadanía y turistas. Al presente, Riobamba es sólo una ciudad de paso. En conclusión, se orientó el plan estratégico a impulsar el crecimiento del turismo, garantizar la identidad de la población, preservar los recursos históricos y culturales, y participación activa entre actores involucrados con el objetivo de generar desarrollo local y económico.

**Palabras clave:** DESARROLLO SUSTENTABLE, DESARROLLO LOCAL, TURISMO, PLAN ESTRATÉGICO, ATRACTIVOS TURÍSTICOS, RIOBAMBA(CANTÓN)

## **ABSTRACT**

The objective was to identify and study the elements of tourism activity, and its impact on the economic, social and cultural sphere, as well as activities that allow boosting the local development of the city. The research characterized by conducting a descriptive and analytical study, collecting information, observing, studying and correlating the facts. It based on two approaches: qualitative and quantitative. The qualitative research performed through in-depth interviews with qualified informants from the tourism sphere, responsible for cultural tourist attractions and cultural managers, who exposed: reasons, attitudes, development factors and deficiencies existing within the sector. The quantitative research performed through residents' surveys between 16 and 81 years, and national and foreign tourists with the purpose of structuring, quantifying and comparing opinions. Riobamba is known as the city of firsts, training is the main activity that coordinates, and develops with the aim of improving the tourism value chain and develops activities that are comprehensive. The tourist facilities that currently offer, they are few. Within the tourist sphere, the main deficiencies are poor coordination between involved entities, little knowledge, and appreciation of heritage, neglect of heritage assets, and scarce development of tour packages, insufficient promotion and information to citizens and tourists. At present, Riobamba is just a city of passage. In conclusion, the strategic plan was oriented to boost the growth of tourism, and guarantee the identity of the population, preserve historical and cultural resources, and active participation among involved stakeholders with the aim of generating local and economic development.

**Keywords:** SUSTAINABLE DEVELOPMENT, LOCAL DEVELOPMENT, TOURISM, STRATEGIC PLAN, TOURIST ATTRACTIONS, RIOBAMBA (CANTÓN)

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas más importantes y con mayor actividad que exhibe este mundo. La Organización Mundial de Turismo (OMT), declara que esta actividad contribuye al desarrollo incluyente, sostenible y crecimiento económico. Durante las últimas seis décadas, este sector se ha mantenido en expansión y diversificación. Además, es una herramienta para alcanzar los objetivos propuestos por la Organización de las Naciones Unidas, que están encaminados a disminuir la pobreza e impulsar el desarrollo sostenible a nivel mundial. Lo mencionado, en conjunto puede ser fundamental, principalmente en países en desarrollo, en dónde los recursos naturales no son explotados, y las acciones económicas de otro tipo que ofrecen un potencial desarrollo sostenible son mínimas, desde el ámbito económico y ambiental. (OMT, 2012)

De esta forma, el turismo es catalogado como la actividad que se sitúa dentro de un territorio con connotaciones sociales, culturales y de identidad, es una componente estratégico para el progreso de un lugar específico (Bertoncello, 2002). Cifras presentadas por la OMT, indican que las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial han pasado de 674 millones en el año 2000 a 1.235 millones en 2016, lo que equivale a un incremento del 3.9% con relación al año 2015. Según, perspectivas de la OMT, la actividad turística mantendrá una tendencia de crecimiento anual de 3.3%, por tanto, para el 2030 habrán 1.800 millones de turistas. (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2016). Datos presentados en el año 2016 por World Travel and Tourism Council, exhiben que el sector turístico generó aproximadamente 284 millones de puestos de trabajo, es decir, uno de cada once empleos en el planeta. Expone, además, en el año 2015 que el sector de Viajes y Turismo creció en 2.8%, superando por quinto año consecutivo al crecimiento global de 2.3%. La contribución que ha generado el sector turístico al PIB mundial en el año 2015 fue 9.8% (7,2 billones de dólares). (Council, 2016)

Con respecto a destinos turísticos, América es sin duda una de las regiones con mayor riqueza, sin embargo, el Foro Económico Mundial, indica que, para mantener al sector turístico de Sudamérica en crecimiento, las autoridades locales deben facilitar el desarrollo de negocios, la conectividad, aumentar la seguridad y protección a los turistas. En el mercado turístico internacional, Ecuador es considerado como un destino por descubrir, posee múltiples zonas de gran atractivo, biodiversidad, diversidad cultural de grupos étnicos y lingüísticos (OMT, Organización Mundial del Turismo UNWTO. Panorama OMT del turismo internacional., 2012).

Ecuador de acuerdo al Panorama internacional de la OMT, es un país considerado como un destino por descubrir, posee múltiples zonas de gran atractivo, biodiversidad, diversidad cultural

de grupos étnicos y lingüísticos. En el año 2016, de acuerdo a cifras presentadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, al país llegaron 1.418,159 turistas extranjeros, en relación a lo mencionado, la actividad turística generó 285.5 millones de dólares. Los país con mayor número de llegadas en el año 2016 fueron: Estados Unidos, Colombia y Perú; mientras que en año 2017 fueron: Estados Unidos, Colombia y Venezuela.

Actualmente, se ha reconocido al turismo como prioridad y estrategia territorial nacional, con la finalidad de “Promover el desarrollo del turismo a lo largo del territorio nacional considerando las características culturales y paisajísticas de cada región” (SENPLADES, 2013). El máximo elemento de planificación nacional, Plan Nacional del Buen Vivir, incluye al turismo, en el “Objetivo 10: Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva”; “Política 10.3: Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios”; enfocada hacia: inclusión económica, interrelación entre el sector público y privado, diversificación y promoción de nuevos sectores con mayor productividad, competitivo, sostenible y sustentable.

En este contexto, la presente investigación aborda la problemática turística del cantón Riobamba, ciudad llena de historia y costumbres, que evidencia la resistencia a las conquistas incásica y española. Es un destino turístico esencial para descubrir los principios de la nacionalidad ecuatoriana. El Centro Histórico Urbano con sus edificaciones, parques, monumentos e iglesias de arquitectura del siglo XX, invita a profundizar el pasado y presente, y la diversidad cultural. (Riobamba, 2002).

El Plan Estratégico para el desarrollo sustentable del turismo en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, asume el reto de fortalecer esta actividad como un medio idóneo para mejorar la economía local con la participación decidida de la comunidad. Direcciona al turismo como un socio local, dinamizador del desarrollo económico, social y sustentable de la ciudad de Riobamba.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO REFERENCIAL

#### 1.1. Planteamiento del problema

Desde el año 2012 el Ecuador se encuentra impulsando el cambio de la Matriz Productiva, la misma que propone cambios estructurales, encaminados hacia nuevas formas de producción, diversificación en nuevos sectores e inclusión económica, dentro de los desafíos se encuentran la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con mayor productividad, competitivos, sostenibles y sustentables; dentro de este contexto, se incluye al turismo como un sector prioritario para la inversión de recursos públicos y privados.

Los lineamientos dentro del eje de matriz productiva, implantados en la Estrategia Territorial Nacional, puntualizan lo siguiente: “Promover el desarrollo del turismo a lo largo del territorio nacional considerando las características culturales y paisajísticas de cada región”; y, entre las primordiales líneas de gestión para la Zona tres de Planificación (Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza), se establece: “Impulsar el crecimiento del turismo en sus diversas modalidades en el marco de la economía popular y solidaria” (SENPLADES, 2013). Así también, la Constitución de la República (Art.1)<sup>1</sup> (Ecuador, Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008), reconoce que las costumbres y formas de vida le dan un sentido de identidad a los territorios.

El “Objetivo 10, del Plan Nacional del Buen Vivir, indica en los Lineamientos: “g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera”; “h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente”. (SENPLADES, 2013).

En el Ecuador, desde el año 2014 el turismo se ha convertido en la tercera fuente de ingresos del país. Entre los indicadores económicos básicos, para medir la importancia del turismo dentro de

---

<sup>1</sup> Constitución de la República del Ecuador. “Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.  
Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.”

la economía, en el Producto Interno Bruto (PIB) se encuentra el consumo turístico receptor, el mismo que en el año 2015 fue de 1.6%, valor que refleja un aumento de ingreso en comparación con el año 2014, en el cual la actividad turística representó el 1.5%. En el año 2016, el total de desplazamientos por turismo interno fueron 12.3 millones de viajes, generando un movimiento económico de 285.5 millones de dólares. De enero a octubre del año 2017, llegaron 1'305.157, lo que representa un crecimiento de 11% con respecto al mismo periodo del año 2016. (Turismo, 2015 - 2016)

Los principales indicadores económicos planteados por el Ministerio de Turismo muestran que el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la balanza de pagos del año 2015 asciende a un monto de 1.557,4 millones de dólares y un egreso por turismo emisor de 993,9 millones de dólares, dejando un saldo positivo de 563,5 millones de dólares.

Con relación a la recaudación tributaria proveniente de actividades hoteleras y restaurantes en el año 2015, se registra un valor de 155.685,447 dólares americanos, de los cuales el 55,6% corresponde a la Provincia de Pichincha, el 22,7% a la Provincia de Guayas, y el 21,7% se distribuye entre otras provincias. (Turismo, 2015 - 2016).

En el año 2015, de acuerdo a cifras presentadas en el boletín de estadísticas turísticas 2011 – 2015 del Ministerio de Turismo ecuatoriano, se indica que la mayoría de entradas de extranjeros al Ecuador son de las Américas (78%), Europa 17%, Asia Oriental y el Pacífico 4%, África, Oriente Medio, Asia Meridional y otros países del mundo representan el 1% (tabla 1). (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas , 2011 - 2015)

Las principales entradas de extranjeros procedentes de las Américas, son: Colombia, Estados Unidos y Perú; de Europa: España, Holanda y Alemania. Los principales mercados turísticos son: mercados objetivo (Estados Unidos, Canadá, Alemania y Reino Unido), mercados de oportunidad (China, Brasil, Australia, Japón e India) y mercados naturales (Colombia, Perú, Argentina, Chile, México y Panamá). (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas , 2011 - 2015)

**Tabla 1-1:** Entrada de extranjeros

<b>NACIONALIDAD</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>
AMÉRICAS	885383	996023	1085737	1215413	1201235	78.3%
ASIA ORIENTAL Y EL PACÍFICO	41317	49254	44383	71116	75906	4.1%
EUROPA	207215	218375	217550	247865	249065	16.6%
ASIA MERIDIONAL	4082	4672	3964	8681	10935	0.5%
AFRICA	2352	2557	4531	4364	6102	0.3%
OTROS PAISES DEL MUNDO	113	104	6675	8421	149	0.2%
ORIENTE MEDIO	575	916	1217	1131	1071	0.1%

**Fuente:** (Turismo, Boletín Estadísticas Turísticas, 2011 - 2015)

**Realizado por:** Fernanda Herrera

Los lineamientos para el eje de la matriz productiva, menciona a la Provincia de Chimborazo como una zona geográfica en la que se requiere trabajar en la disminución de la pobreza, para ello, es necesario el fortalecimiento de políticas, las mismas que contribuyan a mejorar las condiciones de vida, promuevan clusters, impulsen el crecimiento del sector turístico y generen para la población empleo y oportunidades sustentables. (SENPLADES, 2013)

Así también, el Plan Estratégico Provincial “Minga por la Vida” reconoce a la Provincia de Chimborazo como una de las provincias más privilegiadas por los recursos turísticos, biodiversidad, variedad de ríos, páramos.

Según, el Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE) para el año 2010, fuente del Censo de Población y Vivienda INEC 2010, entre las Provincias que conforman la Sierra Central, Chimborazo es una provincia con bajo desarrollo social y con uno de los índices más altos de incidencia de pobreza extrema por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) con 36,1% de la población (Tabla 2-1).

Así también, el SIISE al año 2012, dentro de sus indicadores económicos indica que el 66.5% de la población de la Provincia de Chimborazo, no podía satisfacer sus necesidades básicas de alimentación, vivienda, educación y salud. En el área rural la pobreza afecta al 92.1% de la población frente al 28.6% de habitantes del área urbana. (SIISE, 2012)

**Tabla 2-1:** Pobreza y extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas (N.B.I)

<b>Provincia/ Cantón</b>	<b>Pobreza extrema por NBI</b>
Chimborazo	36.1%
Riobamba	18.4%
Alausí	63.8%
Colta	64.3%
Chambo	28.2%
Chunchi	42.9%
Guamote	75.2%
Guano	32.6%
Pallatanga	40%
Penipe	27.8%
Cumandá	23.8%

**Fuente:** Censo de población y vivienda INEC 2010

**Realizado por:** Fernanda Herrera

En el caso del cantón Riobamba ubicado al norte de la provincia de Chimborazo integrado por 11 parroquias rurales y 5 parroquias urbanas. Es una ciudad rodeada por el nevado Chimborazo, Carihuayrazo, Tungurahua, El Altar y los Cubillínes, de acuerdo a proyecciones al año 2016, cuenta con 255.766 habitantes (INEC, 2010-2020). Cuenta con una extensión de 968.29 km<sup>2</sup>

La población económicamente activa (PEA) del cantón es de 54.7%. Las principales actividades económicas son: agricultura y ganadería 21.5%, comercio al por mayor y menor 19.1% (siendo una actividad con ingresos variables); y el servicio de alojamiento y comida 3.7%. La pobreza en el cantón Riobamba por NBI representa el 46.5% en relación a la provincia de Chimborazo. (INEC, Censo de Población y Vivienda , 2010)

En lo referente al servicio de alojamiento, la empresaria Olga Godoy (2013), propietaria del Hotel Riobamba Inn, indicó que anteriormente los turistas pasaban de dos a tres días; sin embargo, en la actualidad los turistas llegan en vehículos propios y regresan el mismo día, la ausencia de la ruta del tren desde la ciudad de Riobamba hasta la Nariz del Diablo, la falta de actividades culturales y recreativas son algunos de los factores por los cuales poco a poco el turismo va disminuyendo. (Prensa, 2014)

En este contexto, en el año 2015 de acuerdo al boletín de estadísticas turísticas 2011 – 2015, en el total de zona Sur, la ruta de mayor número de pasajeros transportados en ferrocarriles es Alausí – Sibambe con 87%, seguido por Riobamba – Urbina 6%, Riobamba – Colta 5% y Tambo – Coyocor 2%. (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas , 2011 - 2015)

**Tabla 3-1:** Ruta de mayor número de pasajeros transportados en ferrocarriles

<b>Ruta</b>	<b>Núm. De pasajeros</b>	<b>Participación</b>
Alausí – Sibambe	66024	87%
Riobamba - Colta	3397	5%
Riobamba - Urbina	4372	6%
Tambo – Coyocor	1750	2%
<b>Total</b>	<b>75543</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas , 2011 - 2015)

**Realizado por:** Fernanda Herrera

El empresario Luis Larrea propietario del Hotel San Pedro de Riobamba, en la entrevista a Diario La Prensa (2014), mencionó que “la ciudad no contribuye a la inversión que se realiza, el aporte lo dejan los turistas extranjeros”. Es importante que los turistas que llegan a la ciudad regresen con la idea que Riobamba tiene cultura y patrimonio, “el centro histórico es un tesoro que debemos conservarlo”, actualmente algunos turistas vienen por el tren, sin embargo, es complicado que tengan que viajar una hora y media hasta Alausí para poder acceder a la Ruta de la Nariz del Diablo; las Rutas Riobamba- Colta y Riobamba – Urbina no son rentables para la ciudad. Al presente, el movimiento turístico es poco, por lo que los empresarios tenemos que luchar para conseguir huéspedes. (Prensa, Emprendimientos patrimoniales en Riobamba, 2014)

La autora española María José Pastor, en su artículo El patrimonio cultural como opción turística (2003), afirma que la única manera para comprender el patrimonio de una ciudad es acercándose y observando la interrelación de sus componentes; sin embargo, dentro de la sociedad de Riobamba existe desconocimiento del patrimonio cultural, lo cual ha generado que el sistema turístico no tenga impactos positivos en los aspectos: social, cultural y económico; así también, el desconocimiento por parte de la ciudadanía es una barrera para el desarrollo y planificación de acciones relacionadas al uso del patrimonio para fines turísticos. (Pastor, 2003)

En la primera mitad del siglo XX, diversos factores favorecieron a la ciudad de Riobamba para generar desarrollo económico, social y cultural, lo que la convirtió en la tercera ciudad más importante del Ecuador. Sin embargo, en la actualidad a pesar de ser considerada una urbe importante, y en un lugar estratégico por su situación geográfica, pues desde esta ciudad, se

puede conectar con los nevados y volcanes, la naturaleza, viaje en tren, comunidades indígenas, entre otros (Molina, 2015). De 1.418,159 turistas extranjeros que llegaron al país en el año 2016, únicamente 14.714 turistas visitaron la ciudad de Riobamba, es decir el 1.04%. (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas , 2016)

En relación a lo mencionado, es importante complementar los esfuerzos que se realizan dentro del sector turístico, “con alternativas sostenibles integrales que atiendan a los retos planteados para este sector con un impulso de políticas públicas que sean sostenibles, mejoren la calidad de vida de la gente, conserven los recursos naturales y aporten al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio”. (Turismo, Programa Nacional Destinos Turísticos de Excelencia, 2014 - 2017)

El presente estudio aborda la problemática turística del cantón Riobamba y asume el reto de dinamizar esta actividad como un medio idóneo para mejorar la economía local con la participación decidida de la comunidad. Además, se beneficiará a través de programas de: capacitación, promoción de cultura y arte, identidad cultural, a grupos de atención prioritaria, entre los cuales se encuentran niñas, niños y adolescentes.

## **1.2. El problema a nivel turístico**

Ecuador, a pesar de ser un país con alta diversidad en: cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural, su cuota de mercado y crecimiento como destino turístico ha sido limitado, su posicionamiento como país turístico, no conserva una relación con las potencialidades turísticas que posee. Por ello, es importante promover una cadena productiva turística que genere sostenibilidad del turismo y dinamice las actividades económicas. (Turismo, 2014)

## **1.3. Contextualización del problema**

### **Contextualización del problema a nivel Macro:**

Según, el informe de la OMT Tourism Towards 2030, las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial podrían aumentar en 3.3%, durante el periodo 2010 al 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones llegadas de turistas internacionales. Las llegadas de turistas internacionales siguieron una tendencia positiva en el mundo, han pasado de 25 millones en el año 1950, a 278 millones en el año 1980, 674 millones en el año 2000, y 1.235 millones en el año 2016.

Con relación al turismo emisor, China continúa liderando, el gasto promedio de viajeros de esta nacionalidad creció un 12% en el año 2016, hasta alcanzar los 261.000 millones de dólares. El segundo mercado emisor del mundo es Estados Unidos, en el año 2016, aumentó en un 8%, alcanzó los 124.000 millones de dólares. (OMT, Panorama OMT del turismo internacional, 2017)

### **Contextualización del problema a nivel Meso:**

América es, sin duda, una de las regiones con mayor riqueza en recursos naturales, como lo describe el autor Campoamor de BBC Mundo, es “una de las macro regiones más amigables” para el turismo internacional”. (Campoamor, 2017)

El Foro Económico Mundial (WEF siglas en inglés), indica que existen grandes diferencias entre los países de América, es así que, en América del Norte, el WEF, menciona que para que el sector turístico siga en crecimiento, debe mejorar la competitividad en relación a precios, además la sostenibilidad medioambiente y las infraestructuras. América Central y Sudamérica, deben facilitar el desarrollo de negocios y la conectividad, aumentar la seguridad y protección a los turistas.

En América Latina, México recibe más de 32 millones de turistas extranjeros al año, siendo el país más visitado. "El turismo es un gran generador de empleo y es el gran motor de la economía", indicó Enrique de la Madrid, secretario de Turismo de México. (Madrid, 2016) esta actividad representa el 8.5% del PIB de este país en el año 2016. Otro destino importante es Brasil, recibe aproximadamente 6.3 millones de turistas extranjeros, la actividad turística en este país ha generado 2.6 millones de puestos de trabajo, y representa el 3.3% del PIB. (Campoamor, 2017)

### **Contextualización del problema a nivel Micro:**

En el año 2016, de acuerdo a cifras presentadas por el Ministerio de Turismo, los desplazamientos de turismo interno fueron de 12.3 millones de viajes (40% realizó viajes durante los feriados nacionales), generó 285.5 millones de dólares. En comparación con el año 2015, en el cual se generó 531.2 millones de dólares, se observa un descenso al año 2016, el mismo que responde al entorno económico mundial y a variables de carácter exógeno que afectan a la actividad, tales como: apreciación del dólar, devaluación de la moneda de países tales como: Perú y Colombia, virus sika, terremoto del 16 de abril del 2016 y la actividad del volcán Cotopaxi. (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas , 2016)

Pese a lo anterior, acorde a la información presentada por World Travel and Tourism Council, es importante mencionar, que en el tercer trimestre del año 2016, el turismo se mantuvo como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y camarón, contribuyendo de forma directa con el 2.1% del PIB nacional y de forma indirecta con el 5,1%. (Council, 2016)

#### **1.4. Concreción del problema**

El presente estudio aborda la problemática turística del cantón Riobamba y asume el reto de dinamizar esta actividad como un medio idóneo para mejorar la economía local con la participación decidida de la comunidad.

Considerando el peso de la pobreza sobre la economía y desarrollo, al ser este uno de los principales problemas que debe enfrentar la provincia, es preciso orientar y plantear acciones hacia el aprovechamiento de los recursos turísticos de la ciudad de Riobamba y a través de ello, dinamizar la economía, generar empleo, productividad y competitividad.

#### **1.5. Sistematización del problema**

##### **Problema General:**

La Sierra Centro, la provincia de Chimborazo y la ciudad de Riobamba, es una de las regiones con gran potencial turístico, por su cantidad y diversidad de atractivos naturales, lamentablemente muy pocos productos han sido consolidados en el mercado; por ello, es necesario explotar los recursos y generar productos que sean vendibles y atractivos en el mercado nacional e internacional. (Ricaurte, 2007)

##### **Problemas Específicos:**

- Pérdida de lo mejor de la fisonomía de los pueblos.
- Desvalorización paulatina de tradiciones.
- Pérdida de arquitectura tradicional.
- Ausencia de productos turísticos en la localidad.

#### **1.6. Formulación del problema**

¿Qué impacto tendría la propuesta de un Plan estratégico para el desarrollo sustentable del turismo, en los ámbitos económico, social y cultural en los habitantes de la ciudad de Riobamba?

### **1.7. Preguntas directrices o específicas de la investigación**

¿Cuál es la situación actual que presenta la ciudad de Riobamba para el desarrollo de turismo?

¿El Plan estratégico para el desarrollo sustentable del turismo para la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, establecerá las estrategias más acertadas para el desarrollo sustentable de la ciudad en los ámbitos: económico y cultural?

### **1.8. Justificación de la investigación**

El presente trabajo de investigación, se enfoca en recopilar información de los atractivos turísticos, arquitectónicos, historias, tradiciones y gastronomía, con los que cuenta la ciudad de Riobamba, y con ello, diseñar estrategias para el desarrollo sustentable del turismo, con la cooperación activa de los pobladores y así crear nuevas fuentes de ingresos económicos que contribuyan al desarrollo local.

De acuerdo a resultados del Fascículo Provincial Chimborazo del Censo 2010 del INEC, el 50.5% de los Chimboracense trabajan por cuenta propia, es decir, posee un salario variable, el 15.9% es empleado privado, el 11.9% empleado público, el 10.8% jornalero o peón, y el 11.7% realiza otros trabajos. La principal actividad es la agricultura que representa el 31.9%, el 18.1% realiza ocupaciones elementales como: limpiadores, asistentes domésticos, vendedores ambulantes, peones agropecuarios, pequeros o de minería.

Con respecto a la ciudad de Riobamba, El Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal para el año 2020 (pp. 90), desde el punto de vista del catastro municipal se mencionan las siguientes actividades económicas: sector comercial 53.57% (tiendas, negocios de alimentos, bazares, venta de ropa, almacenes de repuestos y ferreterías), servicios profesionales y otros 24,22%, sector manufacturero 9,10%, agropecuario 7,10%, servicios de alimentación, diversión y hospedaje 6,01%, en relación a lo mencionado, la industria de servicios turísticos, mantiene un porcentaje mínimo de participación dentro de las actividades económicas.

En este contexto, el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico contribuirá a potencializar este sector y a su vez, a la generación de nuevas plazas de trabajo, nuevos ingresos económicos y desarrollo sustentable; beneficiando de manera directa a los habitantes de la ciudad, 458 servicios turísticos (47 establecimientos de alojamiento, 285 establecimientos de alimentos y bebidas, 28 agencias de viajes, 1 balneario turístico, 93 bares, discotecas y peñas, 1 centro de turismo comunitario y 3 empresas de transporte turístico), (Riobamba D. d., 2017) , además, al sector de la construcción; y de manera indirecta, sector de transporte y logística, servicios de

comunicación, sector comercial, sector artesanal (40 artesanos afiliados a la asociación arte folklórico), empresas de seguridad y oferta hotelera informal.

Riobamba es una ciudad colonial, está ubicada en el centro del país. Se encuentra cerca la Laguna de Colta, dónde se fundó originalmente Quito, y se ubica la iglesia más antigua del Ecuador - Balbanera. (PLANDETUR 2020). La información situacional permitirá definir las áreas en las que se requiere profundizar y definir estrategias de acción viables con el propósito de generar un desarrollo socioeconómico sustentable con la participación activa de los habitantes de la ciudad de Riobamba, y así, convertir las amenazas en oportunidades y las debilidades en fortalezas.

Del total de turistas que llegaron al Ecuador en el año 2016, únicamente el 1.04% visitó la ciudad, actualmente Riobamba es una ciudad en dónde los turistas en su mayoría permanecen entre 1 y 2 días, por ello, es prioritario analizar las razones por las cuales actualmente es sólo una ciudad de paso, las necesidades de los turistas, debido a que en el presente la ciudad no posee servicios y equipamiento para ofertar alternativas turísticas.

En este contexto, contar con un Plan estratégico para el desarrollo sustentable del turismo, es coadyuvar a dinamizar la economía y rescatar el patrimonio turístico del cantón Riobamba, que entre otros aspectos mejore los ingresos de la población, que de acuerdo a la información presentada en el planteamiento del problema, una parte importante de la población vive en condiciones de pobreza, a su vez recuperar los saberes ancestrales y rescatar la interculturalidad a través del patrimonio.

Así también, es una herramienta que contribuye a una gestión eficiente de los atractivos turísticos, entre ellos bienes patrimoniales del centro histórico, además, una nueva visión de planificación enfocada hacia el desarrollo sustentable, cumplimiento de los objetivos del cambio de matriz productiva, hace frente a la búsqueda de nuevas estrategias que beneficien al desarrollo local. Por tal razón, la utilidad de la presente investigación radica en generar competitividad, crecimiento económico y potencializar la generación de empleo de la ciudad de Riobamba de manera sustentable. Sobre esta base la ejecución de la presente investigación se justifica ampliamente.

## **1.9. Objetivos de la investigación**

### **GENERAL**

Diseñar un Plan estratégico que contribuya al desarrollo sustentable del turismo de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, para dinamizar el desarrollo local en los ámbitos económico, social y cultural.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Realizar el diagnóstico de la estructura, atractivos y servicios, para determinar el potencial turístico en los ámbitos económico, social y cultural.
2. Realizar el estudio de la demanda turística de la ciudad de Riobamba.
3. Determinar el impacto del turismo en los ámbitos económico, social y cultural de la ciudad de Riobamba.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes del problema

El turismo es una actividad clave para “el desarrollo, la prosperidad y el bienestar”, contribuye al progreso socioeconómico de un país, mediante la creación de empleo y generación de ingresos. Según, el informe ‘Tourism Towards 2030’ de la OMT, se pronostica que las llegadas de viajeros internacionales crezcan alrededor del 3,3% al año, entre los años 2010 y 2030. (Turismo, 2015 - 2016)

De acuerdo a datos presentados en Panorama del Turismo Internacional de la OMT (2016), el turismo al 2015 en las Américas creció en 11 millones (llegadas internacionales), 6% más en relación al año 2014; llegando a 193 millones, que representa el 16% de las llegadas mundiales. Los ingresos por turismo internacional llegaron a los 304.000 millones de dólares americanos, aumentaron en un 8%, representando el 24% de los ingresos a nivel mundial.

En lo referente a América del Sur, tuvo un crecimiento del 6% en el año 2015, los resultados de acuerdo a cada país son dispares: Chile y Colombia incrementaron el número de llegadas en un 22% y 16% respectivamente, Paraguay casi duplicó el número de llegadas, Perú creció en 7% y Uruguay en 3%; mientras que Argentina y Brasil registraron un ligero decrecimiento.

El potencial turístico que posee el Ecuador se basa en su diversidad (cultura, paisajes, sitios históricos, riqueza natural), sus principales fortalezas son: el acervo natural y los valores culturales de sus habitantes (Segura, 2003). De acuerdo a cifras presentadas por el Ministerio de Turismo en su boletín mensual 2015 - 2016, el turismo se ubica en tercer lugar, en las exportaciones no petroleras, luego del banano y camarón. Los principales mercados emisores, con el mayor número de llegadas de turismo al país son: Colombia 21%, Estados Unidos 12,5% y Perú 12,2%.

En Ecuador, las ciudades más visitadas por turistas extranjeros fueron: Quito (66%), Guayaquil (47%), Cuenca (19%), Galápagos (15%) y Baños (11%); mientras que los turistas nacionales prefirieron: Guayaquil, Quito, General Villamil Playas, Salinas y Atacames (Ministerio de Turismo, 2011).

En Ecuador, la actividad turística se encuentra descentralizada, la Constitución Política del Estado, referente a la Organización Territorial y Descentralización, el artículo 226, indica: “Las competencias del gobierno central podrán descentralizarse, excepto la defensa y la seguridad nacionales, la dirección de la política exterior y las relaciones internacionales, la política económica y tributaria del Estado, la gestión de endeudamiento externo y aquellas que la Constitución y convenios internacionales expresamente excluyan”. El artículo 228, de los Gobiernos seccionales autónomos dice “Los gobiernos provincial y cantonal gozarán de plena autonomía y, en uso de su facultad legislativa podrán dictar ordenanzas, crear, modificar y suprimir tasas y contribuciones especiales de mejoras”. La Ley de Turismo, en el capítulo 1, Art 3, literal b, menciona: que los gobiernos provincial y cantonal, deben impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.

El convenio de cooperación interinstitucional entre el Ministerio de Turismo y el GAD Riobamba, con Registro Oficial N° 858 del 27 de diciembre del 2012, de acuerdo al artículo 53 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización, expresa que “Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden...”. Además, indica que el Gobierno “ha impulsado una política innovadora de tratamiento integral del Patrimonio, promoviendo como sustento de identidades sociales y de la actividad económica con miras a generar riqueza y buen vivir para las generaciones presentes y futuras”.

En este contexto, pese a las acciones y esfuerzos realizados, no han logrado afianzar la integración con actores relevantes para generar desarrollo en dicho sector (Turismo, PLANDETUR 2020, 2007). Por ello, resulta muy importante realizar un Plan Estratégico para el Desarrollo Sustentable del Turismo en la ciudad de Riobamba, el mismo que sirva como un elemento dinamizador tanto en el desarrollo económico como social, y a su vez genere conocimiento e interés de los atractivos turísticos que posee la ciudad.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Turismo:**

La OMT (2001), define al turismo como: la actividad de viajar que realizan las personas, y estancia en un lugar diferente al que habita; por un tiempo menor a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos.

La Secretaría de Turismo, dentro de los conceptos utilizados en el sector turístico y usando las definiciones de la OMT, indica que el turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.

El término turismo inició en el siglo XVIII, dónde el autor Lanquar en 1811, define como “la teoría y la práctica del viaje de placer” (Lanquar, 1978). En 1929, se crea en Alemania La Escuela Berlinese, constituida por investigadores de turismo; dentro de las definiciones más completas, se encuentra la siguiente de Schwink “Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanentemente por cualquier motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o su profesión”

El turismo involucra un traslado temporal, y en la actualidad incluye: proceso de organización, promoción y prestación de servicios, diversidad de relaciones y efectos entre los participantes de esta actividad (Quesada, 2005).

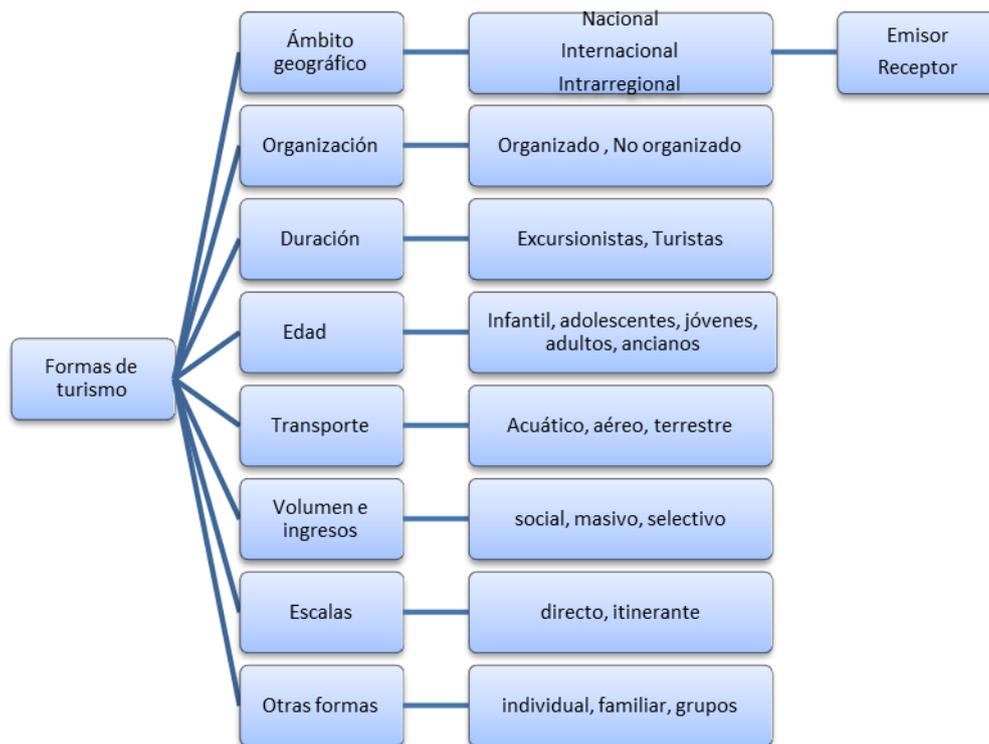
#### **a) Demanda Turística**

PLANDETUR 2020, plantea la siguiente demanda turística:

- **Turismo receptor.-** actividades ejecutadas por los visitantes no residentes del país de referencia.
- **Turismo emisor.-** actividades ejecutadas por los residentes fuera del país de referencia.

#### **b) Formas de Turismo**

De acuerdo al esquema propuesto por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en 1987 ((ICT), 1987), las formas de turismo son las siguientes:



**Figura 1-2** Formas de Turismo

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

### c) Tipos de turismo

Los tipos de turismo, de acuerdo al autor Renato Quesada, en el libro Elementos del Turismo (2005) son:

1. Turismo cultural
2. Turismo deportivo
3. Turismo de placer
4. Turismo de salud
5. Turismo de congreso y convenciones
6. Turismo de negocios
7. Turismo naturalista

- **Turismo cultural.-** Integra tres aspectos: culturales, sociales y económicos, dentro de la oferta de bienes y servicios que presta. Un aspecto importante es que busca beneficiar a la economía y el lugar dónde se desarrolla, a través de turistas que desean aproximarse y percibir una cultura diferente mediante el conocimiento de: estilo de vida, costumbres, tradiciones, historia, arquitectura y monumentos. Se identifica por el liderazgo que

asume la población, quienes planifican rutas y actividades turísticas que otorguen un conocimiento profundo de tradiciones, costumbres y estilo de vida de la población.

El turismo cultural, se vincula con la sostenibilidad, pues genera equilibrio entre la dimensión económica, social y medioambiental, a través de la preservación de recursos patrimoniales, beneficio local y fortalecimiento de la identificación cultural. Por tanto, los productos turísticos ofertados deben cuidar el medio ambiente y la cultura local.

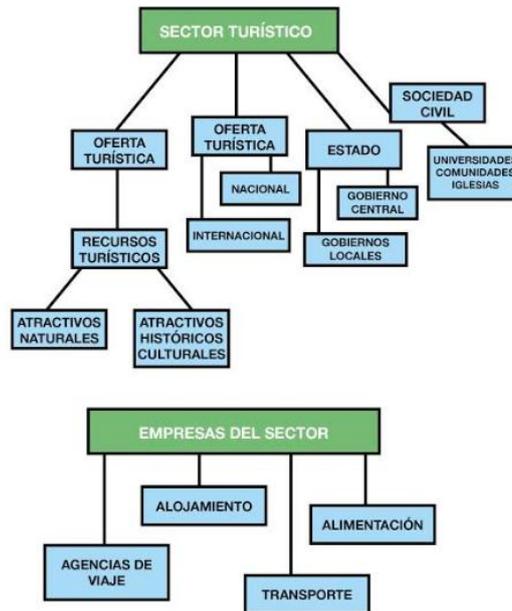
Los principios básicos son: valoración de la cultura, diversidad, involucramiento de la población local y disminución sobre el consumo de recursos (Chile, 2015). Por otro lado, la UNESCO expresa que el Turismo Cultural genera desarrollo perdurable en un lugar a través del impulso humano integral y sostenible; en relación a lo mencionado, constituye una actividad que favorece a la integración social y a las siguientes áreas (UNESCO):

- ✓ Social: satisface necesidades de los pobladores.
  - ✓ Económica: genera ingresos y rentabilidad para el lugar o zona a partir de bienes culturales.
  - ✓ Cultural: promueve el intercambio de conocimiento y modo de vida.
  - ✓ Educativa: medio de enseñanza.
  - ✓ Medioambiental: preserva los recursos naturales.
  - ✓ Política: responde a planes de desarrollo, lineamientos.
- **Turismo deportivo.-** personas que viajan motivadas en las siguientes circunstancias:
    - ✓ Participación como observadores de un evento deportivo internacional.
    - ✓ Aprender, practicar o disfrutar de una actividad deportiva.
    - ✓ Participar en torneos deportivos.
  - **Turismo de placer.-** es principalmente un turismo masivo y de recreación, cuyos desplazamientos se encuentran originados principalmente por: deseo de diversión y disfrutar a plenitud. Las principales actividades a realizar son:
    - ✓ Conocer y visitar lugares distintos.
    - ✓ Hacer compras.
    - ✓ Realizar diversas actividades que sirva de distracción, tales como: caminar, bailar, jugar, broncearse, nadar.

- **Turismo de salud.-** realizado por personas que buscan facilidades y entornos para el descanso, la recuperación, intervención quirúrgica o tratamiento médico. Dentro de esta clasificación de turismo, las aguas termales son el recurso natural que mayormente ha sido explotado mediante el concepto de relajación y bienestar para la salud.
- **Turismo de congreso y convenciones.-** Viajes que se realizan con la finalidad de presenciar reuniones de distinta índole. Este turismo combina el trabajo con actividades turísticas. Es un tipo de turismo rentable y con gran proyección de crecimiento debido a que se lo realiza con personas que provienen de diversas naciones.
- **Turismo de negocios.-** a pesar de ser el trabajo su principal motivación, se considera como un tipo de turismo ya que quienes viajan bajo esta modalidad utilizan distintos servicios como: hotel, transporte, restaurante; además, suelen realizar compras y buscar sitios de diversión.
- **Turismo naturalista.-** practicado por personas que buscan aprender, estudiar o deleitarse de los recursos naturales. Se subdivide en:
  - ✓ Turismo de naturaleza suave (disfrutar de los recursos naturales, sin desarrollar estudios o investigaciones)
  - ✓ Turismo de naturaleza fuerte (dentro del viaje realizar investigaciones referentes a:ecosistema, hábitat o especie en particular)
  - ✓ Ecoturismo (preservación y sostenimiento de los recursos naturales de comunidades en las cuales se desarrolla la actividad turística)

#### d) Componentes del turismo

El autor Carlos Ricaurte, explica que los componentes de turismo, son los siguientes (Ricaurte, 2007):



**Figura 2-2** Componentes del Turismo

Fuente: Investigación

#### e) Elemento de un producto turístico

La OMT, plantea los siguientes elementos para un producto turístico:

- ✓ **Recurso Turístico.**- elementos culturales y humanos que generan demanda de turistas.  
Por ejemplo: recursos culturales, gastronomía, sitios históricos y arqueológicos.
- ✓ **Atractivo Turístico.**- servicios e infraestructura, ejemplo: centro histórico.
- ✓ **Planta Turística.**- lugares de alojamiento y establecimientos de comida y bebidas.
- ✓ **Servicios Complementarios.**- servicios bancarios y de salud, transporte público, acceso a internet, seguridad.
- ✓ **Infraestructura y equipamiento urbano.**- obras y servicios tales como: vías de acceso y servicios básicos.

#### f) Diseño de un producto de turismo

De acuerdo al Consejo Nacional de la cultura y las artes de Chile (2015), para diseñar un producto de turismo se requiere de cuatro pasos, siendo estos los siguientes:

- Planteamiento de la idea.- identificar la idea del producto, definir conceptos y atributos, estudio de la demanda y oferta, inventario de recursos y sostenibilidad de patrimonio y cultura.
- Diseño del producto.- identificar a potenciales clientes y nicho de mercado, analizar requerimiento de turistas, clasificar los atractivos culturales, patrimoniales y naturales.
- Análisis económico del producto.- estrategias de comercialización, estudio de costos y establecer precio.
- Distribución del producto.- identificar sitios de distribución tales como: agencia de viajes, hoteles y restaurantes.

### **2.2.2. Desarrollo**

El desarrollo es un proceso en el cual se pasa de una condición de baja producción y pobreza, a un nivel de mayor consumo y mejor calidad de vida (Sabino, 2004). El desplazamiento ascendente y avance de la sociedad, en donde el conjunto de habilidades y bienes que se relacionan con: tecnología, rendimiento, producción, afluencia y distancia con relación a la supervivencia (Uribe, 2004). El desarrollo se encuentra ligado al incremento de productividad de trabajo, el mismo que puede ser el resultado del progreso técnico o adelanto de una organización en relación a la actividad económica. Así también, el desarrollo observa y analiza las siguientes áreas: cultural, social y religioso (Castillo, 2011). Uso de recursos disponibles en el área y capacidad de liderazgo (Carrillo, 2000).

#### **a) Desarrollo económico**

Impulsado por “cambios tecnológicos, sociales, culturales” (Carrillo, 2000). La autora Patricia Castillo, plantea que el desarrollo económico es integral ya que transforma las condiciones de vida económica, social y cultural de una zona, por tanto, el producto per cápita de un país se incrementa en un periodo determinado. Además indica que el desarrollo económico comprende cinco pasos:

1. Introducción de un nuevo producto.
2. Introducción de un nuevo método de producción.
3. Creación de un nuevo mercado.
4. Conquista de una nueva fuente de oferta.
5. Nueva creación empresarial.” (Castillo, 2011).

El autor Joseph Shupeter, indica que el desarrollo económico se centra en una o varias secciones del sistema económico debido a que es un proceso distinto a los existentes dentro del sistema producción, este desarrollo genera progreso dentro de la población, es decir, mejora la calidad

de vida tanto económica, social y cultural. Las variables del desarrollo económico se centran en las siguientes: ingreso per cápita, organización de la sociedad, capital humano y medio ambiente.

**b) Desarrollo endógeno**

Es la colecta de capital en una zona y territorio definido. Logra economías de escala internas al sistema productivo, conserva la perspectiva de un territorio a través del crecimiento y cambio estructural en el área social, cultural y tecnológica (Carrillo, 2000). Por su parte, el autor Antonio Vásquez, indica que el desarrollo endógeno es la acumulación de capital de un territorio que posee cultura y establecimientos propios, por tanto, requiere que los actores locales actúen ante la globalización, generen un autodesarrollo en función a los recursos propios disponibles en determinado territorio, inversión y ahorro de la población (Vásquez, 2007).

Así también, Vásquez plantea la importancia de una política de desarrollo endógeno como mecanismo para la acumulación de capital a través de procesos que favorezcan el adelanto económico y social tales como: facilidades para la creación y desarrollo empresarial, propagación de innovación y creatividad, progreso urbano, en general, fomentar condiciones que faciliten un crecimiento sostenible del territorio (Vásquez, 2007).

**c) Desarrollo local**

Generación de empleo mediante programas, diálogo y participación entre el Ayuntamiento, población y entidades. El desarrollo local se encuentra ceñido por: estructuras familiares, sociales, culturales y productivas, las mismas que dinamizan la economía (Carrillo, 2000).

**d) Desarrollo social**

Es la consecuencia de la mejora de los índices colectivos tales como: esperanza de vida, mortalidad infantil, ingreso disponible y acceso a servicios básicos (Uribe, 2004).

**e) Desarrollo sostenible**

La autora Macedo, define como la vinculación entre el desarrollo y el medio ambiente; por tanto, la economía y el entorno deben ser analizados y asistidos conjuntamente (Macedo, 2005). Satisface necesidades básicas de la población actual, es decir, comida, vestimenta, vivienda y trabajo, sin comprometer el futuro de las próximas generaciones (Castillo, 2011).

#### **f) Desarrollo sustentable**

El informe de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo en 1987, indica que “el desarrollo sustentable es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Dentro de este concepto, las reflexiones sobre el Turismo Sostenible de la OMT (2008), indica que los principios fundamentales del desarrollo sustentable son:

- Sostenibilidad social y cultural.- garantizar la identidad de la población a la que se hace referencia.
- Sostenibilidad económica.- garantizar que los recursos sean preservados.
- Sostenibilidad ecológica.- preservación tanto de los seres vivos como de la biosfera en la cual existe vida física (Grullón, 2010).
- Así también, plantea que para alcanzar el desarrollo sustentable es necesario considerar lo siguiente:
  - Cambio en la actual concepción de necesidades básicas y bienestar.
  - Considerar que el acceso a los recursos se encuentre al alcance de toda la población.
  - Generar la efectiva participación de las comunidades locales.
  - Considerar el impacto ambiental en la toma de decisiones.

#### **g) Turismo y desarrollo sostenible**

Planificar y controlar el uso de los atractivos turísticos, para que estos no se deterioren ni sufran daños, con la finalidad de beneficiar a los pobladores de la zona visitada y turistas (Castillo, 2011). La OMT, definió al turismo sostenible como: “aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

El desarrollo de turismo sostenible se resume dentro de los siguientes principios (Fernández, 2007):

- Planificación que logra repartir los beneficios entre la colectividad local.

- Preservación de recursos naturales, históricos, culturales, que generan beneficio para una localidad y podrán ser utilizados en el futuro.
- Evita efectos contraproducentes al medio ambiente.

### **2.2.3. *Sistemas***

Sistemas económicos. - de acuerdo al autor More Elías, el sistema económico se fundamenta en una estructura que surge a partir de necesidades humanas tales como: biológicas, físicas, psíquicas y culturales, además se interactúa a través de actividades económicas (producción, cambio, distribución, consumo, entre otras) y factores productivos (tierra, tecnología, entre otros) (More, 2014).

Sistemas sociales. - interacción de los actores individuales, en dónde surgen cambios socioculturales (Parra, 1992).

### **2.2.4. *Sustentabilidad***

Sustentabilidad socio – cultural. - respeto por la diversidad y cultura local, busca la equidad social, es decir, que los ingresos sean distribuidos en la población logrando mejores oportunidades, por tanto, los habitantes de la localidad deben involucrarse en la planificación turística (Chile, 2015).

### **2.2.5. *Definición de plan estratégico***

El Plan Estratégico es un documento que contribuye a decidir que se hará en el futuro manteniendo la competitividad (Sainz, 2003), se realiza a nivel económico – financiero, estratégico y organizativo sobre la posición actual y futura de una empresa (Colecciones).

El autor Ossorio, indica que es un instrumento para anticiparse a las decisiones, por tanto, disminuye la incertidumbre mediante la reflexión, ya que, al surgir interrogantes, se plantean acciones para: prever, organizar, controlar y coordinar (Ossorio, 2003). Así también, el autor indica que un plan estratégico debe tener las siguientes características:

- Reflexividad.- previa a la acción.
- Selectividad.- objetivos, metas y medios para dar cumplimiento a lo propuesto.
- Intencionalidad.- construcción del futuro anhelado.
- Anticipación.- idealizar futuros escenarios.
- Direccionalidad.- acción hacia lo pre establecido.
- Adaptabilidad.- flexibilidad al cambio.

#### **a) Etapas del Plan Estratégico**

De acuerdo a la oficina de planificación de la Universidad de Costa Rica (2013), las etapas del Plan Estratégico son las siguientes (Rica, Guía metodológica para el proceso de plan estratégico, 2013).

Etapa 1: Organización del proceso de planificación.

Etapa 2: Establecimiento de las bases teóricas de la planificación con un enfoque estratégico.

Etapa 3: Definición de misión, visión y valores.

Etapa 4: Análisis de la situación actual y diagnóstico.

Etapa 5: Aspectos claves de éxito.

Etapa 6: Formulación del plan de acción estratégico.

Etapa 7: Autoevaluación.

#### **b) Competitividad de la estrategia**

La competitividad es el eje de la estrategia empresarial turística, por ello es importante realizar el análisis del producto turístico, en el cual se considere la calidad de los componentes turísticos y la eficiencia en relación a la producción. Además, no se trata de ofertar un producto turístico a precios bajos, sino, contar con recurso humano de calidad, tener diversificación y especialización en el producto turístico (Porter, 1979).

Las estrategias competitivas genéricas de acuerdo a Michael Porter (1980) son:

- Liderazgo en costos totales bajos. - fue una estrategia popular en los años 70, radica en mantener el costo más bajo del sector industrial, con la finalidad de lograr un alto volumen en ventas.
- Diferenciación. - crea un producto o servicio único, esta estrategia funciona como protección ante la competencia, y genera fidelización de clientes.
- El enfoque. - concentrarse en un grupo determinado de clientes.

El libro administración estratégica de los autores Thompson, A., Strickland, A. y Gamble (2008), explica el modelo de competencia, basado en las cinco fuerzas de Michael Porter (1979), la cual es una herramienta para diagnosticar las principales presiones competitivas existentes en el mercado, y a la vez evaluar cada una, de acuerdo a sus fortalezas e importancia. Las cinco fuerzas de Porter son:

- Barreras de entrada. - amenaza debido a la presencia de nuevos actores en el mercado.

- Rivalidad. - presiones existentes entre vendedores rivales que se encuentran dentro de una misma industria.
- Sustitutos. - medida empleada por empresas de industrias diferentes, para obtener nuevos compradores para productos sustitutos.

Las presiones de competidores por vender productos sustitutos dependen de los siguientes factores:

1. Disponibilidad, facilidad y precio atractivo de los sustitutos.
  2. Considerar el producto sustituto de mejor calidad, desempeño y/o atributos.
  3. Costos altos o bajos que incurra un comprador al momento de cambiarse a un producto sustituto.
- Poder de negociación del proveedor. - presiones competitivas que puede ejercer un proveedor al momento de realizar una negociación, para que esta sea a su favor.
  - Poder de negociación del consumidor. - presiones competitivas por parte del comprador, para obtener beneficios de venta tales como: concesiones de precio.

#### c) **Estrategia del Desarrollo Turístico Sustentable**

El Plan Estratégico para la Competitividad Turística de la provincia de Orellana, plantea las siguientes acciones para alcanzar el Desarrollo Turístico Sustentable:

- La educación, capacitación y cultura,
- La certificación, estímulo y fomento a las actividades sustentables,
- La medición, investigación y evaluación,
- La participación social,
- La recuperación y preservación ecológica,
- La simplificación, financiamiento y estímulos a la inversión.

#### 2.2.6. *Marco conceptual*

Según el diccionario de la real academia de la lengua:

- **Conocimiento ancestral:** Pertenciente o relativo a los antepasados. Remoto o muy lejano del pasado. Procedente de una tradición remota o muy antigua.
- **Cultura:** conjunto de conocimientos que permiten a alguien desarrollar su juicio crítico. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social.

- **Cultura popular:** conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.
- **Demanda:** Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por la colectividad.
- **Desarrollo:** proceso en el cual una persona pasa de una condición de baja producción y pobreza, a un nivel de mayor consumo y mejor calidad de vida (Sabino, 2004).
- **Desarrollo social:** consecuencia de la mejora de los índices colectivos tales como: esperanza de vida, mortalidad infantil, ingreso disponible, acceso a servicios (Uribe, 2004).
- **Desarrollo sostenible:** Manejo y conservación de la base de recursos naturales y la orientación del cambio tecnológico e institucional, de tal manera que asegure la continua satisfacción de las necesidades humanas para las generaciones presentes y futuras” (FAO, 1992). La Organización de las Naciones Unidas (ONU), define como “desarrollo que satisfaga las necesidades del presente, sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades”.
- **Entorno Socioeconómico:** Perteneciente o relativo a los factores sociales y económicos.
- **Estrategia:** Arte, traza para dirigir un asunto. En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- **Objetivo Estratégico:** Fin deseado, clave para la organización y para la consecución de las metas a largo plazo de la empresa (visión). Su cumplimiento es un elemento de máxima prioridad para llevar a cabo la estrategia de la organización” (Milla, 2012).
- **Oferta:** Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.
- **Plan:** Intención, proyecto.
- **Pobreza:** Cualidad de pobre. Falta, escasez.
- **Población:** conjunto de personas que habitan en un determinado lugar. Conjunto de individuos de la misma especie que ocupan determinada área geográfica.
- **Servicio Turístico:** organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada.
- **Sistema económico:** Entes complejos y dinámicos, cuyos procesos de intenso cambio tiene lugar en diversos escenarios, y que van desde la globalización a nivel planetario, al entorno más estrictamente doméstico que es la región y la localidad” (Berumen, 2006).
- **Sustentabilidad:** Satisface las necesidades actuales, sin comprometer recursos y oportunidades de generaciones futura (Calvente, 2007).

- **Sostenibilidad:** Puede ser ambiental, económico y social, utiliza criterios no degradantes y ecológicamente factibles, contribuye al futuro y mantiene constantes o aumenta los capitales per cápita (J Xercavins, D Cayuela, G Cervantes, A Sabater, 2005).
- **Sostenibilidad ambiental:** En el sentido que el ecosistema bajo uso mantiene a través del tiempo las características fundamentales en cuanto a componentes e interacciones en forma indefinida.
- **Sostenibilidad económica:** En el sentido que el sistema bajo uso produce una rentabilidad razonable y establece a través del tiempo a quién lo maneja, lo que hace atractivo continuar con dicho manejo en el tiempo.
- **Sostenibilidad Social:** en el sentido que el manejo y la organización son compatibles con los valores culturales y éticos del grupo involucrado y de la sociedad (equidad), lo que hace aceptable por esas comunidades u organizaciones y da continuidad al sistema en el tiempo” (R Camino, S Muller, 1994).
- “Implica tomar en cuenta los límites físicos y sociales del crecimiento económico, delineando preferencias futuras sostenibles como escenarios preferidos, desarrollando estrategias para alcanzar esos futuros escenarios” (Pirages, 1977).
- **Turismo cultural:** actividad que permite obtener conocimientos y desarrollar su juicio crítico.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

Estudio transversal, descriptivo y analítico, recolecta información de una muestra dada de elementos de la población una sola vez (Malhotra, 2004). El objetivo de este diseño es medir características en un tiempo determinado. Se basa en observar, estudiar y correlacionar los hechos o fenómenos.

#### 3.2. Métodos de investigación

Los métodos aplicados en la presente investigación son:

**Inductivo.** - esta investigación parte de la investigación de antecedentes y teoría del turismo.

**Analítico descriptivo.** - Describir características del mercado a través de encuestas y entrevistas exhaustivas (Malhotra, 2004).

**Revisión bibliográfica.** - Información que procede de fuentes gubernamentales, investigaciones relacionadas al tema de estudio, la revisión bibliográfica ayuda a identificar y definir el problema, responder a preguntas de investigación. (Malhotra, 2004).

#### 3.3. Enfoque de la investigación

La presente investigación se basa en dos enfoques cualitativo y cuantitativo.

- **Investigación cualitativa - Entrevistas a profundidad**

Las entrevistas a profundidad permitirán conocer puntos de vista de informantes calificados del sector turístico, profundizando el tema de interés para el investigador de forma no estructurada y natural. El valor de esta técnica reside en los resultados inesperados que con frecuencia se obtienen de una discusión de flujo libre, permitirá acercarse a las razones, actitudes y motivaciones de los participantes. Toda técnica cualitativa se enfoca en indagar las percepciones de los individuos, sin pretender encontrar una verdad absoluta y mucho menos cuantificarla (Malhotra, 2004).

- **Investigación cuantitativa - Encuestas**

A través de esta técnica se conocerán percepciones y opinión respecto a los objetivos de estudio. La información que refleje la aplicación de esta técnica es fundamental para el desarrollo de todo el proyecto, debido a que, estructura, cuantifica y compara opiniones. Así también, permite obtener escalas, rangos y alternativas otorgadas por los encuestados, su estructura es de fácil aplicación, específica y con lenguaje universal para obtener datos confiables (Malhotra, 2004).

### **3.4. Alcance de la investigación**

**Descriptivo.** - proporciona información precisa y completa a través de encuestas, la cual es diseñada para obtener información específica de variables tales como: conducta, propósitos, cualidades, características demográficas, estilo de vida, entre otros (Malhotra, 2004).

### **3.5. Población de estudio**

- Turistas Nacionales e Internacionales.
- Pobladores de la ciudad de Riobamba.
- Informantes Calificados del sector turístico, responsables de atractivos turísticos culturales y gestores culturales.

### **3.6. Unidad de análisis**

- 321 Turistas nacionales y 62 extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba, con quienes se levantará información sobre las características principales y preferencias de las personas que visitan la ciudad.
- 355 Pobladores de la ciudad de Riobamba, hombres y mujeres desde los 20 años hasta los 64 años, con la finalidad de conocer su opinión acerca del impacto del turismo en el ámbito social (participación ciudadana, inclusión y cohesión social) y cultural (identidad, memoria viva y patrimonio).
- Informantes Calificados del sector turístico, gestores culturales y responsables de atractivos turísticos.

### **3.7. Selección de la muestra**

La investigación se realizará en los cuatro grupos de involucrados mencionados en la unidad de análisis, se utilizará la muestra aleatoria simple, técnica de muestreo probabilístico, en donde cada uno de los elementos de la población tienen la probabilidad de ser seleccionado, cada unidad se elige de manera independiente a los otros elementos (Malhotra, 2004).

### 3.8. Tamaño de la muestra

Investigación cuantitativa turistas nacionales y extranjeros

#### a.- Universo

El Universo de estudio, se compone del total de turistas extranjeros y nacionales que llegaron a la ciudad de Riobamba en el año 2016, de acuerdo a datos del Boletín de Demanda Turística 2016, del Departamento de Turismo del Ilustre Municipio de Riobamba, a la ciudad de Riobamba llegaron 92.372 turistas.

#### b.- Muestra

El tamaño de la muestra fue calculado con la fórmula de Canavos, dónde los elementos representan lo siguiente:

n = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener

N = Universo de estudio

P = Probabilidad de ocurrencia (0,5)

Q = Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

E = Margen de error (5%)

K = Nivel de confianza (1,96)

$$n = \frac{N (P * Q)}{(N - 1) * \left(\frac{E}{K}\right)^2 + PQ}$$

#### Muestra para turistas nacionales y extranjeros:

En tal facultad, la muestra para turistas que visitan la ciudad de Riobamba es:

$$n = \frac{92372 (0,25)}{(92372 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + 0,25}$$

**n = 382**

**Pobladores de la ciudad de Riobamba, hombres y mujeres desde los 20 años hasta los 64 años.**

**Tabla 1-3:** Muestra por rango de edades de pobladores de la ciudad de Riobamba

<b>Rango edad</b>	<b>Población</b>	<b># encuestas</b>
20 – 34	14601	118
35-49	29012	119
50-64	17928	118
Total		355

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

#### **Rango de edad de 20 – 34**

$$n = \frac{14601(0,5)^2(1,96)^2}{(14601 - 1)(0,09)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = 118$$

#### **Rango de edad de 35 – 49**

$$n = \frac{29012(0,5)^2(1,96)^2}{(29012 - 1)(0,09)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = 119$$

#### **Rango de edad 50 - 64**

$$n = \frac{17928(0,5)^2(1,96)^2}{(17928 - 1)(0,09)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = 118$$

- **Investigación cualitativa**

**Informantes calificados del sector turístico.**

- Ministerio de Turismo.
- Presidente Cámara de Turismo.
- Dirección de Gestión Cultural del Ilustre Municipio de Riobamba.

- Dirección de Turismo H. Consejo Provincial de Chimborazo.
- Director Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura.

### **Gestores culturales y responsables de atractivos turísticos.**

Entrevistas a responsables de atractivos turísticos culturales (Inventario de atractivos turísticos de las parroquias urbanas del cantón Riobamba. Departamento de turismo del GADM Riobamba 2016) y Gestores culturales de:

- Museo Concepción
- Museo y Edificio del Colegio Pedro Vicente Maldonado
- Museo de la Ciudad
- Iglesia de San Antonio Loma de Quito
- Iglesia la Concepción
- Iglesia la Merced
- Iglesia la Basílica del Sagrado Corazón de Jesús
- Iglesia la Catedral
- Edificio del Correo
- Palacio Municipal
- Edificio de la Gobernación
- Empresa ferrocarriles del Ecuador – Riobamba

### **3.9. Técnicas de recolección**

**La recolección de datos primarios, serán de naturaleza cualitativa y cuantitativa:**

- **Ficha inventario de atractivos turísticos.**

Proceso a través del cual se registran ordenadamente el valor intrínseco, valor extrínseco, y en general los factores físicos, biológicos y culturales. Facilita información relevante y realiza una tecnificación, evaluación y zonificación enfocadas en la diversificación de áreas de desarrollo turístico. (Turismo, 2014). Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos, Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. Consultado el 05 de Noviembre del 2014.

El modelo de inventario de atractivos turísticos (Turismo, PLANDETUR 2020, 2007), establece:

- a.- Análisis de inventario de atractivos turísticos, diferenciar entre recurso y atractivo turístico.

Recurso turístico: áreas naturales y expresiones culturales de importancia, para ser visitadas o admiradas por turistas. Son el cimiento para el progreso de la atracción.

Atractivo turístico: recursos turísticos que poseen varios elementos destacados para la explotación del turismo, deben estar dotados con accesos y servicios básicos.

**b.- Descripción general, Evaluación de los atractivos turísticos.**

Establece jerarquías para cada uno de los atractivos, siendo estas las siguientes:

“Jerarquía IV: atractivo excepcional, cautiva al mercado turístico internacional. Capaz de motivar por si sólo una importante corriente de visitantes.

Jerarquía III: atractivo con rasgos excepcionales, motiva a visitantes nacionales y en menor escala el internacional.

Jerarquía II: Atractivo con algún rasgo llamativo, Capaz de interesar a visitantes de larga distancia del mercado interno y receptivo, que llegó a la zona por otras razones turísticas, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I: atractivos sin méritos suficiente para considerar en las jerarquías anteriores indicadas. Forma parte del patrimonio turístico y pueden complementar a otros atractivos de mayor jerarquía”.

- **Encuesta.**

Cuestionario estructurado para obtener información específica, se basa en realizar varias preguntas relacionadas con: conducta, actitud, conocimiento, motivaciones, características demográficas y estilos de vida. Las encuestas pueden realizarse de manera verbal (personal), escrita, por correo o electrónica (Malhotra, 2004).

Para la presente investigación, se utilizó el método de encuesta personal, se efectuó en distintos lugares estratégicos de la ciudad tales como: hoteles, hosterías, hostales, restaurantes, centro histórico y estación del tren.

- **Entrevistas a profundidad.**

Método para obtener información cualitativa, se lo realiza de forma no estructurada de persona a persona, la finalidad de las entrevistas a profundidad es descubrir motivaciones, actitudes,

sentimientos relacionados con el tema investigado. Tiene una duración entre treinta y sesenta minutos (Malhotra, 2004).

### La recolección de datos secundarios.

- Datos internos.
- Revisión de materiales publicados.

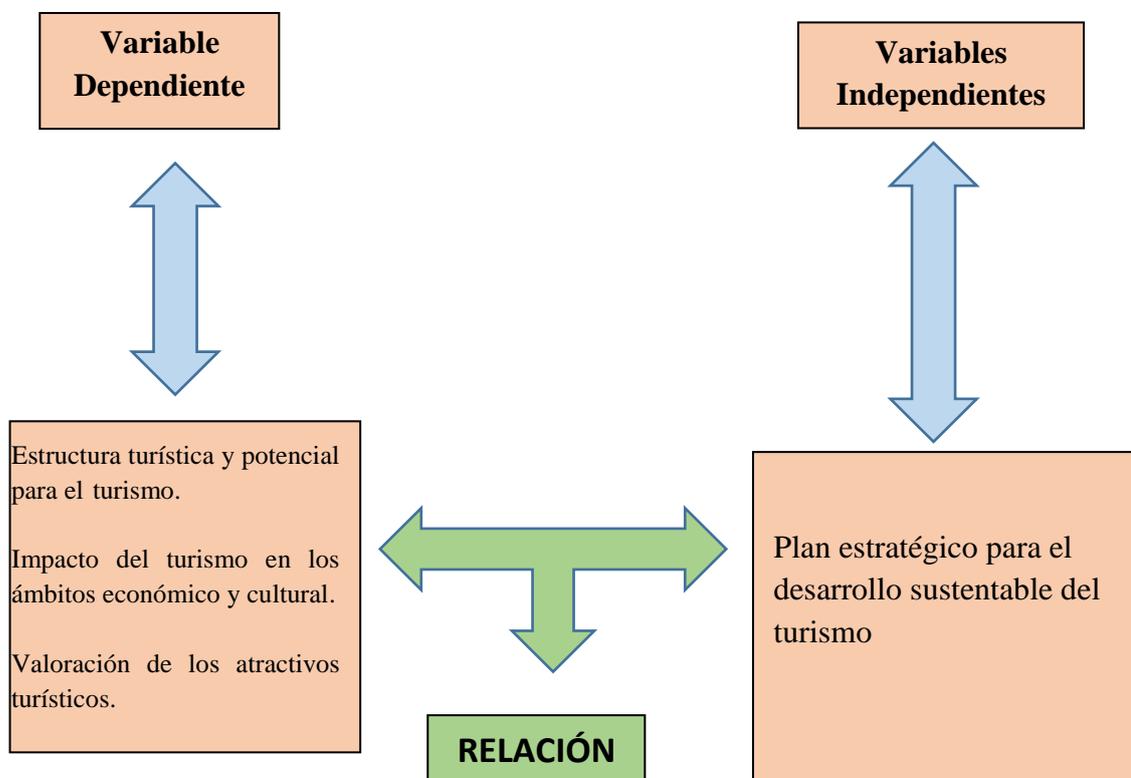
### 3.10. Instrumentos de recolección de datos primarios y secundarios

- Formato entrevista a profundidad.
- Formato de encuesta.

### 3.11. Instrumentos para recopilar datos procesados

- Software SPSS.
- Excel.

### 3.12. Identificación de variables



**Figura 1-3** Identificación de Variables  
Fuente: Investigación

### 3.13. Operacionalización de las variables

Aspectos generales

**Tabla 2-3:** Operacionalización de Variables

Formulación del problema	Objetivo General	Variables	Indicadores	Técnicas	Instrumento
¿Cómo contribuir al fortalecimiento del turismo en la ciudad de Riobamba?	Plan estratégico para el desarrollo sustentable del turismo para la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo	<p><b>Variable Independiente:</b> Plan estratégico</p> <p><b>Variable Dependiente:</b> Estructura turística y potencial para el turismo. Impacto del turismo en los ámbitos económico y cultural. Valoración de los atractivos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No. de atractivos turísticos</li> <li>• Tipo de atractivos según ámbito de acción</li> <li>• Proveedores de servicios turísticos</li> <li>• Tipo de usuarios</li> <li>• No. de proyectos de turismo que generan servicios o impulsan la creación de estos.</li> <li>• No. de actividades turísticas que generan demanda de servicios y mejoran la economía local.</li> <li>• Gasto promedio diario por persona en la ciudad.</li> <li>• Lugares de procedencia.</li> </ul>	Observación. Investigación cualitativa. Investigación cuantitativa.	Encuestas, entrevistas.

**Fuente:** Investigación

**Realizado por:** Fernanda Herrera

Objetivo Específico	Variables	Indicador	Fuentes de Información	Técnicas para recopilar información
1. Realizar el diagnóstico de la estructura turística.	<p>Situación actual de los productos turísticos (análisis FODA).</p> <p>Tipo de producto turístico ofertado</p> <p>Análisis del contexto económico y cultural.</p>	<p>No. de atractivos turísticos</p> <p>Tipo de atractivos según ámbito de acción</p> <p>Proveedores de servicios turísticos</p> <p>Tipo de usuarios</p>	<p>Información secundaria. Revisión teórica sobre el estado actual del Turismo en la ciudad de Riobamba</p> <p>Información primaria.</p>	<p>Ficha inventario</p> <p>Catastro</p> <p>Cuadro Resumen</p> <p>Análisis</p>
2. Determinar el potencial actual de atractivos turísticos culturales, para resaltar los elementos turísticos del patrimonio.	<p>Atractivos turísticos con mayor relevancia y potencialidad turística</p>	<p>Valor potencial y grado de aprovechamiento actual del producto Turístico.</p> <p>Infraestructura y planta turística.</p> <p>Situación organizativa y calidad de la oferta actual.</p> <p>Valoración del producto de Turismo en relación con mejoramiento de la economía y competitividad.</p>	<p>Información secundaria</p> <p>Información Primaria</p>	<p>Índice de potencial turístico</p>

Objetivo Específico	Variables	Indicador	Fuentes de Información	Técnicas para recopilar información
3. Determinar el impacto del turismo en los ámbitos económico y cultural.	<p>Actividades turísticas que generan la creación de servicios</p> <p>Actividades turísticas que mejoran la economía local</p>	<p>No. de proyectos de turismo que generan servicios o impulsan la creación de estos</p> <p>No. de actividades turísticas que generan demanda de servicios y mejoran la economía local</p>	<p>Información secundaria</p> <p>Información primaria</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Indicadores</p>
4. Realizar el estudio de la demanda turística de la ciudad de Riobamba.	<p>Identificar a los consumidores de los servicios existentes en la ciudad</p> <p>Datos demográficos, conocer quiénes son y de dónde provienen los turistas</p> <p>Conocer el tiempo de permanencia en la ciudad</p> <p>Identificar los principales atractivos turísticos visitados por turistas.</p>	<p>No. de días que permanecen en la ciudad de Riobamba</p> <p>No. de actividades que realizan los turistas</p> <p>Gasto promedio diario por persona en la ciudad</p> <p>Procedencia</p>	<p>Encuestas</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Perfil</p>

Fuente: Investigación

Realizado por: Fernanda Herrera

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

#### 4.1. Análisis de la oferta

##### 4.1.1. Inventario de recursos turísticos

Para la presente investigación se analizó la tabla 1, de Reportes y estadísticas del patrimonio cultural del Cantón Riobamba; conjuntamente, se realizó el diagnóstico de la estructura turística, la técnica de recopilación de información son fichas de inventario. Para la presente investigación, se adaptó el modelo de inventario de atractivos turísticos del MINTUR.

**Tabla 1-4:** Reportes y estadísticas del patrimonio cultural del Cantón Riobamba.

<b>Reportes y estadísticas del patrimonio cultural del cantón riobamba/sipce</b>	
<b>LISTADO SIPCE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Patrimonio inmaterial	140
Patrimonio documental registro	81
Patrimonio documental inventario	44
Patrimonio documental biblioteca	20
Patrimonio documental archivo	25
Patrimonio arqueológico sitios arqueológicos	17
Patrimonio arqueológico colecciones arqueológicas	0
Patrimonio arqueológico objetos arqueológicos	627
Patrimonio arqueológico sitios subacuáticos	No se genera reporte
Patrimonio arqueológico representaciones rupestres	No se genera reporte
Patrimonio mueble registro	2358
Patrimonio mueble inventario	695
Patrimonio inmueble registro	382
Patrimonio inmueble inventario	457
Patrimonio inmueble conjuntos urbanos	157
Patrimonio inmueble espacios públicos	0
Patrimonio inmueble equipamiento funerario	24

Fuente: SIPCE/Reportes/Busquedas Avanzadas y Estadísticas (Estadísticas, 2016)

Realizado por: Fernanda Herrera

**Tabla 2-4:** Resumen de los atractivos turísticos jerarquía III

#	Cantón	Parroquia	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Riobamba	Velasco	Parque 21 de abril	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	III
2	Riobamba	Lizarzaburu	Estación del ferrocarril	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura civil	III
3	Riobamba	Velasco	Parque Antonio José de Sucre	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	III
4	Riobamba	Velasco	Colegio Pedro Vicente Maldonado	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	III
5	Riobamba	Velasco	Plaza roja de la concepción	Manifestación cultural	Etnografía	Ferias y mercados	III
6	Riobamba	Velasco	Iglesia de la concepción	Manifestación cultural	Históricas	Religiosos coloniales	III
7	Riobamba	Velasco	Museo de arte religioso del convento de la concepción	Sitio natural	Históricas	Museos religiosos	III
8	Riobamba	Maldonado	Iglesia catedral la	Manifestacion es culturales	Históricas	Religiosos coloniales	III
9	Riobamba	Maldonado	Parque Pedro Vicente Maldonado	Manifestacion es culturales	Históricas	Zonas históricas	III
10	Riobamba	Velasco	Edificio del servicio de rentas internas	Manifestacion es culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
11	Riobamba	Maldonado	Palacio municipal	Manifestacion es culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
12	Riobamba	Maldonado	Edificio de la gobernación	Manifestacion es culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
13	Riobamba	Veloz	Casa museo de la ciudad	Manifestacion es culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
14	Riobamba	Maldonado	Capilla del sacrilegio	Manifestacion es culturales	Históricas	Religiosos coloniales	III
15	Riobamba	Maldonado	Iglesia de la basílica – sagrado corazón de Jesús	Iglesia de la basílica – sagrado corazón de Jesús	Históricas	Religiosos coloniales	III
16	Riobamba	Maldonado	Parque libertad la	Manifestación cultural	Históricas	Ciudades sectores	III
17	Riobamba	Maldonado	Iglesia de san francisco	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura religiosa	III

18	Riobamba	Veloz	Edificio correos del ecuador	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura civil	III
19	Riobamba	Veloz	Mercado Mariano Borja (la merced)	Manifestación cultural	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	III
20	Riobamba	Lizarzaburu	Parque Ricpamba	Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centro de observación de flora, fauna y ornitología	III

**Fuente:** Dirección de Turismo GADM Riobamba. Realizado por: Xavier Andrade (Riobamba D. d., 2016)

**Realizado por:** Fernanda Herrera

#### 4.2. Fichas atractivos turísticos

El inventario de atractivos turísticos de la Dirección de Turismo GADM Riobamba, cuenta con 35 atractivos turísticos. Para la presente investigación, se consideraron los 20 bienes de jerarquía III (Anexo 1).

<b>1. DATOS INFORMATIVOS</b>	
<b>N° Ficha:</b> 01	<b>Fecha:</b> Viernes, 29- 09-2017
<b>Investigador:</b> María Fernanda Herrera	
<b>Nombre del Atractivo:</b> Iglesia Monasterio la Concepción	
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>Tipo:</b> Histórica	
<b>Subtipo:</b> Religioso Colonial	
<b>FOTOGRAFÍA N° 1</b>	
	
<i>Fotografía 1 Iglesia Monasterio la Concepción</i>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Ciudad / Cantón:</b> Riobamba
<b>Parroquia:</b> Velasco	<b>Sector:</b> Centro de la Parroquia
<b>Latitud:</b> 1°40'15"S	
<b>Longitud:</b> 78°38'49"O	
<b>3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.</b>	
<b>Altitud:</b> 2754 msnm	
<b>Temperatura:</b> 14°C	

<p><b>4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.</b></p> <p>Está ubicado en las calles: Orozco s/n y Colón.</p>	
<p><b>4.1 VULNERABILIDAD DEL BIEN.</b></p> <p>Muy vulnerable <input type="checkbox"/></p> <p>Vulnerable <input type="checkbox"/></p> <p>Medianamente vulnerable <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Mínimamente vulnerable <input type="checkbox"/></p> <p>No vulnerable <input type="checkbox"/></p>	
<p><b>4.2 DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b></p> <p>La construcción del templo se inició en 1891, y en 1927 se concluyó. Tiene estilo neogótico, la construcción de la edificación es de piedra y ladrillo visto, se destaca por sus ventanas en forma de ojivas. Se ubica frente a la Plaza Roja (Municipal, 2002).</p>	
<p><b>4.3 PERMISOS Y RESTRICCIONES</b></p> <p><b>Permiso:</b> el ingreso a la iglesia es libre de lunes a viernes de 7H00 a 9H00, sábado y domingo 7H00 a 10H00 y de 17H00 a 18H00, la observación de su fachada no tiene restricciones.</p> <p><b>Restricciones:</b> Ninguna Restricción.</p>	
<p><b>4.3.1 USOS</b></p> <p><b>4.3.2 Uso Actual</b></p> <p>Paisajístico y turístico.</p> <p><b>4.3.3 Uso Potencial</b></p> <p>Interpretativo y turístico.</p> <p><b>4.3.4 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa.</p>	
<p><b>4.3.5 Impactos</b></p> <p><b>4.3.6 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen paisajística y turística de la ciudad.</p> <p><b>4.3.7 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados.</p>	
<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b></p> <p>Cubierta: bueno</p> <p>Estructura: bueno</p> <p>Elementos: bueno</p> <p>Mantenimiento: bueno</p>	
<p><b>6. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p> <p>Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.</p>	

**7. MANEJO DEL ÁREA**

**7.1 Frecuencia de monitoreo:**

Muy alta bueno

Alta

Media

Baja

Muy baja

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial.

**9. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 02

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Conjunto La Catedral

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Históricas

**Subtipo:** Religioso Colonial

## FOTOGRAFÍA N° 2



*Fotografía 2 Iglesia La Catedral*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Maldonado

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Veloz entre Espejo y 5 de Junio.

#### 4.1 VULNERABILIDAD DEL BIEN.

- Muy vulnerable
- Vulnerable
- Medianamente vulnerable
- Mínimamente vulnerable
- No vulnerable

#### 4.2 DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

Edificación que perfila el sector más importante de la ciudad de Riobamba. La fachada de la iglesia Catedral contiene relieves con expresiones de aborígenes, escenas del viejo y nuevo testamentos, es de estilo barroco mestizo, construida con piedra calcárea blanca. Algunas piedras son rescatadas del terremoto de 1797, de la antigua Riobamba. Junto al templo, se encuentra la capilla de Santa Bárbara (Municipal, 2002).

#### 4.3 PERMISOS Y RESTRICCIONES

**Permiso:** el templo está cerrado, para el ingreso a la iglesia se debe hablar con el párroco o personal encargado. La observación de su fachada no tiene restricciones.

**Restricciones:** Ninguna Restricción.

#### 4.3.1 USOS

#### 4.3.2 Uso Actual

Paisajístico y turístico

#### 4.3.3 Uso Potencial

Interpretativo y turístico

**4.3.4 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

#### 4.3.5 Impactos

**4.3.6 Impactos Positivos:** Es parte de la imagen paisajística y turística de la ciudad.

**4.3.7 Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados.

#### 4.4 Valoración histórica

Se localiza frente al Parque Pedro Vicente Maldonado. Se aprecia la creencia de aborígenes y españoles, la fe y la confianza en la misión del cristianismo. La iglesia fue edificada por los sobrevivientes del terremoto de 1797, y con piedras originales traídas de Santiago de Quito, primera capital del Ecuador.

La iglesia matriz fue construida por el Párroco de la ciudad de Riobamba el Dr. José M. Freile, en 1835. En el año de 1865, al formarse la Diócesis de Bolívar este templo se convierte en Catedral. En 1960, Monseñor Leonidas Proaño, creo un comité para la reconstrucción de la Catedral, la Facultad de Arquitectura de la Universidad

<p>Central del Ecuador, empieza los estudios de recuperación de esta edificación religiosa, resuelven mantener la fachada y realizar una construcción nueva en el interior del templo, para lo cual se utilizaron los planos realizados por el arquitecto Carlos Velasco. (Chimborazo)</p>
<p><b>5 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b></p> <p>Cubierta: bueno  Estructura: bueno  Elementos: bueno  Mantenimiento: bueno</p>
<p><b>6 INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p> <p>Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.</p>
<p><b>7 MANEJO DEL ÁREA</b></p> <p><b>7.1 Frecuencia de monitoreo:</b></p> <p>Muy alta bueno <input type="checkbox"/>  Alta <input type="checkbox"/>  Media <input type="checkbox"/>  Baja <input type="checkbox"/>  Muy baja <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p><b>8 FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p> <p>Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial</p>
<p><b>9 DIFUSIÓN DEL RECURSO</b></p> <p><b>Difusión:</b> Local</p>

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 03

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Colegio Nacional Maldonado

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórica

**Subtipo:** Zona Histórica

### FOTOGRAFÍA N° 3



*Fotografía 3 Colegio Nacional Maldonado*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Velasco

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Av. Primera Constituyente entre Juan Larrea y España.

### 4.1 VULNERABILIDAD DEL BIEN.

Muy vulnerable

Vulnerable

Medianamente vulnerable

Mínimamente vulnerable	<input type="checkbox"/>
No vulnerable	<input type="checkbox"/>
<b>4.2 DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b>	
Una de las principales obras arquitectónicas de la ciudad, estilo neoclásico, construcción en tres niveles. En este lugar, se firmó la Primera Constitución del Estado Ecuatoriano en 1830. Se ubica frente al Parque Sucre (Municipal, 2002).	
<b>4.3 PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
<b>Permiso:</b> el ingreso a las instalaciones del Colegio es libre de lunes a viernes de 7H30 a 16H00, la observación de su fachada no tiene restricciones.	
<b>Restricciones:</b> Ninguna Restricción.	
<b>4.3.1 USOS</b>	
<b>4.3.2 Uso Actual</b>	Institución educativa y turístico.
<b>4.3.3 Uso Potencial</b>	Interpretativo del valor arquitectónico e histórico.
<b>4.3.4 Necesidades Turísticas:</b>	Señalética descriptiva e interpretativa.
<b>4.3.5 Impactos</b>	
<b>4.3.6 Impactos Positivos:</b>	Es parte de la imagen turística de la ciudad.
<b>4.3.7 Impactos Negativos:</b>	Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados.
<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b>	
Cubierta: bueno	
Estructura: bueno	
Elementos: bueno	
Mantenimiento: bueno	
<b>6. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.	
<b>7. MANEJO DEL ÁREA</b>	
<b>7.1 Frecuencia de monitoreo:</b>	
Muy alta bueno	<input type="checkbox"/>
Alta	<input type="checkbox"/>
Media	<input type="checkbox"/>
Baja	<input type="checkbox"/>
Muy baja	<input checked="" type="checkbox"/>

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

**9. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 04

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Parque Pedro Vicente Maldonado

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórica

**Subtipo:** Zona Histórica

### FOTOGRAFÍA N° 4



*Fotografía 4 Parque Pedro Vicente Maldonado*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Maldonado

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Primera Constituyente & 5 de Junio

#### 4.1 VULNERABILIDAD DEL BIEN.

- Muy vulnerable
- Vulnerable
- Medianamente vulnerable
- Mínimamente vulnerable
- No vulnerable

#### 4.2 DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

En este parque se ubicó la Plaza Mayor en 1885, en la cual se concentraban los poderes políticos, religiosos y sociales. En 1909 el concejal José Alberto Donoso propuso la construcción de un parque en honor a Pedro Vicente Maldonado, en 1911 los arquitectos italianos Russo y Tormen, rediseñaron esta plaza. El monumento se inauguró en 1972. Como complemento, posee cuatro hermosas piletas de bronce, testimonio de inicios del Siglo XX.

Desde este lugar, se trazaron las primeras manzanas del núcleo urbano de la ciudad. Alrededor de su entorno, se encuentran las edificaciones más importantes de la ciudad (Municipal, 2002).

#### 4.3 PERMISOS Y RESTRICCIONES

**Permiso:** el ingreso al parque es libre, no existe restricción de horario.

**Restricciones:** Ninguna Restricción.

##### 4.3.1 USOS

##### 4.3.2 Uso Actual

Paisajístico y turístico.

##### 4.3.3 Uso Potencial

Interpretativo y turístico

**4.3.4 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

##### 4.3.5 Impactos

**4.3.6 Impactos Positivos:** Es parte de la imagen paisajística de la ciudad.

**4.3.7 Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados.

#### 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.

Estructura: bueno

Elementos: bueno

Mantenimiento: bueno

#### 6. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.

**7. MANEJO DEL ÁREA**

**7.1 Frecuencia de monitoreo:**

Muy alta bueno

Alta

Media

Baja

Muy baja

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial.

**9. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 05

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Edificio del Servicio De Rentas Internas. SRI.

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Zona Histórica

**Subtipo:** Arquitectura Civil

### FOTOGRAFÍA N° 5



*Fotografía 5 Edificio del Servicio De Rentas Internas. SRI.*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Velasco

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Primera Constituyente & 5 de Junio

<b>5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.</b>	
Muy vulnerable	<input type="checkbox"/>
Vulnerable	<input type="checkbox"/>
Medianamente vulnerable	<input checked="" type="checkbox"/>
Mínimamente vulnerable	<input type="checkbox"/>
No vulnerable	<input type="checkbox"/>
<b>6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b>	
<p>Construcción influencia por los arquitectos italianos Tormen, Russo y Juan Manuel Durini. Posee un portal con columnas de estilo jónico. Tiene estilo neoclásico (Municipal, 2002).</p>	
<b>7. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
<p><b>Permiso:</b> el ingreso es de lunes a viernes de 8H00 a 17H00.</p> <p><b>Restricciones:</b> Se debe presentar una identificación para ingresar al segundo piso.</p>	
<b>8. USOS</b>	
<b>8.1 Uso Actual</b>	
<p>                    Laboral (Institución encargada del cobro de los impuestos a los contribuyentes – Servicio de Rentas Internas) y turístico.</p>	
<b>8.2 Uso Potencial</b>	
<p>                    Interpretativo y turístico</p>	
<b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa.	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.	
<b>9.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados	
<b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b>	
Cubierta: bueno	
Estructura: bueno	
Elementos: bueno	
Mantenimiento: bueno	
<b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.	
<b>12. MANEJO DEL AREA</b>	
<b>12.1 Frecuencia de monitoreo:</b>	
Muy alta bueno	<input type="checkbox"/>
Alta	<input type="checkbox"/>
Media	<input type="checkbox"/>
Baja	<input type="checkbox"/>

Muy baja



**13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial.

**14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 06

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Museo de Arte Religioso

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Museo Religioso

### FOTOGRAFÍA N° 6



*Fotografía 6 Museo de Arte Religioso- Convento de las Madres Conceptas*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Velasco

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Argentinos y Juan Larrea

## 5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

- Muy vulnerable
- Vulnerable
- Medianamente vulnerable
- Mínimamente vulnerable
- No vulnerable

## 6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

El museo de arte religioso del Monasterio de las Conceptas, es una de las principales joyas históricas, culturales y religiosas de la antigua Riobamba.

Se encuentra distribuido en 14 salas, en las cuales se exhiben lienzos, esculturas, mobiliario, elementos ornamentales sacerdotales, tejidos de oro y plata, objetos de plata y orfebrería de los siglos XVII y XVIII (Municipal, 2002).

## 7. PERMISOS Y RESTRICCIONES

**Permiso:** el ingreso al museo es de martes a sábados, de 8H00 a 12H30 y de 15H00 a 17H30.

**Restricciones:** Se debe pagar entrada, adultos 3 dólares, estudiantes y tercera edad 2 dólares y niños 1 dólar.

## 8. USOS

### 8.1 Uso actual

Religioso y turístico.

### 8.2 Uso Potencial

Interpretativo, Religioso y turístico.

**8.3 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

## 9. Impactos

**9.1.1 Impactos Positivos:** Es parte de la imagen turística de la ciudad.

**9.1.2 Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados

## 10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.

Cubierta: bueno

Estructura: bueno

Elementos: bueno

Mantenimiento: bueno

## 11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.

## 12. MANEJO DEL AREA

### 12.1 Frecuencia de monitoreo:

Muy alta bueno

Alta

Media

Baja

Muy baja

**13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

**14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 07

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Edificio Correos del Ecuador

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Arquitectura Civil

### FOTOGRAFÍA N° 7



*Fotografía 7 Edificio Correos del Ecuador*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Veloz

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: 10 de agosto y Espejo

<b>5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.</b>	
Muy vulnerable	<input type="checkbox"/>
Vulnerable	<input type="checkbox"/>
Medianamente vulnerable	<input checked="" type="checkbox"/>
Mínimamente vulnerable	<input type="checkbox"/>
No vulnerable	<input type="checkbox"/>
<b>6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b>	
Inmueble estilo neoclásico, posee salones interiores con techos bellamente decorados. Actualmente, funciona la Empresa Nacional de Correos del Ecuador (Municipal, 2002).	
<b>7. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
<b>Permiso:</b> el ingreso a las instalaciones es de 8H00 a 17H00.	
<b>Restricciones:</b> Ninguna Restricción.	
<b>8. USOS</b>	
<b>8.1 Uso actual</b>	
Laboral (Correos del Ecuador) y turístico	
<b>8.2 Uso Potencial</b>	
Interpretativo y turístico.	
<b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa, baterías sanitarias.	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.	
<b>9.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados	
<b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b>	
Cubierta: bueno	
Estructura: bueno	
Elementos: bueno	
Mantenimiento: bueno	
<b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.	
<b>12. MANEJO DEL ÁREA</b>	
<b>12.1 Frecuencia de monitoreo:</b>	
Muy alta bueno	<input type="checkbox"/>
Alta	<input type="checkbox"/>
Media	<input type="checkbox"/>
Baja	<input type="checkbox"/>
Muy baja	<input checked="" type="checkbox"/>

**13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

**14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

N° Ficha: 08

Fecha: Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Parque Antonio José de Sucre

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Zona histórica

### FOTOGRAFÍA N° 8



*Fotografía 8 Parque Antonio José de Sucre*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Velasco

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: 10 de agosto y España

## 5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

Muy vulnerable

Vulnerable

Medianamente vulnerable

Mínimamente vulnerable

No vulnerable <input type="checkbox"/>
<p><b>6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b></p> <p>Construida en 1919, en homenaje al héroe de la independencia Mariscal Antonio José de Sucre. En el centro del parque se ubica un monumento neoclásico - la pileta de Neptuno, inaugurado en 1913 cuando se instaló en agua potable en la ciudad. Se localiza frente al Edificio del Colegio Pedro Vicente Maldonado (Municipal, 2002).</p>
<p><b>7. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b></p> <p><b>Permiso:</b> el ingreso a parque es libre de lunes a sábados, no tiene restricciones.</p> <p><b>Restricciones:</b> Ninguna Restricción.</p>
<p><b>8. USOS</b></p> <p><b>8.1 Uso actual</b></p> <p>Paisajístico y turístico</p> <p><b>8.2 Uso Potencial</b></p> <p>Interpretativo y turístico.</p> <p><b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa, baterías sanitarias.</p>
<p><b>9. Impactos</b></p> <p><b>9.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.</p> <p><b>9.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados</p>
<p><b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b></p> <p>REGULAR</p>
<p><b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p> <p>Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.</p>
<p><b>12. MANEJO DEL ÁREA</b></p> <p><b>12.1 Frecuencia de monitoreo:</b></p> <p>Muy alta bueno <input type="checkbox"/></p> <p>Alta <input type="checkbox"/></p> <p>Media <input type="checkbox"/></p> <p>Baja <input type="checkbox"/></p> <p>Muy baja <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p><b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p> <p>Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial</p>
<p><b>14. DIFUSIÓN DEL RECURSO</b></p> <p><b>Difusión:</b> Local</p>

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 19

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Plaza Roja de la concepción

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Etnografía

**Subtipo:** Ferias y Mercados

### FOTOGRAFÍA N° 9



*Fotografía 9 Plaza Roja de la Concepción*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Velasco

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 45Km<sup>2</sup>

**Temperatura:** 13°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Calles José de Orozco entre Juan Larrea y Cristóbal Colón

## 5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

- Muy vulnerable
- Vulnerable
- Medianamente vulnerable
- Mínimamente vulnerable
- No vulnerable

## 6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

Conocida como la Plaza Roja, se ubica frente a la iglesia de La Concepción. Es un lugar de encuentro de la feria mestiza – indígena, que se realiza los días miércoles y sábados desde las 07h00 a 18h00. En la feria se encuentran ponchos, fajas, collares y artesanías, constituyen parte de la identidad riobambeña (Municipal, 2002).

## 7. PERMISOS Y RESTRICCIONES

**Permiso:** el ingreso a la Plaza Roja de la Concepción es libre.

**Restricciones:** Ninguna Restricción.

## 8. USOS

### 8.1 Uso actual

Turístico

### 8.2 Uso Potencial

Interpretativo y turístico.

**8.3 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

## 9. Impactos

**9.1.1 Impactos Positivos:** Es parte de la imagen turística de la ciudad.

**9.1.2 Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados

## 10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.

Elementos: bueno

Mantenimiento: bueno

## 11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.

**12. MANEJO DEL ÁREA**

**12.1 Frecuencia de monitoreo:**

Muy alta bueno

Alta

Media

Baja

Muy baja

**13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

**14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 10

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Estación del Ferrocarril

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Arquitectura Civil

### FOTOGRAFÍA N° 10



*Fotografía 10 Estación del Ferrocarril*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Velasco

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Av. Daniel León Borja y Carabobo

## 5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

- |                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| Muy vulnerable          | <input type="checkbox"/>            |
| Vulnerable              | <input type="checkbox"/>            |
| Medianamente vulnerable | <input type="checkbox"/>            |
| Mínimamente vulnerable  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| No vulnerable           | <input type="checkbox"/>            |

## 6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

Durante las primeras décadas del siglo XX, con el paso del ferrocarril y la ubicación estratégica de la estación del tren en el centro de la ciudad, la ciudad empezó a desarrollarse en comercio, productividad e intercambio, además, se promovió la construcción de hoteles, restaurantes, almacenes (Municipal, 2002).

Se puede encontrar información en la página [www.trenecudor.com](http://www.trenecudor.com), las facilidades turísticas son: compra online, call center, chat online.

Se realizan actividades turísticas en fechas específicas en la plaza Alfaro (Junto a la Estación del Tren)

## 7. PERMISOS Y RESTRICCIONES

### Permiso:

Estación del tren: la atención a turistas para información de rutas del Tren y tickets es de lunes a viernes de 8H00 a 16H00, sábado, domingo y feriados de 7H00 a 15H00.

Locales de artesanías: lunes de 15H00 a 18H00, de martes a domingo de 9H00 a 18h00.

**Restricciones:** Ninguna Restricción.

## 8. USOS

### 8.1 Uso actual

Laboral y Turístico

### 8.2 Uso Potencial

Interpretativo y turístico.

**8.3 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

## 9. Impactos

**9.1.1 Impactos Positivos:** Es parte de la imagen turística de la ciudad.

**9.1.2 Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados

## 10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.

Elementos: bueno

Mantenimiento: bueno

## 11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.

## 12. MANEJO DEL ÁREA

### 12.1 Frecuencia de monitoreo:

Muy alta bueno

Alta

Media

Baja

Muy baja

**13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

**14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Internacional

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 11

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Parque 21 de abril

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Zona Histórica

### FOTOGRAFÍA N° 11



*Fotografía 11 Parque 21 de abril*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Velasco

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: José Orozco, Francia, Argentinos y Juan Lavalle.

<b>5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.</b>	
Muy vulnerable	<input type="checkbox"/>
Vulnerable	<input type="checkbox"/>
Medianamente vulnerable	<input checked="" type="checkbox"/>
Mínimamente vulnerable	<input type="checkbox"/>
No vulnerable	<input type="checkbox"/>
<b>6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b>	
Se encuentra en la colina denominada Loma de Quito, es un mirador de la ciudad. Lugar de representativo de la Independencia de la Batalla de Riobamba. Consta de un mural sobre la Cuna de la Nacionalidad y una pirámide que representa a los héroes del 21 de Abril de 1822 (Municipal, 2002).	
<b>7. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
<b>Permiso:</b> siempre abierto, el ingreso al parque es libre. <b>Restricciones:</b> Ninguna Restricción.	
<b>8. USOS</b>	
<b>8.1 Uso actual</b>	
Paisajístico y Turístico	
<b>8.2 Uso Potencial</b>	
Interpretativo y turístico.	
<b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa.	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.	
<b>9.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados	
<b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b>	
Elementos: bueno	
Mantenimiento: bueno	
<b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado	
<b>12. MANEJO DEL ÁREA</b>	
<b>12.1 Frecuencia de monitoreo:</b>	
Muy alta bueno	<input type="checkbox"/>
Alta	<input type="checkbox"/>

Media	<input type="checkbox"/>
Baja	<input type="checkbox"/>
Muy baja	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial	
<b>14. DIFUSIÓN DEL RECURSO</b>	
<b>Difusión:</b> Local	

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 12

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Casa Museo de la ciudad

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Arquitectura Civil

### FOTOGRAFÍA N° 12



*Fotografía 12 Casa Museo de la ciudad*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Veloz

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Primera Constituyente y 5 de Junio

<p><b>5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.</b></p> <p>Muy vulnerable <input type="checkbox"/></p> <p>Vulnerable <input type="checkbox"/></p> <p>Medianamente vulnerable <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Mínimamente vulnerable <input type="checkbox"/></p> <p>No vulnerable <input type="checkbox"/></p>	
<p><b>6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b></p> <p>Su arquitectura es estilo neoclásico, tiene grandes pilares, corredores, salas y extensos cuartos con detalles. Diseño formal de influencia barroca la planta baja, portales intercalados con adornos (Municipal, 2002).</p>	
<p><b>7. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b></p> <p><b>Permiso:</b> el ingreso es libre, la entrada es gratuita. El horario es lunes a viernes es de 8 a 12H30 y de 14H30 a 18H00.</p> <p><b>Restricciones:</b> No hay guía dentro del museo.</p>	
<p><b>8. USOS</b></p> <p><b>8.1 Uso actual</b></p> <p>Turístico</p> <p><b>8.2 Uso Potencial</b></p> <p>Interpretativo y turístico.</p> <p><b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa.</p>	
<p><b>9. Impactos</b></p> <p><b>9.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.</p> <p><b>9.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados</p>	
<p><b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b></p> <p>Cubierta: bueno</p> <p>Estructura: bueno</p> <p>Elementos: bueno</p> <p>Mantenimiento: bueno</p>	
<p><b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p> <p>Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.</p>	
<p><b>12. MANEJO DEL ÁREA</b></p> <p><b>12.1 Frecuencia de monitoreo:</b></p> <p>Muy alta bueno <input type="checkbox"/></p> <p>Alta <input type="checkbox"/></p>	

Media

Baja

Muy baja

### **13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

### **14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 13

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Capilla del Sacrilegio

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Religioso Colonial

### FOTOGRAFÍA N° 13



*Fotografía 13 Capilla del Sacrilegio*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Maldonado

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Velasco y Veloz

<b>5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.</b>	
Muy vulnerable	<input type="checkbox"/>
Vulnerable	<input checked="" type="checkbox"/>
Medianamente vulnerable	<input type="checkbox"/>
Mínimamente vulnerable	<input type="checkbox"/>
No vulnerable	<input type="checkbox"/>
<b>1. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b>	
La construcción de este templo inició el 26 de agosto de 1883 y el 9 de junio de 1915, fue consagrado al Sagrado Corazón de Jesús. En su interior, posee imágenes del Corazón de Jesús, entre otras de profundo significado religioso (Municipal, 2002).	
<b>2. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
<b>Permiso:</b> el turista debe dirigirse a la secretaría del Colegio San Felipe Neri, para poder ingresar a la capilla. La observación de su fachada no tiene restricciones.	
<b>Restricciones:</b> Ninguna Restricción.	
<b>6. USOS</b>	
<b>6.1 Uso actual</b>	
Educativo, Religioso y Turístico	
<b>6.2 Uso Potencial</b>	
Interpretativo, educativo y turístico.	
<b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa.	
<b>7. Impactos</b>	
<b>7.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.	
<b>7.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados	
<b>8. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b>	
Cubierta: bueno	
Estructura: bueno	
Elementos: bueno	
Mantenimiento: bueno	
<b>9. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.	
<b>10. MANEJO DEL ÁREA</b>	
<b>10.1 Frecuencia de monitoreo:</b>	
Muy alta bueno	<input type="checkbox"/>
Alta	<input type="checkbox"/>

Media	<input type="checkbox"/>
Baja	<input type="checkbox"/>
Muy baja	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>11. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial	
<b>12. DIFUSIÓN DEL RECURSO</b>	
<b>Difusión:</b> Local	

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 14

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Iglesia de la Basílica Sagrado corazón de Jesús

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Religioso Colonial

### FOTOGRAFÍA N° 14



*Fotografía 14 Iglesia de la Basílica Sagrado corazón de Jesús*

## 5. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Maldonado

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 6. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 7. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Av. José Veloz entre Alvarado y Juan de Velasco

## 8. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

- Muy vulnerable
- Vulnerable
- Medianamente vulnerable
- Mínimamente vulnerable
- No vulnerable

## 9. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

La construcción de este templo inició el 26 de agosto de 1883 y el 9 de junio de 1915, fue consagrado al Sagrado Corazón de Jesús. En su interior, posee imágenes del Corazón de Jesús, entre otras de profundo significado religioso. En la fachada principal, se ubica un estatua de Cristo Rey, y en el centro del templo domina una gran cúpula complementada con una cruz (Municipal, 2002).

## 10. PERMISOS Y RESTRICCIONES

**Permiso:** el ingreso a la iglesia es libre, el turista debe dirigirse a la secretaría del Colegio San Felipe Neri, para poder ingresar al templo. La observación de su fachada no tiene restricciones.

**Restricciones:** Ninguna Restricción.

## 11. USOS

### a. Uso actual

Educativo, Religioso y Turístico

### b. Uso Potencial

Interpretativo, educativa y turístico.

**8.3 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

## 12. Impactos

**i. Impactos Positivos:** Es parte de la imagen turística de la ciudad.

**ii. Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados

## 13. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.

Cubierta: bueno

Estructura: bueno

Elementos: bueno

Mantenimiento: bueno

## 14. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.

**15. MANEJO DEL ÁREA**

**a. Frecuencia de monitoreo:**

- Muy alta bueno
- Alta
- Media
- Baja
- Muy baja

**16. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

**17. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 15

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Mercado Marino Borja (La Merced)

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Etnografía

**Subtipo:** Comida y bebidas típicas

### FOTOGRAFÍA N° 15



*Fotografía 15 Mercado Mariano Borja (La Merced)*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Veloz

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Guayaquil y Cristóbal Colon

<b>5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.</b>	
Muy vulnerable	<input type="checkbox"/>
Vulnerable	<input type="checkbox"/>
Medianamente vulnerable	<input type="checkbox"/>
Mínimamente vulnerable	<input checked="" type="checkbox"/>
No vulnerable	<input type="checkbox"/>
<b>6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b>	
<p>Uno de los principales mercados de la ciudad conocido como La Merced, ofrece delicias tradicionales gastronómicas, entre ellas “el hornado”. Además, se expenden frutas, legumbres, cárnicos, mariscos, y en la parte frontal caramelos y productos de plástico (Municipal, 2002).</p>	
<b>7. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>	
<p><b>Permiso:</b> el ingreso al mercado es libre de lunes a domingo de 7H30 a 16H00.</p> <p><b>Restricciones:</b> Ninguna Restricción.</p>	
<b>8. USOS</b>	
<b>8.1 Uso actual</b>	
Laboral y Turístico	
<b>8.2 Uso Potencial</b>	
Interpretativo, laboral y turístico.	
<b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa.	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.	
<b>9.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados	
<b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b>	
Cubierta: bueno	
Estructura: bueno	
Elementos: bueno	
Mantenimiento: bueno	
<b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.	
<b>12. MANEJO DEL ÁREA</b>	
<b>12.1 Frecuencia de monitoreo:</b>	

- |                |                                     |
|----------------|-------------------------------------|
| Muy alta bueno | <input type="checkbox"/>            |
| Alta           | <input type="checkbox"/>            |
| Media          | <input type="checkbox"/>            |
| Baja           | <input type="checkbox"/>            |
| Muy baja       | <input checked="" type="checkbox"/> |

### **13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

### **14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 16

**Fecha:** Viernes, 29-09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

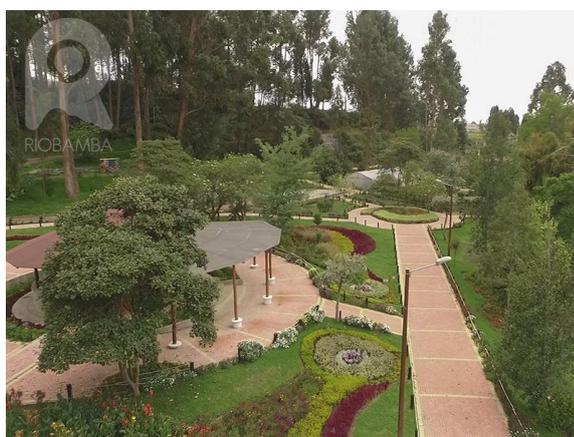
**Nombre del Atractivo:** Parque Ricpamba

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Realizaciones técnicas y científicas

**Subtipo:** centro de observación de flora, fauna y ornitología.

## FOTOGRAFÍA N° 16



*Fotografía 16 Parque RICPAMBA*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Lizarzaburu

**Sector:** Parroquia Lizarzaburu

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Diego de Rodríguez y Av. Ecuador.

## 5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

Muy vulnerable

Vulnerable

Medianamente vulnerable

Mínimamente vulnerable <input checked="" type="checkbox"/>
No vulnerable <input type="checkbox"/>
<b>6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b>
Centro recreativo para la familia, posee fauna y flora. Posee una laguna artificial, senderos, asaderos, espacia para descanso. Tiene una extensión aproximada de nueve hectáreas.
<b>7. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b>
<b>Permiso:</b> Lunes a viernes de 7H30 a 15H00, sábado de 8H00 a 17H00-
<b>Restricciones:</b> Prohibido el ingreso de animales.
<b>8. USOS</b>
<b>8.1 Uso actual</b> Paisajístico y Turístico
<b>8.2 Uso Potencial</b> Interpretativo y turístico.
<b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa.
<b>9. Impactos</b>
<b>9.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.
<b>9.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados
<b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b>
Estructura: bueno
Elementos: bueno
Mantenimiento: bueno
<b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>
Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.
<b>12. MANEJO DEL ÁREA</b>
<b>12.1 Frecuencia de monitoreo:</b>
Muy alta bueno <input type="checkbox"/>
Alta <input type="checkbox"/>
Media <input type="checkbox"/>
Baja <input type="checkbox"/>
Muy baja <input checked="" type="checkbox"/>
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>
Transporte inter parroquial y provincial
<b>14. DIFUSIÓN DEL RECURSO</b>
<b>Difusión:</b> Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 17

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Palacio municipal

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórico

**Subtipo:** Arquitectura Civil

### FOTOGRAFÍA N° 17



*Fotografía 17 Palacio municipal*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Maldonado

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: 5 de Junio y José Veloz.

## 5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

- Muy vulnerable
- Vulnerable
- Medianamente vulnerable
- Mínimamente vulnerable
- No vulnerable

## 6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

Inmueble de estilo neoclásico construido en 1880, con influencia del arquitecto italiano Natale Tormen. Posee características arquitectónicas de finales del siglo XIX. La planta baja consta de columnas macizas e intercaladas con arcos. Actualmente funciona la Ilustre Municipalidad de la Ciudad de Riobamba (Municipal, 2002).

## 7. PERMISOS Y RESTRICCIONES

**Permiso:** de lunes a viernes de 8H00 a 12H30 y de 14H30 a 18H30.

**Restricciones:** Ninguna restricción.

## 8. USOS

### 8.1 Uso actual

Laboral y Turístico

### 8.2 Uso Potencial

Interpretativo y turístico.

**8.3 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

## 9. Impactos

**9.1.1 Impactos Positivos:** Es parte de la imagen turística de la ciudad.

**9.1.2 Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados

## 10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.

Cubierta: bueno

Estructura: bueno

Elementos: bueno

Mantenimiento: bueno

## 11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.

**12. MANEJO DEL ÁREA****12.1 Frecuencia de monitoreo:**Muy alta bueno Alta Media Baja Muy baja **13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

**14. DIFUSIÓN DEL RECURSO****Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 18

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Edificio de la Gobernación

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Histórica

**Subtipo:** Arquitectura Civil

### FOTOGRAFÍA N° 18



*Fotografía 18 Edificio de la Gobernación*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Maldonado

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 2754 msnm

**Temperatura:** 14°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Está ubicado en las calles: Primera Constituyente y 5 de Junio

## 5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

- Muy vulnerable
- Vulnerable
- Medianamente vulnerable
- Mínimamente vulnerable
- No vulnerable

## 6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO

Inmueble de estilo neoclásico construido en 1880, con influencia del arquitecto italiano Natale Tormen. Posee características arquitectónicas de finales del siglo XIX. Se encuentra junto al Palacio Municipal. Funcionan las oficinas de la Gobernación (Municipal, 2002).

## 7. PERMISOS Y RESTRICCIONES

**Permiso:** el ingreso es libre de lunes a viernes de 7H30 a 12H30 y de 14H30 a 18H00, la observación de su fachada no tiene restricciones.

**Restricciones:** Ninguna Restricción.

## 8. USOS

### 8.1 Uso actual

Turístico

### 8.2 Uso Potencial

Interpretativo y turístico.

**8.3 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

## 9. Impactos

**9.1.1 Impactos Positivos:** Es parte de la imagen turística de la ciudad.

**9.1.2 Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados

## 10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.

Cubierta: bueno

Estructura: bueno

Elementos: bueno

Mantenimiento: bueno

## 11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.

## 12. MANEJO DEL ÁREA

### 12.1 Frecuencia de monitoreo:

Muy alta bueno

- |          |                                     |
|----------|-------------------------------------|
| Alta     | <input type="checkbox"/>            |
| Media    | <input type="checkbox"/>            |
| Baja     | <input type="checkbox"/>            |
| Muy baja | <input checked="" type="checkbox"/> |

### **13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

### **14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

N° Ficha: 19

Fecha: Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Parque la Libertad

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Históricas

**Subtipo:** Zona histórica

### FOTOGRAFÍA N° 19



*Fotografía 19 Parque la Libertad*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Maldonado

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 45Km<sup>2</sup>

**Temperatura:** 13°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

se encuentra en el Barrio San Francisco en el centro sur de la ciudad

## 5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.

Muy vulnerable

Vulnerable

Medianamente vulnerable

Mínimamente vulnerable <input checked="" type="checkbox"/> No vulnerable <input type="checkbox"/>
<p><b>6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b></p> <p>El Parque La Libertad, se ubica frente a la Basílica. En sus inicios, llevó el nombre de “Plaza Olmedo”, fue un lugar para la práctica deportiva. En 1910, la Plaza se transformó en una cancha de fútbol, pues este deporte empezó y se popularizó en la ciudad.</p>
<p><b>7. PERMISOS Y RESTRICCIONES</b></p> <p><b>Permiso:</b> el ingreso es libre de lunes a sábados, la observación de su fachada no tiene restricciones.</p> <p><b>Restricciones:</b> Ninguna Restricción.</p>
<p><b>8. USOS</b></p> <p><b>8.1 Uso actual</b> Turístico</p> <p><b>8.2 Uso Potencial</b> Interpretativo y turístico.</p> <p><b>8.3 Necesidades Turísticas:</b> Señalética descriptiva e interpretativa.</p>
<p><b>9. Impactos</b></p> <p><b>9.1.1 Impactos Positivos:</b> Es parte de la imagen turística de la ciudad.</p> <p><b>9.1.2 Impactos Negativos:</b> Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados</p>
<p><b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.</b></p> <p>Estructura: bueno Elementos: bueno Mantenimiento: bueno</p>
<p><b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p> <p>Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.</p>

**12. MANEJO DEL ÁREA**

**12.1 Frecuencia de monitoreo:**

Muy alta bueno

Alta

Media

Baja

Muy baja

**13. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial

**14. DIFUSIÓN DEL RECURSO**

**Difusión:** Local

## 1. DATOS INFORMATIVOS

**N° Ficha:** 20

**Fecha:** Viernes, 29- 09-2017

**Investigador:** María Fernanda Herrera

**Nombre del Atractivo:** Iglesia de San Francisco

**Categoría:** Manifestaciones Culturales

**Tipo:** Históricas

**Subtipo:** Arquitectura religiosa

### FOTOGRAFÍA N° 20



*Fotografía 20 Iglesia de San Francisco*

## 2. UBICACIÓN

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad / Cantón:** Riobamba

**Parroquia:** Maldonado

**Sector:** Centro de la Parroquia

**Latitud:** 1°40'15"S

**Longitud:** 78°38'49"O

## 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO.

**Altitud:** 45Km<sup>2</sup>

**Temperatura:** 13°C

## 4. UBICACIÓN DEL SERVICIO.

Ubicada en la calle Guayaquil y Espejo

**5. VULNERABILIDAD DEL BIEN.**

- Muy vulnerable
- Vulnerable
- Medianamente vulnerable
- Mínimamente vulnerable
- No vulnerable

**6. DESCRIPCIÓN DEL RECURSO**

Es un templo católico, posee mosaicos artísticos en su fachada Se ubica junto al mercado de San Francisco. Su construcción se inició en 1.871. Durante el Obispado de Monseñor Leónidas Proaño, la iglesia de San Francisco, siguió los lineamientos del Concilio Vaticano II (Municipal, 2002).

**7. PERMISOS Y RESTRICCIONES**

**Permiso:** el ingreso a la iglesia es libre de lunes a sábados, la observación de su fachada no tiene restricciones.

**Restricciones:** Ninguna Restricción.

**8. USOS**

**8.1 Uso actual**

Turístico

**8.2 Uso Potencial**

Religioso, Interpretativo y turístico.

**8.3 Necesidades Turísticas:** Señalética descriptiva e interpretativa.

**9. Impactos**

**9.1.1 Impactos Positivos:** Es parte de la imagen turística de la ciudad.

**9.1.2 Impactos Negativos:** Basura de desechos orgánicos e inorgánicos arrojados

**10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL BIEN.**

Cubierta: bueno

Estructura: bueno

Elementos: bueno

Mantenimiento: bueno

**11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**

Carretera asfaltada, en buen estado con ingreso de transporte público y privado.

**12. MANEJO DEL ÁREA**

**12.1 Frecuencia de monitoreo:**

Muy alta bueno

Alta	<input type="checkbox"/>
Media	<input type="checkbox"/>
Baja	<input type="checkbox"/>
Muy baja	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Se encuentra ubicada en el centro de parroquia, con accesos a restaurantes, hotel, transporte inter parroquial y provincial	
<b>14. DIFUSIÓN DEL RECURSO</b>	
<b>Difusión:</b> Local	

#### 4.3. Empresas del sector

La oferta turística, de la ciudad de Riobamba, de acuerdo al catastro 2017 de la Dirección de Turismo del GADM Riobamba, es la siguiente:

**Tabla 3-4:** Oferta turística de alimentos y bebidas

Tipo/Actividad	# establecimientos
Cafetería	38
Fuente de soda	38
Restaurante	209
Total	285

**Fuente:** Catastro 2017 de la Dirección de Turismo

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 4-4:** Oferta turística de alojamiento

Tipo/Actividad	# establecimientos
Hostal	21
Hotel	21
Hostería	2
Casa de huéspedes	1
Refugio	1
Sin clasificación	1
Total	47

**Fuente:** Catastro 2017 de la Dirección de Turismo

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 5-4:** Oferta turística de Centro de Turismo Comunitario (CTC)

<b>Tipo/Actividad</b>	<b># establecimientos</b>
CTC Comunidad de San Francisco de Cunuguachay	1
<b>Total</b>	<b>1</b>

**Fuente:** Catastro 2017 de la Dirección de Turismo

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 6-4:** Oferta turística de operaciones

<b>Tipo/Actividad</b>	<b>Categoría</b>	<b># establecimientos</b>
Agencia de viajes	Dualidad	8
	Internacional	11
	Operadora	9
<b>Total</b>		<b>28</b>

**Fuente:** Catastro 2017 de la Dirección de Turismo

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 7-4:** Oferta turística de entretenimiento

<b>Tipo/Actividad</b>	<b># establecimientos</b>
Bar	50
Discoteca	22
Peña	1
Sala de recepciones	12
Sala de recepciones y banquetes	8
<b>Total</b>	<b>93</b>

**Fuente:** Catastro 2017 de la Dirección de Turismo

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 8-4:** Oferta turística de transporte

<b>Tipo/Actividad</b>	<b># establecimientos</b>
Transporte turístico	3
<b>Total</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Catastro 2017 de la Dirección de Turismo

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 9-4:** Oferta turística de termas y balnearios

<b>Tipo/Actividad</b>	<b># establecimientos</b>
Termas y balnearios	1
Total	1

Fuente: Catastro 2017 de la Dirección de Turismo

Realizado por: Fernanda Herrera

#### **4.4. Demanda Turística**

##### **Internacional**

A nivel internacional, el turismo se convirtió en una de las actividades económicas y sociales más importantes, a finales de los años noventa. El crecimiento del turismo ha sido invariable, a partir de la segunda mitad del siglo XX, tanto por la generación de empleo, ingresos y contribución al PIB mundial. (Ricaurte, C. 2007. pp. 18)

##### **Nacional**

En el Ecuador, de acuerdo a cifras presentadas conforme a los documentos de las operaciones de comercio exterior del país 2016, el turismo ocupa el tercer lugar en las exportaciones no petroleras, se encuentra después del banano y plátano, y camarón.

Según el Boletín Mensual 2016 – 2017 del Ministerio de Turismo del Ecuador, las llegadas mensuales en comparación en los años 2016 y 2017, en el mes de mayo existió un incremento del 15.47%, y en el mes de junio de igual manera el número de extranjeros que llegaron al país creció un 16.17%.

## Llegadas de extranjeros al Ecuador.

**Tabla 10-4:** Llegadas de extranjeros al Ecuador en el periodo 2012 - 2017

LLEGADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR															
MES	2012	2013	% Var. YoY	2013	2014	% Var. YoY	2014	2015	% Var. YoY	2015	2016	% Var. YoY	2016	2017	% Var. YoY
Enero	127,116	130,843	2,9%	130,843	152,573	16,6%	152,573	169,503	11,1%	169,503	145,176	-14,4%	145,176	151,364	4,3%
Febrero	99,521	103,761	4,3%	103,761	124,584	20,1%	124,584	119,739	-3,9%	119,739	117,99	-1,5%	117,99	118,339	0,3%
Marzo	96,948	113,359	16,9%	113,359	114,006	0,6%	114,006	127,11	11,5%	127,11	121,531	-4,4%	121,531	117,495	-3,3%
Abril	92,627	87,486	-5,6%	87,486	118,614	35,6%	118,614	111,446	-6,0%	111,446	92,968	-16,6%	92,968	113,914	22,5%
Mayo	92,644	98,414	6,2%	98,414	111,174	13,0%	111,174	112,38	1,1%	112,38	96,708	-13,9%	96,708	111,673	15,5%
Junio	118,292	121,742	2,9%	121,742	129,056	6,0%	129,056	132,049	2,3%	132,049	118,201	-10,5%	118,201	137,316	16,2%
Julio	130,779	138,138	5,6%	138,138	154,242	11,7%	154,242	154,592	0,2%	154,592	143,762	-7,0%	143,762	164,376	14,3%
Agosto	106,375	112,569	5,8%	112,569	131,691	17,0%	131,691	129,985	-1,3%	129,985	119,059	-8,4%	119,059	136,287	14,5%
Septie.	85,99	97,374	13,2%	97,374	112,762	15,8%	112,762	109,454	-2,9%	109,454	98,733	-9,8%	98,733		964,2%
Octubre	99,145	111,517	12,5%	111,517	124,454	11,6%	124,454	117,527	-5,6%	117,527	121,028	3,0%	121,028		
Noviem.	99,674	112,056	12,4%	112,056	127,56	13,8%	127,56	121,636	-4,6%	121,636	111,086	-8,7%	111,086		
Diciembre	122,79	136,798	11,4%	136,798	156,275	14,2%	156,275	139,042	-11,0%	139,042	131,917	-5,1%	131,917		
<b>TOTAL</b>	<b>1271,901</b>	<b>1364,057</b>	<b>7,2%</b>	<b>1364,057</b>	<b>1556,991</b>	<b>14,1%</b>	<b>1556,991</b>	<b>1544,463</b>	<b>-0,8%</b>	<b>1544,463</b>	<b>1418,159</b>	<b>-8,2%</b>	<b>1418,159</b>	<b>1050,764</b>	

Fuente: (Turismo, Boletín Estadísticas Turísticas, 2011 - 2015) (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas, 2016)

Realizado por: Fernanda Herrera

**Registro de número de llegadas de extranjeros al país** (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas , 2016).

Los países con mayor número de llegadas al país en el 2016 – 2017 son: Colombia, Estados Unidos y Venezuela.

**Tabla 11-4:** Registro países con mayor número de llegadas de extranjeros al país 2016 - 2017

<b>RK</b>	<b>País</b>	<b>Registros 2016</b>	<b>% Part. 2016</b>	<b>Registros 2017</b>	<b>% Part. 2017</b>
1	Colombia	22.619	19.9%	28.052	21.3%
2	Estados Unidos	33.960	29.9%	32.511	24.7%
3	Venezuela	6.016	5.3%	17.078	13.0%
4	Perú	10.560	9.3%	10.220	7.8%
5	España	8.168	7.2%	7.162	5.4%
6	Argentina	2.702	2.4%	2.810	2.1%
7	Chile	2.446	2.2%	2.834	2.2%
8	Reino Unido	2.151	1.9%	2.169	1.6%
9	Alemania	1.877	1.7%	2.142	1.6%
10	Canadá	1.932	1.7%	1.716	1.3%

**Fuente:** (Turismo, Boletín Mensual, 2015 - 2016) (Turismo, Boletín de estadísticas turísticas , 2016)

**Elaboración:** Fernanda Herrera

## **Estadísticas ciudad o cantón Riobamba.**

### **Visitas de Turistas Extranjeros a la ciudad de Riobamba.**

De acuerdo a datos presentados en el Boletín de Demanda Turística 2016, del Departamento de Turismo del GAD Riobamba, indica que a la ciudad llegaron 92.372 turistas, de los cuales el 84% son turistas nacionales y el 16% son turistas extranjeros.

#### **4.4.1 Análisis demanda**

##### **Metodología**

El autor Carlos Ricaurte, plantea la siguiente metodología para el análisis de la demanda (Ricaurte, 2007):

**A.** El universo de estudio número, está conformado por 14.714 turistas extranjeros y 77.658 turistas nacionales que llegaron a la ciudad de Riobamba en el año 2016.

**B.** El cálculo de la muestra, se realizó con la fórmula de Canavos. La encuesta, permitirá conocer características de la población objetiva.

**C.** La sistematización de la información proporcionada en las encuestas, análisis y tabulación de datos, se realizará en el software SPSS.

Para realizar la fase de diseño de investigación cuantitativa se realizó el siguiente proceso, propuesto por (Malhotra, 2004).

1. Preparación del plan preliminar de análisis de datos
2. Verificación de cuestionarios
3. Revisión
4. Codificación
5. Transcripción
6. Depuración de los datos
7. Ajuste estadístico de los datos
8. Elección de la estrategia de análisis

**D.** Perfil del turista, fundamentado en el análisis de datos de la investigación cuantitativa.

**E.** Análisis de demanda, demanda potencial considerando el porcentaje de aceptación de los turistas nacionales y extranjeros.

**Demanda potencial.**- se consideró el porcentaje de aceptación de los turistas nacionales y extranjeros, se aplicó la siguiente fórmula:

$$DP = DT * \% \text{ de aceptación}$$

Dónde los elementos representan lo siguiente:

DP= Demanda potencial

DT= Demanda total

$$DP= 118436 * 0,21$$

DP= 24871,546 turistas extranjeros

La demanda se proyectará a 5 años, calculados con la fórmula del incremento compuesto, y considerando el 1.6% de índice de crecimiento poblacional del año 2010, de acuerdo a los datos presentados por el INEC.

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$C_n = C_0(1 + i)^n$$

Dónde los elementos representan lo siguiente:

$C_0$ = Demanda potencial (turistas nacionales y extranjeros)

$i$ = Índice de crecimiento turístico internacional (7,15%)

$n$ = Año a proyectarse (1 – 5)

**Tabla 12-4:** Proyección de la demanda potencial

Proyección demanda potencial				
Nº	Año	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Demanda total
0	2017	13974	2869	16843
1	2018	37985	7798	45784
2	2019	103255	21198	124453
3	2020	280676	57622	338298
4	2021	762958	156632	919590
5	2022	2073934	425770	2499704

Fuente:(Ricaurte, 2007)

Realizado por: Fernanda Herrera

### **Demanda Objetiva**

a. El comparar la demanda vs competencia, facilitará determinar la demanda insatisfecha históricamente, la cual se caracteriza por ser la insatisfacción al mercado por el bien y/o servicio que se va ofertar.

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$DI = DP - C$$

Dónde los elementos representan lo siguiente:

DI = Demanda insatisfecha

DP = Demanda potencial (% de aceptación)

C= Competencia

**Tabla 13-4:** Proyección de la demanda insatisfecha

Proyección demanda insatisfecha				
Nº	Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insat. Total
0	2017	19398	13440	5958
1	2018	22174	14883	7292
2	2019	25348	13441	11907
3	2020	28976	13441	15535
4	2021	33123	13442	19681
5	2022	37864	13442	24422

Fuente: (Ricaurte, 2007)

Realizado por: Fernanda Herrera

Una vez calculada la demanda insatisfecha, se determinó la demanda objetiva a través de la siguiente fórmula:

$$DO = DI * CM$$

dónde los elementos representan lo siguiente:

DO= Demanda Objetiva

DI= Demanda Insatisfecha

CM = Captación de mercado (%)

**Tabla 14-4:** Proyección de la demanda objetiva

Proyección demanda objetiva			
Nº	Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva (%)
0	2017	5958	1830
1	2018	7292	2398
2	2019	11907	5593
3	2020	15535	8329
4	2021	19681	11694
5	2022	24422	15752

Fuente:(Ricaurte, 2007)

Realizado por: Fernanda Herrera

#### 4.4.1. Resultado encuestas turistas nacionales y extranjeros

Una vez establecida la muestra, la encuesta se aplicó en puntos estratégicos de la ciudad de Riobamba. A continuación, se detallan los resultados de las 382 encuestas realizadas, 321 a turistas nacionales y 61 a turistas extranjeros.

##### 1) Género de los turistas.

**Tabla 15-4:** Género de turistas por rango de edad

	GÉNERO		Total
	FEMENINO	MASCULINO	
EDAD 16-26	40	47	87
27-37	83	66	149
38-48	26	45	71
49-59	25	22	47
60-70	14	11	25
71-81	0	3	3
Total	188	194	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

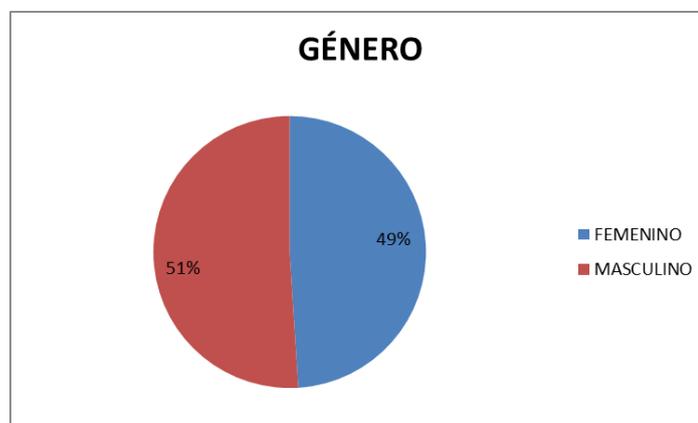
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 16-4:** Género por tipo de turista

	GÉNERO		Total
	Femenino	Masculino	
Turista nacional	156	165	321
Turista extranjero	32	29	61
	188	194	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 1-4:** Gráfico género de los encuestados

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

## **Análisis e interpretación:**

El 49% de los encuestados pertenece al género femenino, y el 51% al género masculino.

### **2) Procedencia de los turistas.**

**Tabla 17-4:** Procedencia de turista

	Frecuencia	Porcentaje
Turista nacional	321	84 %
Turista extranjero	62	16 %
Total	382	100,0 %

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

Las principales ciudades de procedencia de turistas nacionales son:

#### **I. Procedencia turistas nacionales**

**Tabla 18-4:** Procedencia de turistas nacionales

<b>Procedencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Quito	91	30%
Guayaquil	52	17%
Cuenca	31	10%
Loja	20	7%
Otros	108	36%
Total	302	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

Los principales países de procedencia de turistas extranjeros son:

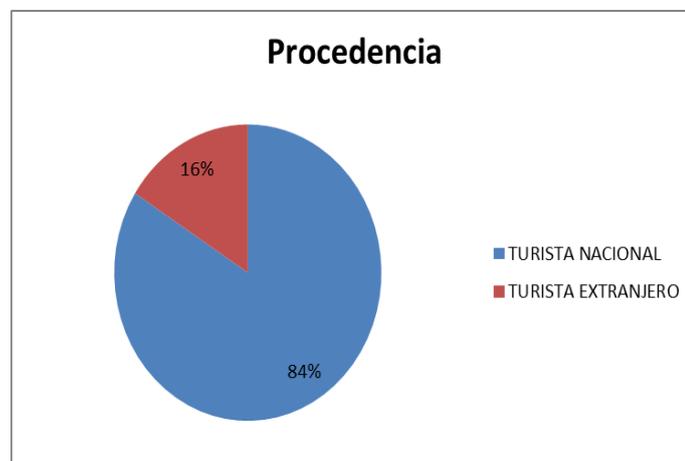
## II. Procedencia turistas extranjeros

**Tabla 19-4:** Procedencia de turistas extranjeros

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
España	14	23%
Alemania	9	15%
Estados Unidos	8	13%
Francia	7	11%
Colombia	7	11%
Otros	17	27%
Total	62	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 2-4 Gráfico** procedencia de los encuestados

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

### **Análisis e interpretación:**

El 84% de los encuestados son de procedencia nacional, mientras que el 16% son extranjeros. Las principales ciudades de las cuales provienen los turistas nacionales son: Quito, Guayaquil y Cuenca. Mientras que, los principales países de los cuales llegan a la ciudad de Riobamba son: España, Alemania, Estados Unidos, Francia y Colombia.

### 3) Edad de los turistas

**Tabla 20-4:** Edades por rangos y tipo de turista

Lugar	EDAD						Total
	16-26	27-37	38-48	49-59	60-70	71 – 81	
Turista nacional	71 22%	129 40%	60 19%	38 12%	20 6%	3 1%	321 100,0%
Turista extranjero	16 26%	20 33%	11 18%	9 15%	5 8%	0 0%	61 100,0%
<b>TOTAL</b>	87 23%	149 39%	71 19%	47 12%	25 6%	3 1%	382 100,0%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

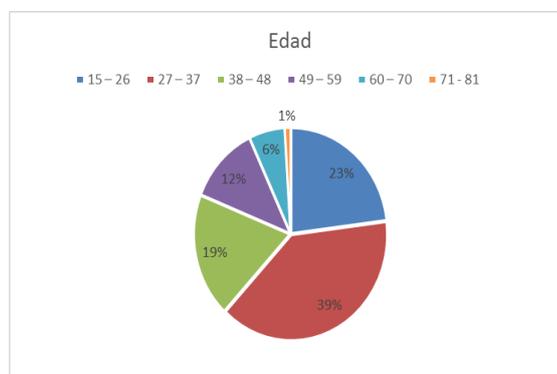
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 21-4:** Edades por rango

	Frecuencia	Porcentaje
16 – 26	87	23 %
27 – 37	149	39 %
38 – 48	71	19 %
49 – 59	47	12 %
60 – 70	25	6 %
71 – 81	3	1 %
Total	382	100,0 %

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 3-4** Gráfico edad de los encuestados

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

#### **Análisis e interpretación:**

Del total de los encuestados, el 39% de turistas que visita la ciudad de Riobamba, se encuentra en el rango entre 27 y 37 años. El 23% se encuentra en el rango de 15 a 26 años, el 19% de 38 a 48 años, el 12% de 49 a 59 años el 6% de 60 a 70 años y el 1% más de 71 años.

El rango de edad de mayor porcentaje tanto en turistas nacionales como extranjeros se encuentra entre 27 y 37 años.

#### 4) Ocupación de los turistas.

**Tabla 22-4:** Ocupación de los encuestados por tipo de turista

Lugar	OCUPACIÓN			Total
	PROFESIONAL	ESTUDIANTE	OTRO	
Turista nacional	214 67%	66 20%	41 13%	321 100,0%
Turista extranjero	41 67%	17 28%	3 5%	61 100,0%
<b>TOTAL</b>	255 67%	83 22%	44 11%	382 100,0%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 23-4:** Ocupación del turista por edad

		OCUPACIÓN			Total	
		PROFESIONAL	ESTUDIANTE	OTRO		
EDAD	16-26	0	14	66	7	87
	27-37	1	121	14	13	149
	38-48	0	53	3	15	71
	49-59	0	42	0	5	47
	60-70	0	22	0	3	25
	71-81	0	3	0	0	3
<b>TOTAL</b>		1	255	83	43	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 24-4:** Ocupación de encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	255	67 %
Estudiante	83	22 %
Otro	44	11 %
Total	382	100,0 %

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 4-4** Gráfico ocupación de los encuestados

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

#### **Análisis e interpretación:**

Del total de encuestas, el 67% de turistas nacionales y turistas extranjeros que visitan la ciudad de Riobamba son profesionales, mientras que, el 22% son estudiantes y el 11% son comerciantes, amas de casa, entre otros.

## 5) Lugar de preferencia de los turistas.

**Tabla 25-4:** Preferencia de tipo de turismo en vacaciones y feriados por tipo de turista

EDAD	SOL Y PLAYA	MONT	SELVA	TUR. SALUD	TURISMO CULTUR	TUR. COMUNI	OTRO	TOTAL
15-26	25 29%	30 35%	13 15%	2 2%	13 15%	2 2%	2 2%	87 23%
27-37	31 21%	49 33%	16 11%	3 2%	35 23%	11 7%	4 3%	149 39%
38-48	22 31%	20 28%	5 7%	1 1%	10 14%	12 17%	1 1%	71 19%
49-59	10 21%	14 30%	2 4%	2 4%	14 30%	5 11%	0 0%	47 12%
60-70	2 8%	8 32%	3 12%	1 4%	10 40%	0 0%	1 4%	25 7%
71 – 81	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	3 100%	0 0%	3 100%
Total	90 100,0%	121 100,0%	39 100,0%	9 100,0%	82 100,0%	33 100,0%	8 100,0%	382 100,0%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera

**Tabla 26-4:** Preferencia del tipo de turismo en vacaciones y feriados por edad

LUGAR	LUGAR DE PREFERENCIA							Total
	SOL Y PLAYA	MONT	SELVA	TUR DE SALUD	TUR CULTURAL	TUR COMÚN	OTRO	
Turista nacional	85 27%	101 32%	30 9%	5 2%	68 21%	26 8%	6 1%	321 100,0%
Turista extranjero	5 8%	20 33%	9 15%	4 7%	14 23%	7 11%	2 3%	61 100,0%
<b>Total</b>	90 24%	121 32%	39 10%	9 2%	82 21%	33 9%	8 2%	382 100,0%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera

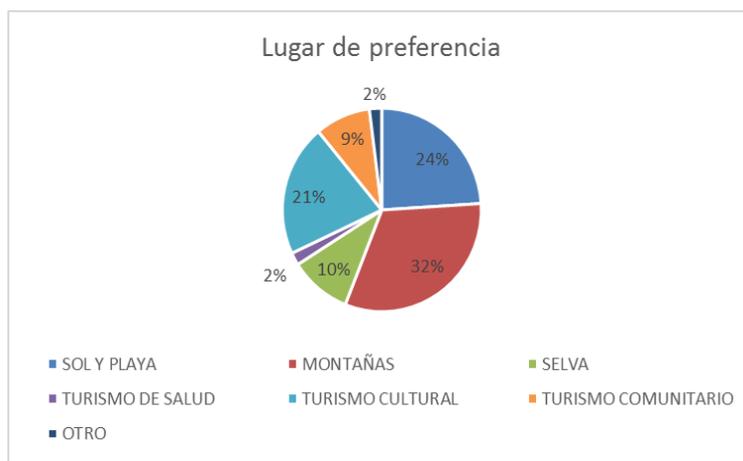
**Tabla 27-4:** Preferencia del tipo de turismo en vacaciones y feriados

	Frecuencia	Porcentaje
Sol y playa	90	24 %
Montañas	121	32 %
Selva	39	10 %
Turismo de salud	9	2 %
Turismo cultural	82	21 %
Turismo comunitario	33	9 %
Otro (aventura naturaleza)	8	2 %
Total	382	100,0%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera

### Gráfico. Lugar de preferencia



**Figura 5-4** Gráfico lugar de preferencia

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

#### **Análisis e interpretación:**

Del total de los encuestados, el 32% indicó que tiene preferencia por ir de vacaciones y feriados a las montañas, el 24% prefiere sol y playa, 21% turismo cultural, el 10% selva, el 9% turismo comunitario, el 2% turismo de salud y el 2% restante turismo de aventura y naturaleza.

Al analizar por separado turistas nacionales y extranjeros, los turistas nacionales prefieren las montañas y playa, mientras que los turistas extranjeros, tienen favoritismo por las montañas y turismo cultural.

**6) Conocimiento de los sitios turísticos de la ciudad de Riobamba.**

**Tabla 28-4:** Conocimiento de los sitios turísticos por rango de edad

	CONOCÍ RIOBAMBA			Total
		SI	NO	
EDAD 16-26	0	36	51	87
27-37	1	65	83	149
38-48	0	36	35	71
49-59	0	16	31	47
60-70	0	12	13	25
71-81	0	0	3	3
Total	1	165	216	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

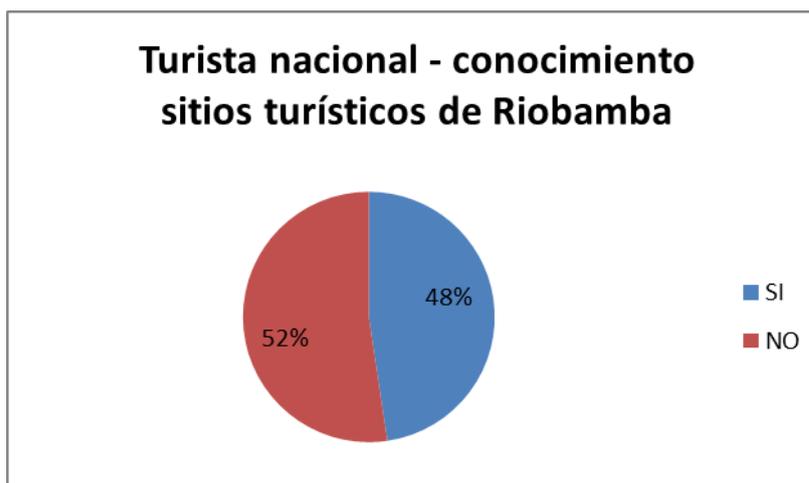
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 29-4:** Conocimiento de los sitios turísticos

TIPO DE TURISTA	CONOCÍA RIOBAMBA		Total
	SI	NO	
Turista Nacional	153 48%	168 52%	321 100%
Turista Extranjero	12 19%	49 81%	61 100%
Total	161 42%	221 58%	382 100%

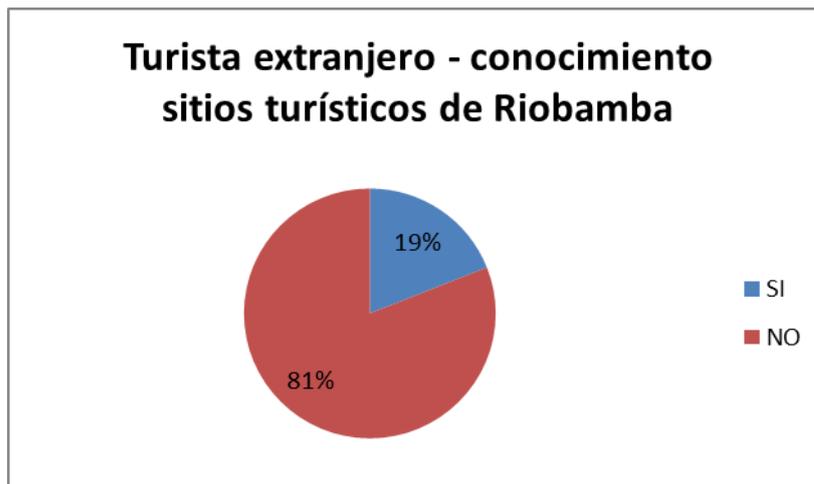
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 6-4** Gráfico conocimiento sitios turísticos Riobamba – turistas nacionales

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.



**Figura 7-4** Gráfico conocimiento sitios turísticos Riobamba – tur extranjeros  
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Análisis e interpretación:**

El 52% de turistas nacionales conocía los sitios turísticos de la ciudad de Riobamba, y lugares cercanos tales como: Centro Histórico, nevado Chimborazo, Guano, ruta de Tren, Balbanera, Laguna de Colta, mercado La Merced, Parques (Maldonado, Sucre, Ecológico y Ricpamba), mientras que el 48% restante no tenía conocimiento de los sitios turísticos de la ciudad.

Por otra parte, el 19% de los turistas extranjeros tienen conocimiento de los sitios turísticos de la ciudad, mientras que el 81% no los conoce.

**7) Actividades de preferencia, para realizar por turistas en la ciudad de Riobamba.**

**Tabla 30-4:** Actividades de preferencia de turistas para realizar en la ciudad de Riobamba

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Tren	79	21%
Visitar parques	11	3%
Visitar iglesias	64	17%
Visitar museos	30	8%
Excursión al Chimborazo	82	21%
Visitar comunidades	37	10%
Visitar mercados	45	12%
Compra de productos y artesanías de la zona	31	8%
Negocios	3	1%
Total	382	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 31-4:** Actividades de preferencia de turistas para realizar en la ciudad de Riobamba

ACTIVIDADES DE PREFERENCIA RIOBAMBA										Total
Edad	Tren	Visitar parques	Visitar iglesias	Visitar museos	Excursión al Chimborazo	Visitar comunidades	Visitar los mercados	Compra de productos y artesanías de la zona	Negocios	
16-26	21	3	15	5	20	7	10	6	0	87
27-37	30	6	26	14	31	15	17	9	1	149
38-48	13	2	11	3	17	7	8	7	1	71
49-59	9	0	7	5	9	4	7	5	1	47
60-70	4	0	5	3	3	3	3	4	0	25
71-81	1	0	0	0	1	1	0	0	0	3
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>11</b>	<b>64</b>	<b>30</b>	<b>82</b>	<b>37</b>	<b>45</b>	<b>31</b>	<b>3</b>	<b>382</b>

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

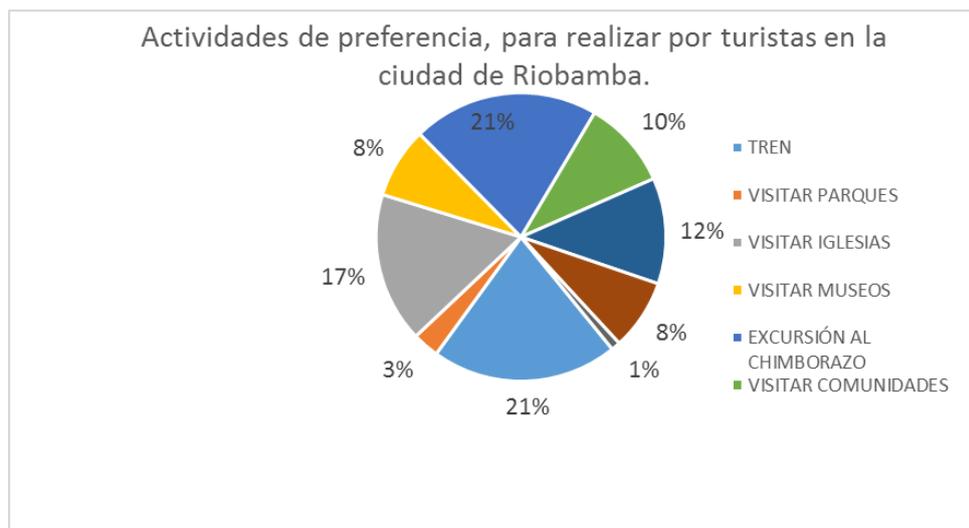
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 32-4:** Actividades de preferencia de turistas para realizar en la ciudad de Riobamba

TIPO DE TURISTA	ACTIVIDADES DE PREFERENCIA RIOBAMBA									
	Tren	Visitar iglesias	Visitar museos	Excursión al Chimborazo	Visitar comunidades	Visitar los mercados	Compra de productos y artesanías de la zona	Negocios	Visitar parques	total
Turista nacional	64	55	26	67	29	39	26	3	13	321
	20%	17%	8%	21%	9%	12%	8%	1%	4%	100,00%
Turista extranjero	14	9	4	13	7	7	4	1	2	61
	23%	14%	7%	21%	12%	11%	7%	2%	3%	100%
<b>TOTAL</b>	78	63	30	80	36	45	30	4	15	382
	20%	17%	8%	21%	9%	12%	8%	1%	4%	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 8-4** Gráfico actividades de preferencia de turistas  
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

### **Análisis e interpretación:**

Del total de turistas encuestados, las actividades de preferencia para realizar en la ciudad son: Ruta del Tren (21%), excursión al Chimborazo (21%) y visitar iglesias (17%). Las actividades de menor interés que se debería considerar para poder potencializarlas son: compra de productos y artesanías, visita de mercados, y comunidades cercanas.

La principal actividad que desean realizar los turistas nacionales son: en primer lugar, excursión al Chimborazo (21%), la segunda actividad de preferencia es la ruta del tren (20%), y la tercera actividad es visita iglesias y centro histórico (17%).

Los turistas extranjeros como primera actividad desean la ruta del tren (23%), segunda actividad excursión al Chimborazo (21%), y tercera actividad visitar iglesias y centro histórico (14%).

## 8) Tipo de alojamiento de preferencia de los turistas.

**Tabla 33-4:** Alojamiento de preferencia

LUGAR	ALOJAMIENTO					Total
	Hostería	Hotel	Hostal	Aloj. comunit	ninguno	
Turista nacional	20	192	40	10	59	321
	6%	60%	13%	3%	18%	100,0%
Turista extranjero	2	33	22	3	1	61
	3%	54%	36%	5%	2%	100,0%
Total	22	225	62	13	60	382
	6%	59%	16%	4%	16%	100,0%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 34-4:** Tipo de alojamiento de preferencia

	Frecuencia	Porcentaje
Hostería	22	6 %
Hotel	225	59 %
Hostal	62	17 %
Alojamientos comunitarios	13	4 %
Ninguno	60	14 %
Total	382	100 %

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

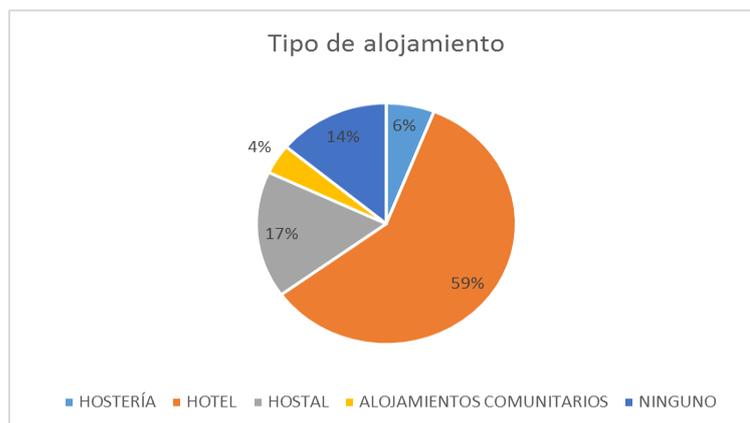
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 35-4:** Tipo de alojamiento de preferencia por rango de edad

	EDAD	ALOJAMIENTO					Total
		Hostería	Hotel	Hostal	Aloj comun	Ninguno	
	16-26	7	43	26	0	11	87
	27-37	6	87	19	7	30	149
	38-48	2	45	12	3	9	71
	49-59	3	33	2	3	6	47
	60-70	3	15	3	0	4	25
	71-81	1	2	0	0	0	3
	Total	22	225	62	13	60	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 9-4** Gráfico tipo de alojamiento

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

### **Análisis e interpretación:**

El 59% de los encuestados indicó que prefiere hospedarse en un hotel, el 17% en un hostel, el 6% en hostería, el 4% en alojamientos comunitarios, y el 14% ninguna de las opciones mencionadas, debido a que se hospedan en casa de familiares o no requieren hospedaje en la ciudad de Riobamba porque solo vienen por un día.

9) Tipo de alimentación de preferencia de los turistas.

**Tabla 36-4:** Tipo de alimentación de preferencia por tipo de turista por edad

	ALIMENTACIÓN			Total
	Comida típica ecuatoriana	Comida internacional	Comida vegetariana	
EDAD 16-26	66	16	5	87
27-37	108	25	16	149
38-48	48	15	8	71
49-59	35	8	4	47
60-70	15	3	7	25
71-81	3	0	0	3
Total	275	67	40	382

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera

**Tabla 37-4:** Tipo de alimentación de preferencia por tipo de turista

	ALIMENTACIÓN			Total
	Comida típica ecuatoriana	Comida internacional	Comida vegetariana	
Turista nacional	237 74%	58 18%	26 8%	321 100,0%
Turista extranjero	38 62%	9 15%	14 23%	61 100,0%
Total	275 72%	67 18%	40 10%	382 100,0%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

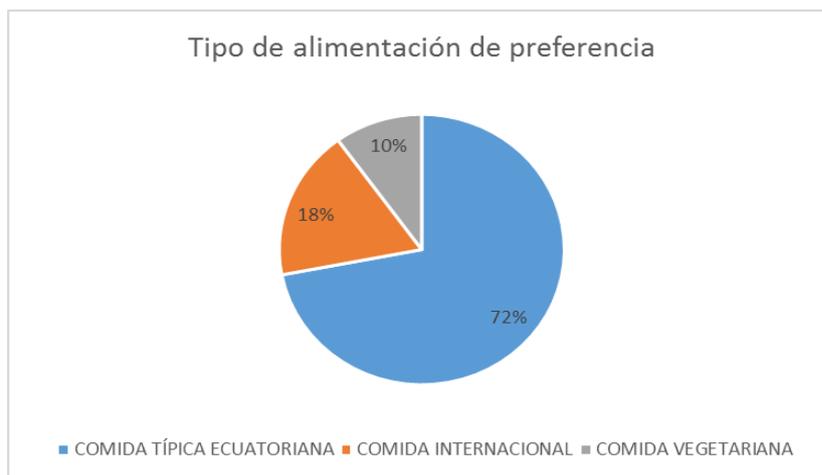
Realizado por: Fernanda Herrera

**Tabla 38-4:** Tipo de alimentación de preferencia

	Frecuencia	Porcentaje
Comida típica ecuatoriana	275	72 %
Comida internacional	67	18 %
Comida vegetariana	40	10 %
Total	382	100 %

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



**Figura 10-4** Gráfico tipo de alimentación preferida por los turistas  
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Análisis e interpretación:**

A pesar que el 72% de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad prefieren comida típica ecuatoriana, la visita a mercados por parte de turistas es baja tal como se mencionó en la pregunta 6. El 18% prefiere comida internacional, mientras que el 10% opta por comida vegetariana, es importante considerar que los turistas que prefieren este tipo de comida, mencionaron que en la ciudad de Riobamba es difícil encontrarla.

## 10) Tipo de guianza de preferencia de los turistas.

**Tabla 39-4:** Tipo de guianza preferido por los encuestados por rango de edad

	GUIANZA		Total
	Guía nativo o nacional certificado	No requiere	
EDAD 16-26	13	74	87
27-37	44	105	149
38-48	23	48	71
49-59	20	27	47
60-70	9	16	25
71-81	3	0	3
Total	112	270	382

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera

**Tabla 40-4:** Tipo de guianza preferido por los encuestados

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Guía nativo o nacional certificado	112	29 %
No requiere	270	71 %
Total	382	100,0

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

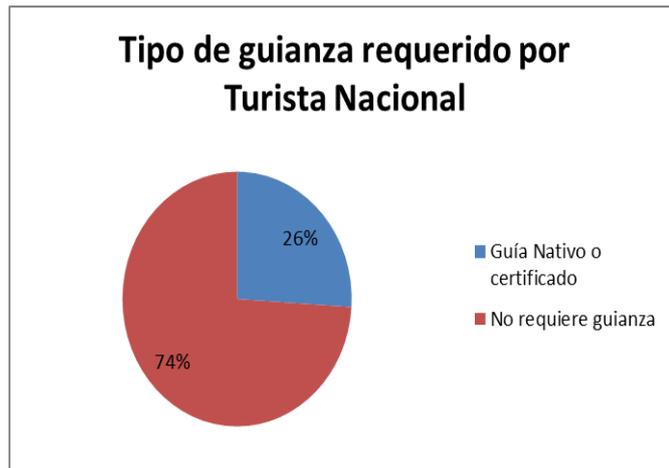
Realizado por: Fernanda Herrera

**Tabla 41-4:** Tipo de guianza preferido por tipo de turista

	GUIANZA		Total
	Guía nativo o nacional certificado	No requiere	
LUGAR Turista nacional	83 26%	238 74%	321 100,0%
Turista extranjero	29 48%	32 52%	61 100,0%
Total	112 29%	270 71%	382 100,0%

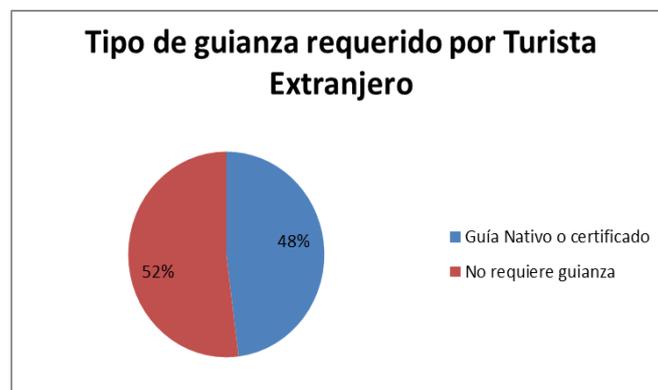
Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



**Figura 11-4** Gráfico tipo de guianza requerido por turista nacional

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.



**Figura 12-4** Gráfico tipo de guianza requerido por turista extranjero

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

### **Análisis e interpretación:**

Con relación a turistas nacionales, el 74% señaló que no requieren de un guía nativo o nacional certificado, mientras que el 26% indicó que si requiere. En relación a turistas extranjeros, 44% indicó que requiere de guianza, y el 56% que no requieren de guianza. Los turistas que indicaron que requieren de un guía nativo o nacional certificado, es principalmente para el nevado Chimborazo.

## 11) Tipo de transporte requerido de los turistas.

**Tabla 42-4:** Tipo de transporte requerido por los encuestados

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Cooperativas	142	37%
Propio	144	38%
Furgonetas compartidas	34	9%
Taxi	62	16%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 43-4:** Tipo de transporte requerido por edad

	<b>TRANSPORTE</b>				<b>Total</b>
	<b>Cooperativas</b>	<b>Propio</b>	<b>Furgonetas compartidas</b>	<b>Taxi</b>	
<b>EDAD</b> 16-26	52	14	1	20	87
27-37	49	64	11	25	149
38-48	20	35	10	6	71
49-59	15	18	8	6	47
60-70	6	12	2	5	25
71-81	0	1	2	0	3
<b>Total</b>	<b>142</b>	<b>144</b>	<b>34</b>	<b>62</b>	

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

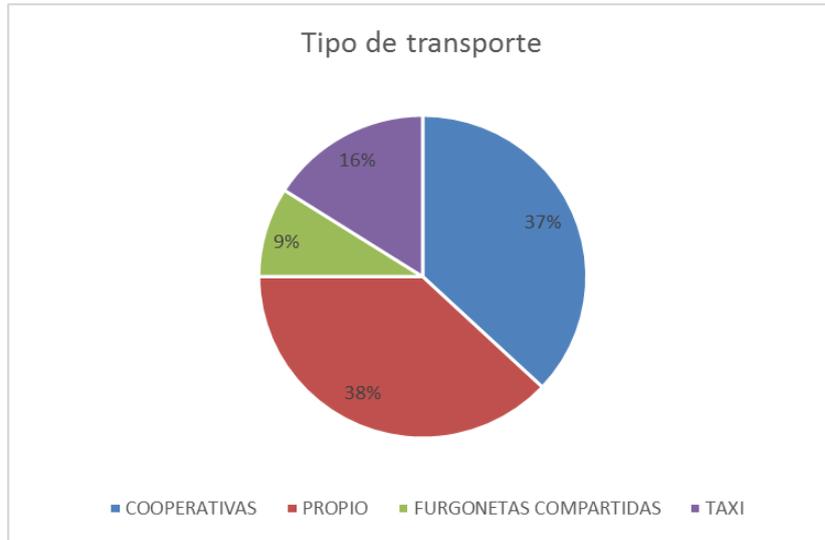
**Tabla 44-4:** Tipo de transporte requerido por tipo de turista

	<b>TRANSPORTE</b>				<b>Total</b>
	<b>Cooperativas</b>	<b>Propio</b>	<b>Furgonetas compartidas</b>	<b>Taxi</b>	
Turista nacional	94 29%	143 45%	32 10%	52 16%	321 100,0%
Turista extranjero	48 79%	1 2%	2 3%	10 16%	61 100,0%
<b>Total</b>	<b>142</b> 37%	<b>144</b> 38%	<b>34</b> 9%	<b>62</b> 16%	<b>382</b> 100,0%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Gráfico.** Tipo de transporte requerido por los encuestados



**Figura 13-4** Gráfico tipo de guianza requerido por turista extranjero  
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

**Análisis e interpretación:**

De los turistas nacionales que llegan a la ciudad de Riobamba, el 45% vino en auto propio o familiar, el 29% utilizó cooperativas, el 10% furgonetas, y el 16% utilizó taxi.

En relación a los turistas extranjeros, el 79% utilizó cooperativas, el 16% taxi, el 3% furgonetas compartidas y el 2% auto propio. Es importante considerar que varios encuestados mencionaron que dentro de la ciudad prefieren caminar, ya que en el centro es difícil encontrar parqueadero, hay mucho tráfico, desorden y falta de señalización; además, indicaron que Riobamba es una ciudad tranquila. Así también, pocos encuestados señalaron que les gustaría recorrer en bicicleta la ciudad, sin embargo, es difícil encontrar lugares para alquilar este medio de movilización.

## 12) Preferencia en la forma de viajar de los turistas.

**Tabla 45-4:** Preferencia en la forma de viajar por tipo de turista

	PREFERENCIA DE VIAJAR				Total
	Solo	Amigos	Familia	Grupos organizados	
Turista nacional	46 14%	131 41%	123 38%	21 7%	321 100,0%
Turista extranjero	12 20%	35 57%	12 20%	2 3%	61 100,0%
Total	58 15%	166 43%	135 35%	23 6%	382 100,0%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 46-4:** Preferencia en la forma de viajar de los encuestados por rango de edad

	PREFERENCIA DE VIAJAR				Total
	Solo	Amigos	Familia	Grupos organizados	
EDAD 16-26	21	47	18	1	87
27-37	20	73	50	6	149
38-48	8	29	28	6	71
49-59	6	11	24	6	47
60-70	3	6	14	2	25
71-81	0	0	1	2	3
Total	58	166	135	23	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

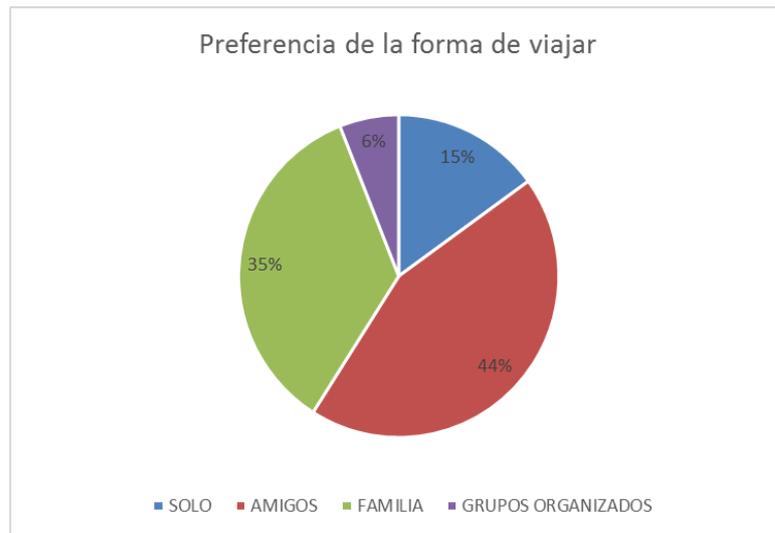
**Tabla 47-4:** Preferencia en la forma de viajar de los turistas

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	58	15 %
Amigos	166	44 %
Familia	135	35 %
Grupos organizados	23	6 %
Total	382	100,0 %

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Gráfico.** Preferencia de la forma de viajar



**Figura 14-4** Gráfico tipo de guianza requerido por turista extranjero  
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

**Análisis e interpretación:**

La gran mayoría de turistas prefieren viajar acompañados, ya sea con amigos 44% o con familiares 35%. El 15% prefiere viajar solo, y el 6% en grupos organizados.

### 13) Número de personas con las que viaja de los turistas.

**Tabla 48-4:** Número de personas con las que viajan los encuestados por tipo de turista

		NÚMERO DE PERSONAS QUE VIAJAN				Total
		DE 1 A 2	DE 3 A 4	MÁS DE 4	SOLO	
Lugar	Turista nacional	131 41%	130 40%	47 15%	13 4%	321 100,0%
	Turista extranjero	34 56%	14 23%	7 11%	6 10%	61 100,0%
Total		165 43%	144 38%	54 14%	19 5%	382 100,0%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera

**Tabla 49-4:** Número de personas con las que viajan los encuestados por rango de edad

		NÚMERO DE PERSONAS QUE VIAJAN				Total
		DE 1 A 2	DE 3 A 4	MÁS DE 4	SOLO	
EDAD	16-26	37	37	7	6	87
	27-37	74	46	20	9	149
	38-48	27	30	12	2	71
	49-59	18	20	7	2	47
	60-70	9	10	6	0	25
	71-81	0	1	2	0	3
Total		165	144	54	19	382

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

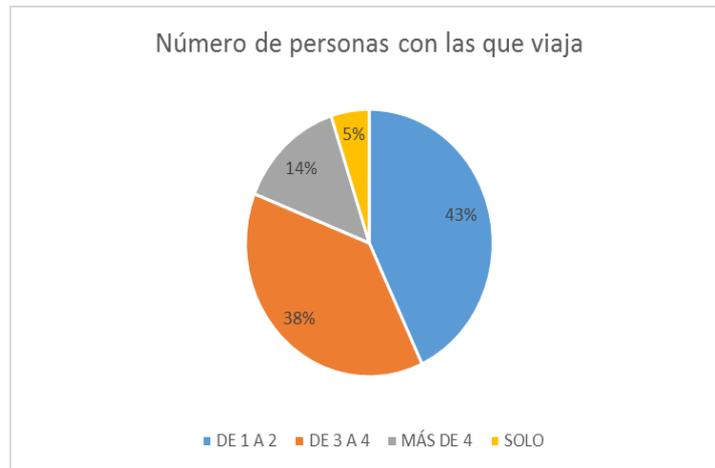
Realizado por: Fernanda Herrera

**Tabla 50-4:** Número de personas con las que viajan los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2	165	43 %
De 3 a 4	144	38 %
Más de 4	54	14 %
Solo	19	5 %
Total	382	100 %

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



**Figura 15-4** Gráfico número de personas con las que viajan los encuestados  
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

**Análisis e interpretación:**

El 41% de los turistas nacionales, viajan acompañados de 3 a 4 personas, el 40% de 1 a 2, el 15% con más de 4 personas y el 4% solo; mientras que, el 58% de turistas extranjeros viaja con 1 a 2 personas, el 23% de 3 a 4 personas, el 10% más de 4 personas y el 9% solo. En general, el turista nacional viaja acompañado de más personas que el turista extranjero.

#### 14) Tiempo de estadía en días en la ciudad de Riobamba de los turistas.

**Tabla 51-4:** Tiempo de estadía en días en la ciudad por tipo de turista

	DÍA ESTADÍA			Total
	DE 1 A 2	DE 3 A 4	MÁS DE 4	
Turista nacional	240 75%	62 19%	19 6%	321 100,0%
Turista extranjero	40 65%	12 20%	9 15%	61 100,0%
Total	280 74%	74 19%	28 7%	382 100,0%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 52-4:** Tiempo de estadía en días en la ciudad por edad

EDAD	DÍA ESTADÍA			Total
	DE 1 A 2	DE 3 A 4	MÁS DE 4	
16-26	63	18	6	87
27-37	108	29	12	149
38-48	50	16	5	71
49-59	35	9	3	47
60-70	21	2	2	25
71-81	3	0	0	3
Total	280	74	28	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

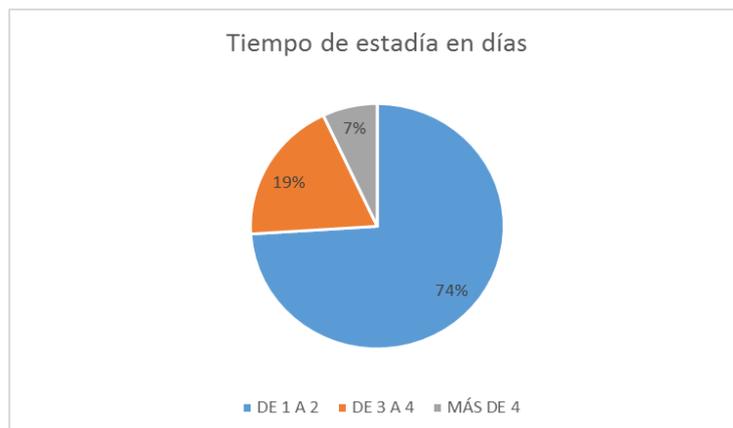
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 53-4:** Tiempo de estadía en días de los turistas en la ciudad

	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2	280	74 %
De 3 a 4	74	19 %
Más de 4	28	7 %
Total	382	100,0 %

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 16-4** Gráfico Tiempo de estadía en días de los turistas en la ciudad

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

### **Análisis e interpretación:**

La mayoría de encuestados 74%, tiene un tiempo de estadía de 1 a 2 días, el 19% se queda de 3 a 4 días, mientras que el 7% más de 4 días. Con la presente pregunta, se confirma la información de Diario la Prensa, en la cual la empresaria Olga Godoy, propietaria del Hotel Riobamba Inn, quien indicó que anteriormente los turistas pasaban de dos a tres días en la ciudad de Riobamba; sin embargo, indicó que en la actualidad los turistas llegan en vehículos propios y regresan el mismo día, la ausencia de la ruta del tren desde la ciudad de Riobamba hasta la Nariz del Diablo, la falta de actividades culturales y recreativas son algunos de los factores por los cuales poco a poco el turismo va disminuyendo.

### 15) Gasto promedio diario por turista.

**Tabla 54-4:** Gasto promedio diario por tipo de turista

	GASTO DIARIO			Total
	De \$40 a \$60	De \$61 a \$70	Más de \$70	
Turista nacional	210 66%	62 19%	49 15%	321 100,0%
Turista extranjero	40 65%	12 20%	9 15%	61 100,0%
Total	250 66%	74 19%	58 15%	382 100,0%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 55-4:** Gasto promedio diario por edad

		GASTODIARIO			Total
		De \$40 a \$60	De \$61 a \$70	Más de \$70	
EDAD	16-26	63	9	15	87
	27-37	101	28	20	149
	38-48	51	16	4	71
	49-59	21	16	10	47
	60-70	12	5	8	25
	71-81	2	0	1	3
Total		250	74	58	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

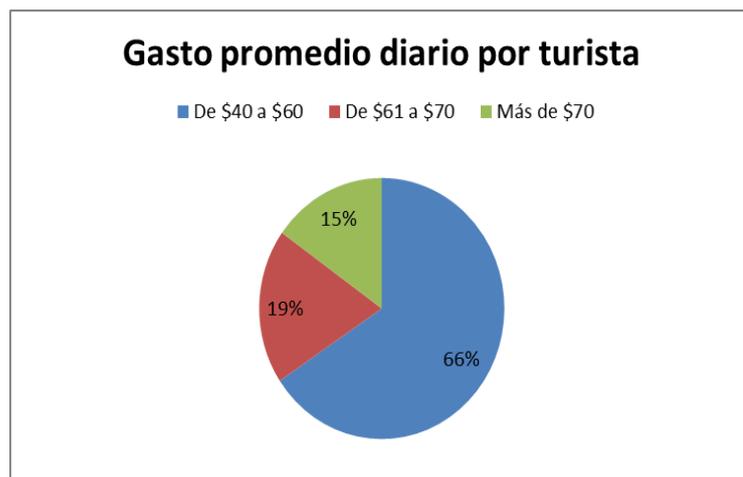
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 56-4:** Gasto promedio diario por tipo de turista en la ciudad

	Frecuencia	Porcentaje
De \$40 a \$60	250	66%
De \$61 a \$70	74	19%
Más de \$71	58	15%
Total	382	100,0

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 17-4** Gráfico promedio diario por turista  
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

#### **Análisis e interpretación:**

La mayoría de turistas 66% tuvo un gasto promedio de 40 a 60 dólares americanos, el 19% de 61 a 70 usd y el 15% más de 71 dólares americanos. Es importante identificar el gasto promedio diario, para que los servicios y productos ofertados en la ciudad se encuentren dentro de este rango promedio.

## 16) Época del año de preferencia para viajar de los turistas.

**Tabla 57-4:** Época del año de preferencia para viajar por tipo de turista

	MESES DE PREFERENCIA A VIAJAR				Total
	ENERO – ABRIL	MAYO - AGOSTO	SEPTIEMB - DICIEMBRE	SIN PREFERENCIA	
Turista nacional	91 28%	146 45%	69 22%	15 5%	321 100,0%
Turista extranjero	11 18%	35 58%	13 21%	2 3%	61 100,0%
Total	102 27%	181 47%	82 22%	17 4%	382 100,0%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

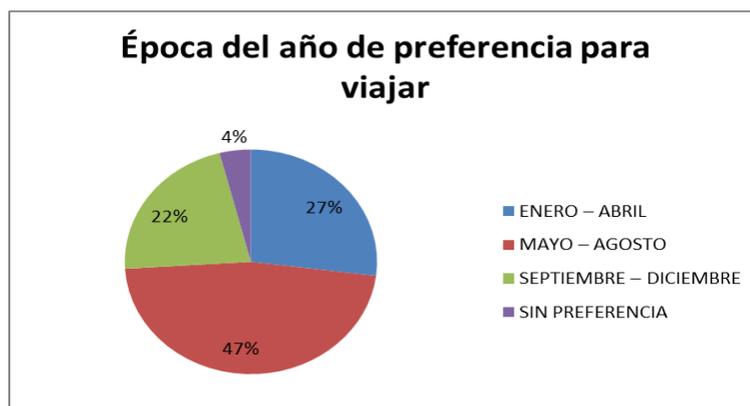
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 58-4:** Época del año de preferencia para viajar

	Frecuencia	Porcentaje
Enero – abril	102	27%
Mayo – agosto	181	47%
Septiembre – diciembre	82	22%
Sin preferencia	17	4%
Total	382	100,0

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 18-4** Época del año que prefieren viajar los encuestados

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

**Análisis e interpretación:**

Los meses de mayor preferencia para viajar, tanto de turistas nacionales como extranjeros son: mayo, junio, julio y agosto (47%), el 27% de encuestados indicó que prefiere viajar de enero a abril, el 22% de septiembre a diciembre y el 4% no tiene favoritismo por ninguna época del año.

## 17) Principal fuente de información de los turistas.

**Tabla 59-4:** Principal fuente de información turística por tipo de turista.

PRINCIPAL FUENTE DE INFORMACIÓN								
TIPO DE TURISTA	RADIO	TV	INTERNET	GUÍA TURÍSTICA	FAMILIAR	AMIGOS	AGENCIA VIAJES	Total
Turista nacional	10 3%	45 14%	125 39%	13 4%	55 17%	55 17%	19 6%	321 100,00%
Turista extranjero	1 1%	3 5%	31 50%	11 18%	2 4%	7 12%	5 9%	61 100,00%
TOTAL	10 3%	48 13%	156 41%	24 6%	57 15%	62 16%	25 6%	382 100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 60-4:** Principal fuente de información turística por rango de edad.

	INFORMACIÓN TURÍSTICA							Total
	RADIO	TELEVISIÓN	INTERNET	GUÍA TURÍSTICA	FAMILIARES	AMIGOS	AGENCIA DE VIAJES	
E 16-26	6	11	55	3	4	4	4	87
D 27-37	5	14	79	6	21	15	9	149
A 38-48	0	20	31	2	10	1	7	71
D 49-59	2	5	19	3	13	1	4	47
60-70	1	3	6	1	10	3	1	25
71-81	0	0	0	0	2	1	0	3
Total	14	53	190	15	60	25	25	382

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

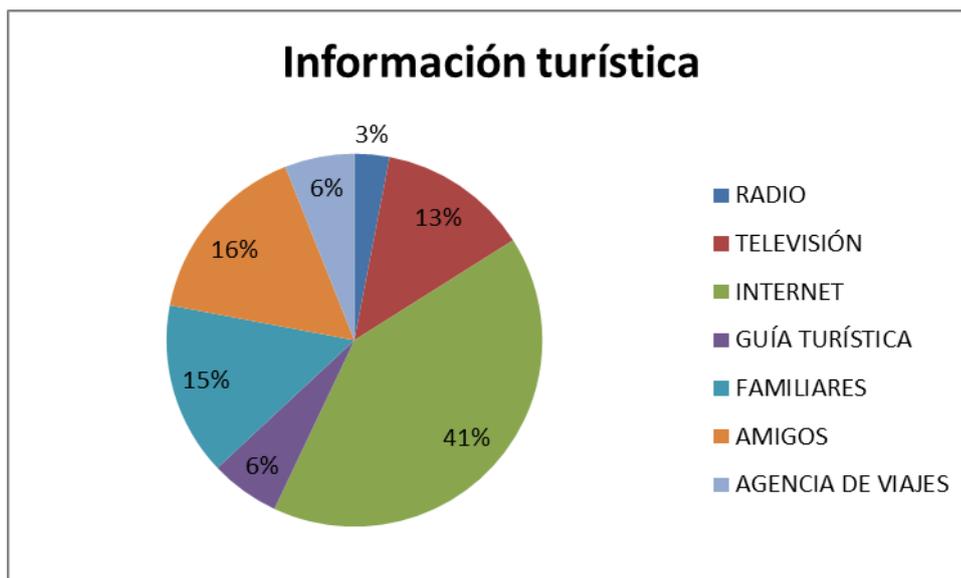
**Realizado por:** Fernanda Herrera

**Tabla 61-4:** Principal fuente de información

	Frecuencia	Porcentaje
Radio	10	3%
Televisión	48	13%
Internet	156	41%
Guía turística	24	6%
Familiares	57	15%
Amigos	62	16%
Agencia de viajes	25	6%
Total	382	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 19-4:** Gráfico principal fuente de información turística  
**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

#### **Análisis e interpretación:**

La principal fuente de información tanto para turistas nacionales como extranjeros es el internet 41%, la segunda fuente de información para turistas nacionales son los amigos y familiares con 17% respectivamente, mientras que, para turistas extranjeros son las guías turísticas.

#### **D. El perfil de turistas nacionales y extranjeros, fundamentado en el análisis de datos de la investigación cuantitativa.**

##### **Perfil turista nacional:**

Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Riobamba, provienen principalmente de: Quito, Guayaquil, Cuenca y Loja, en su mayoría son profesionales, se encuentran en un rango promedio de 27 y 37 años de edad. Acuden hacia la ciudad de Riobamba porque les gusta disfrutar de las montañas. Las actividades de preferencia son: excursión al nevado Chimborazo, viajar en tren y visitar centro histórico. Prefieren hospedarse en un hotel. Les gusta la gastronomía típica ecuatoriana. En su gran mayoría, no requieren de guía nativo. Llegan a la ciudad en auto propio. Prefieren viajar en compañía de amigos o familiares, generalmente viajan con un grupo de hasta cuatro personas. El tiempo de estadía en la ciudad es de uno a dos días, el gasto promedio por turista oscila entre 40 y 60 dólares americanos. Prefieren viajar entre los meses de mayo y agosto. La principal fuente de información para viajar son: internet, familiares y amigos.

## Perfil turista extranjero:

Los turistas extranjeros que llegan a la ciudad de Riobamba, principalmente proviene del continente europeo (España y Alemania), también llegan turistas de Colombia y Estados Unidos. Se encuentran principalmente en un rango de 15 y 37 años de edad. En su gran mayoría son profesionales. Su lugar de preferencia con respecto a tipo de turismo para vacaciones y feriados son las montañas. Las actividades de preferencia para realizar en la ciudad son: recorrido en tren, excursión al nevado Chimborazo y visitar centro histórico. Prefieren hospedarse en un hotel. Les gusta degustar la gastronomía de la localidad, además un gran porcentaje prefiere comida vegetariana. Requiere de guía nativo principalmente para realizar excursión al nevado Chimborazo. Llegan a la ciudad en Transporte Público y utilizan el servicio de taxi dentro de la ciudad. Prefieren viajar acompañados por amigos, generalmente viajan con una o dos personas. El tiempo de estadía en la ciudad es de uno a dos días, con un gasto promedio diario por turista entre 40 y 60 dólares americanos. Su época de preferencia para viajar son los meses entre mayo y agosto. La principal fuente de información son: internet, guías turísticas y amigos.

### 4.5. Impacto del turismo en los ámbitos económico, social y cultural.

#### 4.5.1. Resultado entrevistas a gestores culturales y responsables de atractivos turísticos.

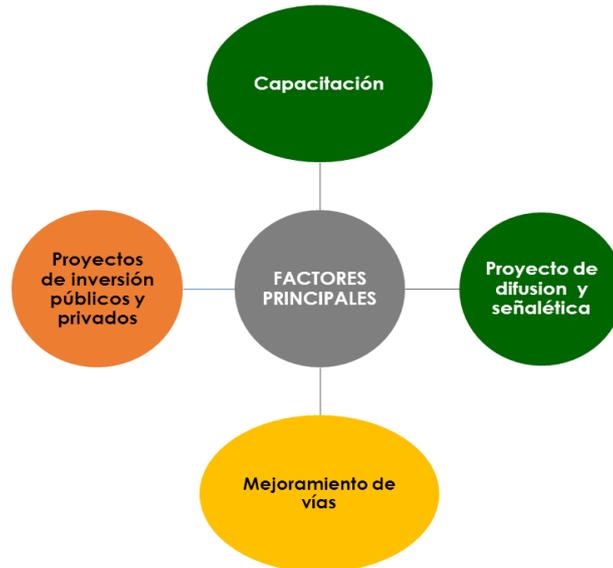
A lo largo del informe, los datos se describen a partir de una escala diferenciada, según el color, la misma que marcará los niveles de interés, importancia/asociación, satisfacción y de acuerdo. El patrón visual de color de menos (rojo) a más (verde) está presente en el documento como una forma de ilustrar los resultados que corresponden a un análisis de tipo cualitativo. De acuerdo a cada escala, los colores significan:



**Figura 20-4:** Escala informe cualitativo

Fuente: (IMERMAK, 2015)

## 1. Actividades turísticas se están desarrollando para mejorar la economía local.



**Figura 21-4:** Actividades turísticas que mejoran la economía local

Fuente: Entrevistas

### Análisis:

La principal actividad turística que se está coordinando y desarrollando es la capacitación, el objetivo es complementar la cadena de valor turística, desarrollar actividades que sean integrales. Por ello, se realizan capacitaciones al sector turístico en bebidas y alimentos, operaciones turísticas, temas de recreación y áreas operativas: administradores de establecimientos, seguridad alimentaria, atención al cliente. En general, se trabaja para que en la ciudad de Riobamba se pueda desarrollar un turismo que sea atractivo.

## 2. Principales actividades turísticas que generan o impulsan servicios en la ciudad de Riobamba.



**Figura 22-4:** Principales actividades turísticas que generan servicios

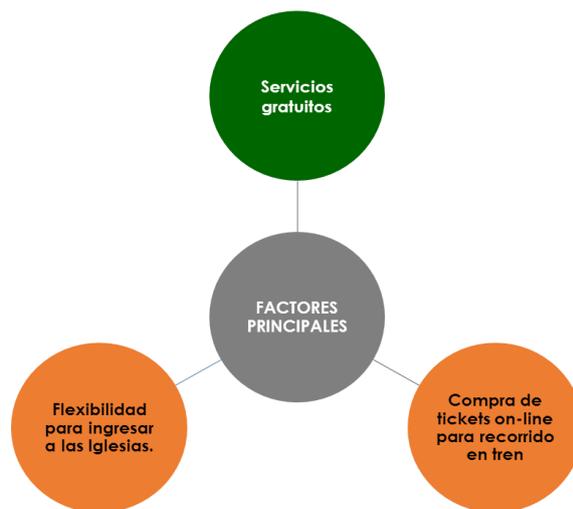
Fuente: Entrevistas

### **Análisis:**

De acuerdo a los entrevistados, la Reserva de producción de fauna Chimborazo y el Ferrocarril, son las principales actividades turísticas que impulsan servicios en la ciudad de Riobamba. Con relación al Ferrocarril, dentro de la provincia de Chimborazo, la principal ruta es el recorrido a la nariz del diablo, la cual actualmente sale desde el cantón Alausí. Propiamente en la ciudad de Riobamba, existe la siguiente opción de ruta: Tren del Hielo I (Riobamba – Urbina – La Moya – Riobamba).

Los Centros de Turismo Comunitarios, también impulsan servicios en la ciudad, por ello, el Ministerio de Turismo ha invertido en senderos y miradores, a través de ellos se impulsan servicios de restaurantes con comida típica y transporte, en los cuales, existe inversión privada.

### **3. Facilidades se ofrece a los turistas para que puedan acceder a museos e iglesias de la ciudad, y atractivos turísticos.**



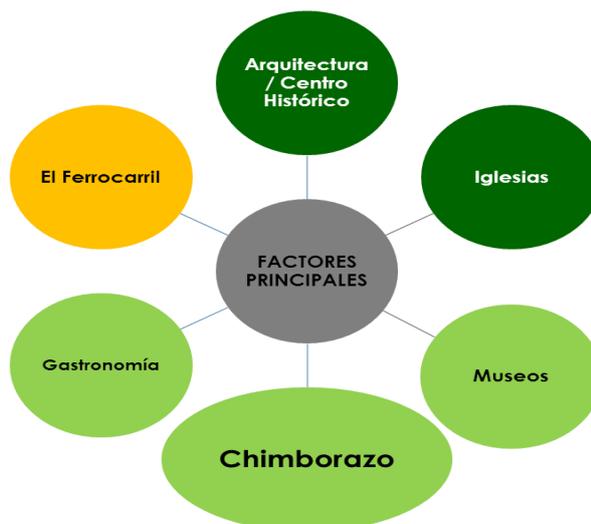
**Figura 23-4:** Facilidades turísticas

Fuente: Entrevistas

### **Análisis:**

Las principales facilidades para los turistas dentro de los servicios gratuitos son: Museo de la Ciudad, visita Iglesias y edificios Arquitectónicos de la ciudad. En lo referente al recorrido en Tren, la compra de boletos se lo puede realizar en la página web de Ferrocarriles del Ecuador, esta es una opción para ahorra tiempo a los turistas.

#### 4. Principales potenciales/ atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad de Riobamba.



**Figura 24-4:** Principales atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba.  
Fuente: Entrevistas

#### Análisis

Riobamba posee atractivos tanto naturales como culturales, es conocida como la ciudad de las primicias, y esto nos brinda un gran potencial en lo referente al tema patrimonial. Los museos, las iglesias y la deliciosa gastronomía hacen de esta ciudad encantadora. El encontrarse cerca al nevado Chimborazo y el tren han generado mucho desarrollo a la ciudad.

#### 5. Actividades y aspectos en los cuales se basa el desarrollo cultural de la ciudad de Riobamba.

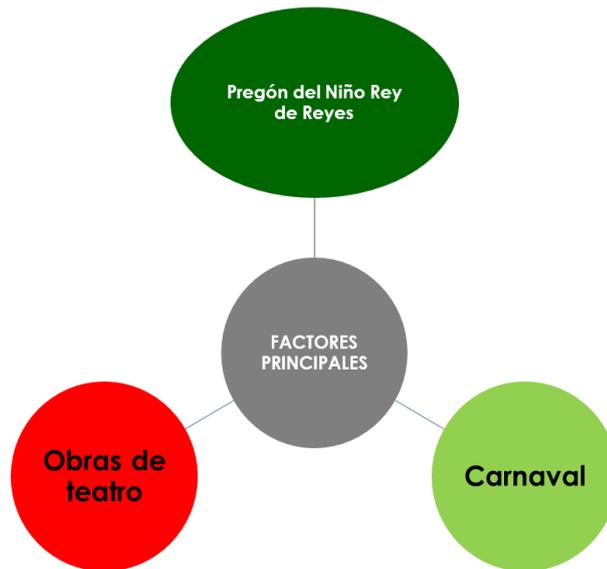


**Figura 25-4:** Desarrollo cultural de la ciudad de Riobamba  
Fuente: Entrevistas

**Análisis:**

El desarrollo cultural a través de los años ha cambiado, en la actualidad principalmente existe mayor vinculación de instituciones que trabajan dentro de este ámbito, así también, hay mejor planificación de programas culturales e inclusión social en actividades culturales.

**6. Principales recuerdos culturales que posee la ciudad de Riobamba.**



**Figura 26-4:** Principales recuerdos culturales en Riobamba

Fuente: Entrevistas

**Análisis:**

El principal recuerdo cultural es el Pregón del Niño Rey de Reyes.

7. En que se diferencian los eventos culturales de esta época, con los eventos culturales de hace 15 o 20 años atrás.

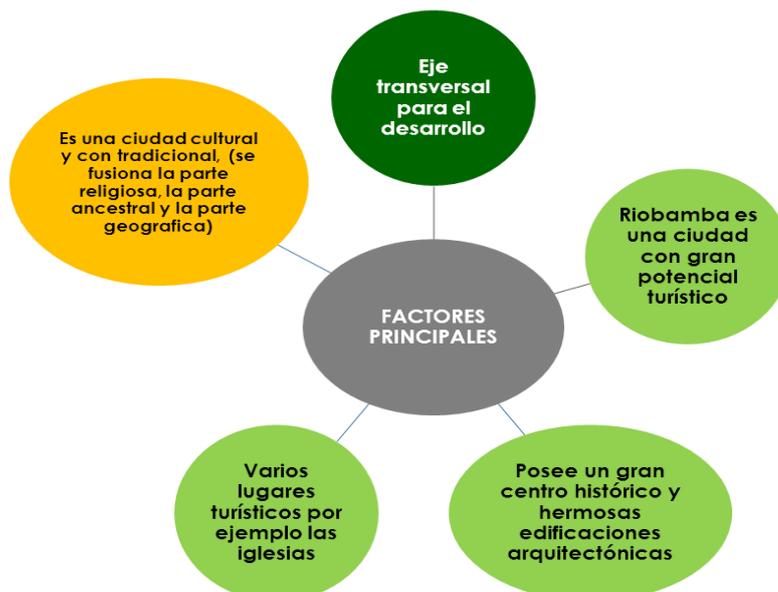


**Figura 27-4:** Eventos culturales de esta época  
Fuente: Encuestas

**Análisis:**

En general, los eventos culturales de esta época tienen mejor planificación y comunicación, por tanto, generan mayor inclusión social, sin embargo, se está perdiendo el uso de la música ecuatoriana.

8. Factores principales en los que Riobamba puede trabajar para conseguir un desarrollo local en turismo cultural.

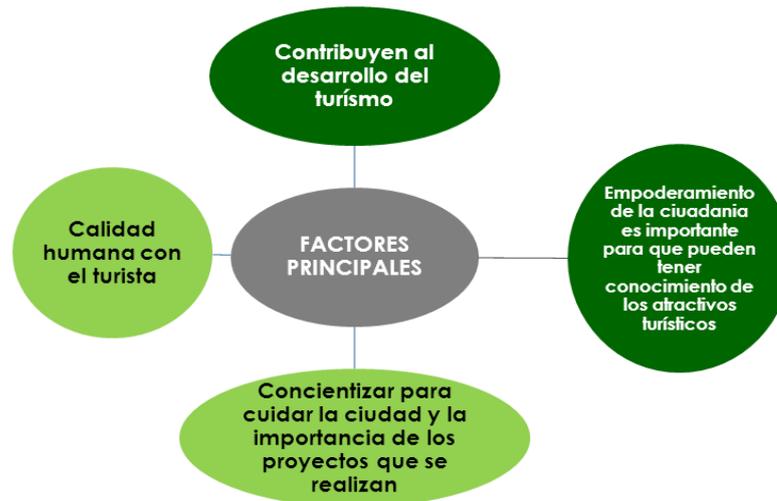


**Figura 28-4:** Factores culturales para conseguir desarrollo cultural  
Fuente: Entrevistas

**Análisis:**

La ciudad de Riobamba, posee gran potencial turístico, trabajar en turismo cultural sería un eje transversal para el desarrollo. Es importante considerar, que existe desconocimiento de la población y se debe investigar más los sitios turísticos, para poder comunicar a los turistas.

**9. Factores principales en los cuales, la participación ciudadana juega algún rol en el desarrollo cultural de la ciudad.**



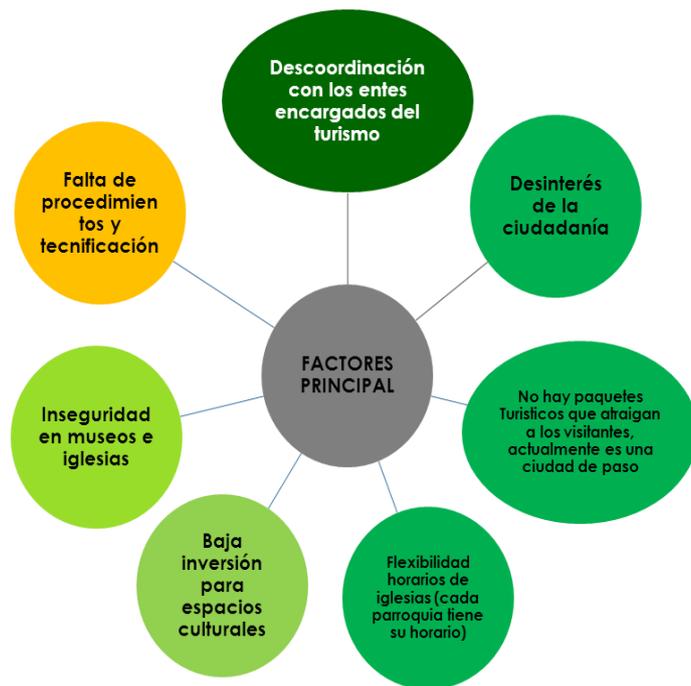
**Figura 29-4:** Factores principales en el desarrollo cultural

Fuente: Entrevistas

**Análisis:**

La participación de los ciudadanos riobambeños, juega un rol fundamental en el desarrollo cultural de la ciudad, sin embargo, actualmente están desvinculadas, por falta de organización e información. Es importante, fomentar interés y empoderamiento en la población para generar desarrollo turístico y conocimiento de los atractivos turísticos.

## 10. Principales falencias existentes para el desarrollo local.



**Figura 30-4:** Falencias para el desarrollo local

Fuente: Entrevistas

### Análisis:

En la actualidad, la falencia más grande para el desarrollo local a través de la actividad turística es la falta de coordinación entre los entes encargados de este sector económico y desinterés de la ciudadanía. Además, la falta de actividades turísticas dentro de la ciudad, para que Riobamba deje de ser únicamente una ciudad de paso.

## 11. Principales retos que enfrenta actualmente la ciudad de Riobamba.



**Figura 31-4 Reto del desarrollo en la ciudad de Riobamba**

Fuente: Entrevistas

### **Análisis:**

Los retos que enfrenta actualmente la ciudad de Riobamba, para generar desarrollo son: Falta de un producto turístico y actividades para que Riobamba deje de ser una ciudad de paso.

Falta de promoción e información a la ciudadanía sobre la importancia del turismo en la ciudad y conocimiento de bienes culturales.

Falta de la Ruta Riobamba – Nariz del Diablo, es importante reanudar la ruta del ferrocarril, los precios son exagerados, no existen guías, no dan información oportuna.

**12. Las principales características que debería tener un “plan estratégico para el Desarrollo Sustentable del Turismo”.**



**Figura 32-4** Principales características para un plan estratégico

Fuente: Entrevistas

**Análisis:**

Las principales características que debe tener un plan estratégico son: Línea base, actualmente es difícil encontrar datos estadísticos actuales de la ciudad. Programas de concientización social, cultural y ambiental a niños, jóvenes y adultos.

#### 4.5.2. Resultado encuestas a la ciudadanía Riobambeña

##### 4.5.2.1. Resultados encuesta a la Ciudadanía Riobambeña de 20 a 34 años.

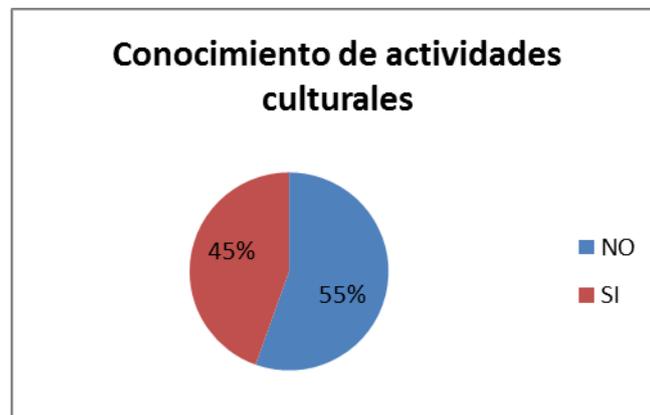
### 1. Conocimiento de actividades culturales que se realizan en la ciudad de Riobamba.

**Tabla 62-4:** Conocimiento actividades culturales

CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES	Frecuencia	Porcentaje
No	65	55%
Si	53	45%
Total general	118	100,00%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



**Figura 33-4 Gráfico** principal fuente de información turística

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo

**2. Participación en actividades, manifestaciones, fiestas o eventos culturales que se realizan en la ciudad Riobamba.**

**Tabla 63-4:** Participación en actividades, eventos culturales

PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES	Frecuencia	Porcentaje
No	75	64%
Si	43	36%
Total general	118	100,00%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 34-4 Gráfico** principal fuente de información turística

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

**3. Sitios patrimoniales que la ciudadanía de 20 a 34 años conoce y ha visitado en la ciudad de Riobamba.**

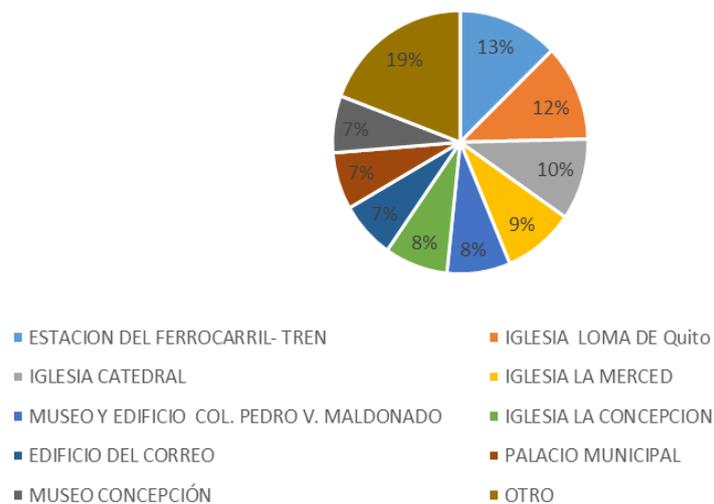
**Tabla 64-4:** Sitios patrimoniales que la ciudadanía conoce

Sitio Patrimonial	Frecuencia	Porcentaje
Estación del ferrocarril- tren	15	13%
Iglesia Loma de Quito	14	12%
Iglesia Catedral	12	10%
Iglesia La Merced	11	9%
Museo y edificio del colegio pedro Vicente Maldonado	9	8%
Iglesia La Concepción	9	8%
Edificio del correo	8	7%
Palacio Municipal	8	7%
Museo Concepción	8	7%
Iglesia Basílica del sagrado corazón de Jesús	6	5%
Edificio de la Gobernación	6	5%
Museo Banco Central	5	4%
Museo de la ciudad	4	3%
Museo de José Maria Córdova Román	1	1%
Museo de piedra	1	1%
Total	118	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

Sitios Patrimoniales que conoce y ha visitado en la ciudad de Riobamba



**Figura 35-4 Gráfico principal fuente de información turística**

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

**4. Sitios patrimoniales de los cuales la ciudadanía entre 20 a 34 años, conoce su historia y/o año de construcción.**

**Tabla 65-4:** Sitios patrimoniales de los cuales se conoce su historia

<b>Sitio Patrimonial</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Estación del ferrocarril- tren	15	13
Iglesia loma de quito	14	12
Iglesia catedral	13	12
Iglesia la merced	11	10
Museo y edificio del colegio pedro Vicente Maldonado	9	8
Iglesia la Concepción	9	8
Edificio del correo	8	6
Palacio municipal	8	3
Museo concepción	8	4
Iglesia Basílica del sagrado corazón de Jesús	6	4
Edificio de la Gobernación	6	3
Museo Banco Central	5	6
Museo de la ciudad	4	3
Museo de José María Córdova Román	1	1
Museo de piedra	1	1
ninguno		24
<b>TOTAL</b>	<b>118</b>	<b>118</b>

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**5. Sitio histórico o manifestación cultural con la cual la ciudadanía riobambeña de 20 a 34 años se identifica.**

**Tabla 66-4:** Lugar con el cual se identifica

Lugar con el cual se identifica	Frecuencia	Porcentaje
Iglesia la catedral	25	21%
Museos	15	13%
Colegio Pedro Vicente Maldonado	12	10%
Iglesia de San Antonio de Quito	12	10%
Estación del ferrocarril	12	10%
Feria taurina	7	6%
Parques	7	6%
Desfile de la alegría	5	4%
Basílica del sagrado corazón de Jesús	4	3%
Desfile cívico militar	4	3%
Iglesia la Concepción	3	3%
Paseo de niño	3	3%
Casa de la cultura	2	2%
Museo de la ciudad	2	2%
Museos	2	2%
Concha acústica	1	1%
Iglesia la merced	1	1%
Retretas	1	1%
total	118	100%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



**Figura 36-4 Gráfico principal fuente de información turística**

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo

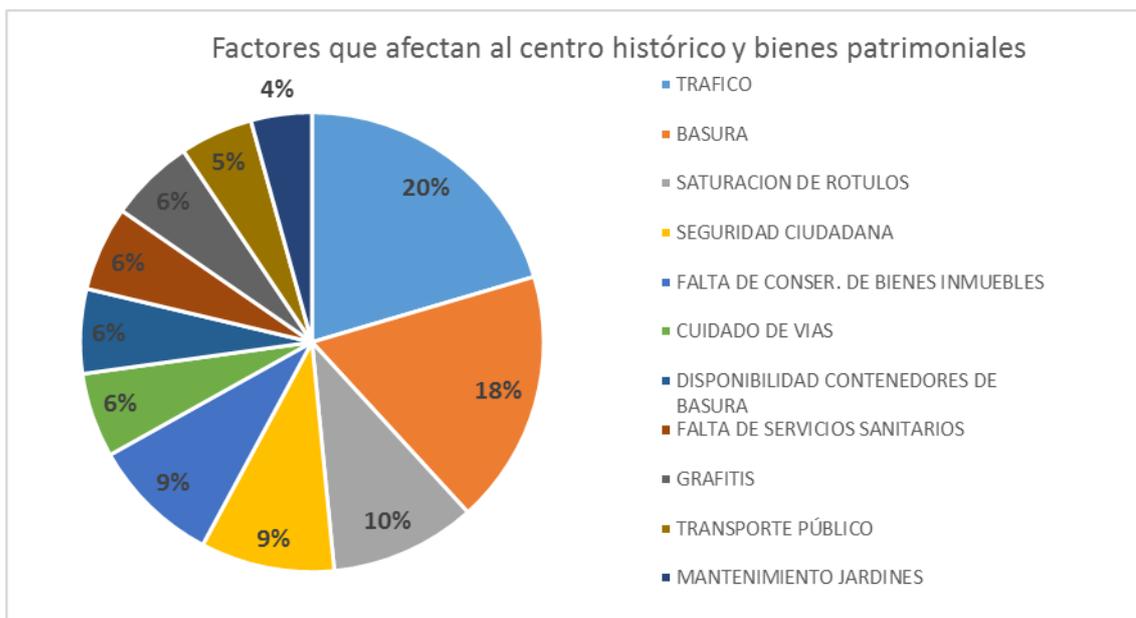
**6. Factores principales que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales de la ciudad de Riobamba.**

**Tabla 67-4:** Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales

Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales	Frecuencia	Porcentaje
Tráfico	24	20%
Basura	21	18%
Saturación de rótulos, contaminación visual	12	10%
Seguridad ciudadana	11	9%
Deterioro y falta de conservación de bienes inmuebles	10	9%
Cuidado y limpieza de vías aceras	7	6%
Disponibilidad de contenedores de basura	7	6%
Falta de servicios sanitarios	7	6%
Grafitis	7	6%
Transporte público	6	5%
Mantenimiento de parques y jardines	5	4%
Total	118	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 37-4 Gráfico principal fuente de información turística**

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

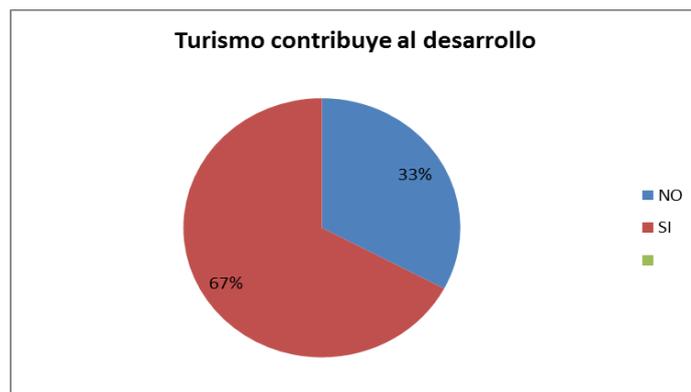
## 7. Contribución actual del turismo al desarrollo local de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 68-4:** Contribución del turismo al desarrollo local

<b>TURISMO CONTRIBUYE AL DESARROLLO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No	39	33%
Si	79	67%
Total general	118	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 38-4** Gráfico principal fuente de información turística

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

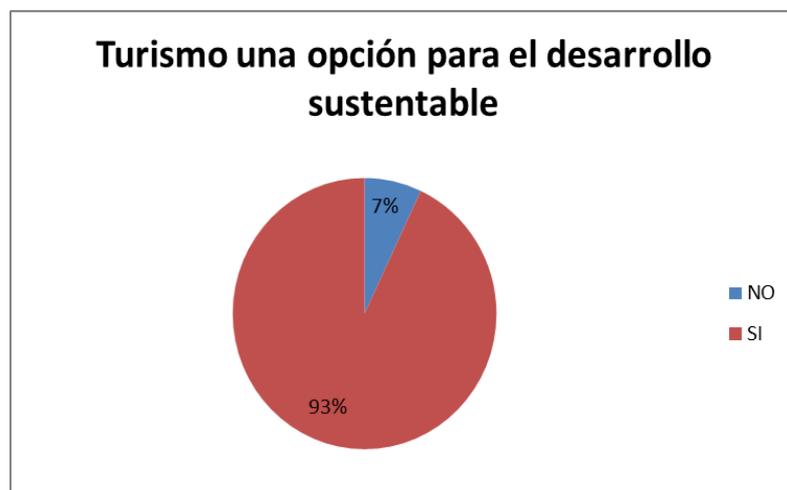
## 8. Turismo una opción para el Desarrollo Sustentable de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 69-4:** El turismo una opción para el Desarrollo Sustentable

<b>TURISMO OPCIÓN PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No	8	7%
Si	111	93%
Total general	119	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 39-4 Gráfico principal fuente de información turística**

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

4.5.2.2. Resultados encuesta a la Ciudadanía Riobambeña de 35 a 49 años.

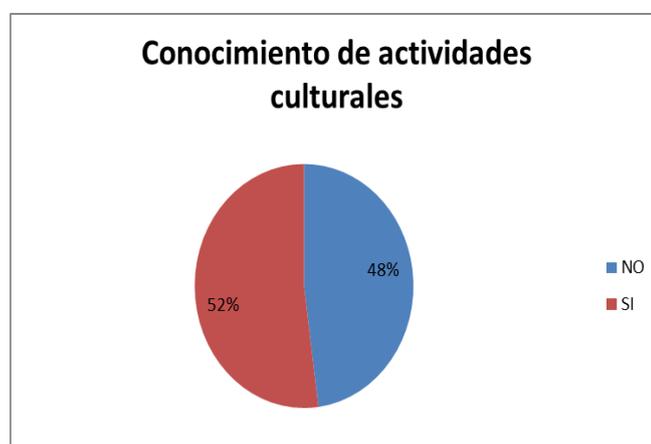
**1. Conocimiento de actividades culturales que se realizan en la ciudad de Riobamba.**

**Tabla 70-4:** Conocimiento actividades culturales

CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES	Frecuencia	Porcentaje
No	57	48%
Si	62	52%
Total general	119	100,00%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



**Figura 40-4 Gráfico** conocimiento de actividades turísticas

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo

**2. Participación en actividades, manifestaciones, fiestas o eventos culturales que se realizan en la ciudad Riobamba.**

**Tabla 71-4:** Participación en actividades, eventos culturales

<b>PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
No	51	43%
Si	68	57%
Total general	119	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 41-4 Gráfico** participación en actividades

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

3. Sitios patrimoniales que la ciudadanía de 35 a 49 años conoce y ha visitado en la ciudad de Riobamba.

Tabla 72-4: Sitios patrimoniales de los cuales se conoce su historia

Sitio Patrimonial	Frecuencia	Porcentaje
Iglesia Catedral	12	10%
Iglesia Loma de Quito	12	10%
Estación del ferrocarril- tren	11	9%
Iglesia la Merced	11	9%
Museo y edificio del Colegio Pedro Vicente Maldonado	10	8%
Iglesia la Concepción	10	8%
Edificio del correo	10	8%
Museo Concepción	8	7%
Palacio Municipal	8	7%
Museo Banco Central	7	6%
Iglesia Basílica del sagrado corazón de Jesús	6	5%
Museo de la ciudad	6	5%
Edificio de la Gobernación	6	5%
Museo de José María Córdova Román	2	2%
Museo de Piedra	1	1%
Casa Calero	0	0%
total	119	100%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



Figura 42-4 Gráfico Sitios patrimoniales que ha visitado la ciudadanía

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo

**4. Sitios patrimoniales de los cuales la ciudadanía entre 35 a 49 años, conoce su historia y/o año de construcción.**

**Tabla 73-4:** Principal fuente de información

<b>Sitio Patrimonial</b>	<b>Sitios Patrimoniales que ha visitado</b>	<b>Sitios patrimoniales que conoce la historia y/o año de construcción</b>
Ninguno		38
Estación del ferrocarril- tren	13	12
Iglesia Basílica del sagrado corazón de Jesús	6	11
Iglesia Loma de Quito	14	10
Iglesia Catedral	16	9
Museo y edificio del colegio Pedro Vicente Maldonado	8	8
Iglesia la Merced	10	5
Iglesia la Concepción	9	5
Museo Concepción	7	5
Edificio del correo	7	4
Palacio Municipal	7	4
Museo de la Ciudad	6	4
Museo Banco Central	6	2
Museo de José María Córdova Román	2	1
Museo de Piedra	1	1
Edificio de la Gobernación	6	1
Casa Calero	1	1
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>119</b>

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

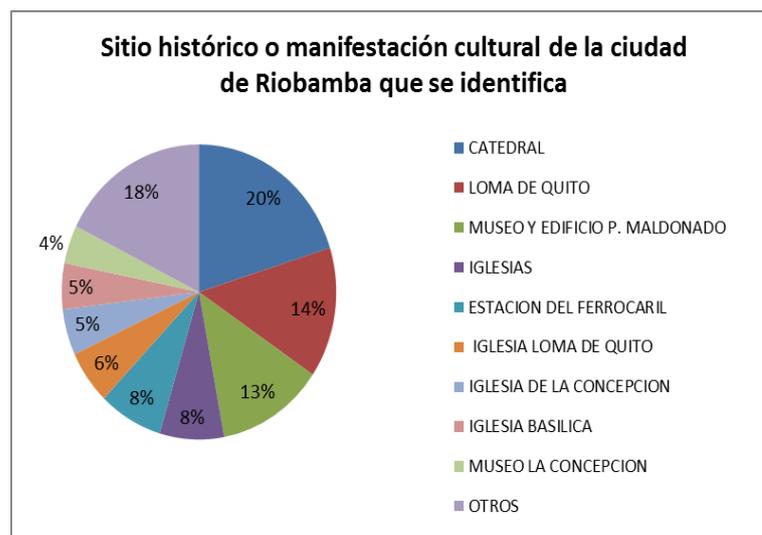
**5. Sitio histórico o manifestación cultural con la cual la ciudadanía riobambeña de 35 a 49 años se identifica.**

**Tabla 74-4:** Lugar con el cual se identifica

Lugar con el cual se identifica	Frecuencia	Porcentaje
Catedral	24	20%
Loma de Quito	17	14%
Museo y edificio Pedro Vicente Maldonado	15	13%
Iglesias	9	8%
Estación del ferrocarril	9	8%
Iglesia Loma de Quito	7	6%
Iglesia de la Concepción	6	5%
Iglesia Basílica sagrado corazón de Jesús	6	5%
Museo la Concepción	5	4%
Pases del niño	4	3%
Parques	4	3%
Programa navideño municipal	3	3%
Fiestas de abril	2	2%
Plaza de toros	2	2%
Retretas	1	1%
Palacio Municipal	1	1%
Escudo de Riobamba	1	1%
Museos	1	1%
Edificio del correo	1	1%
Casa de la cultura	1	1%
Total	119	100%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



**Figura 43-4 Gráfico** Sitio histórico con el cual se identifica

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo

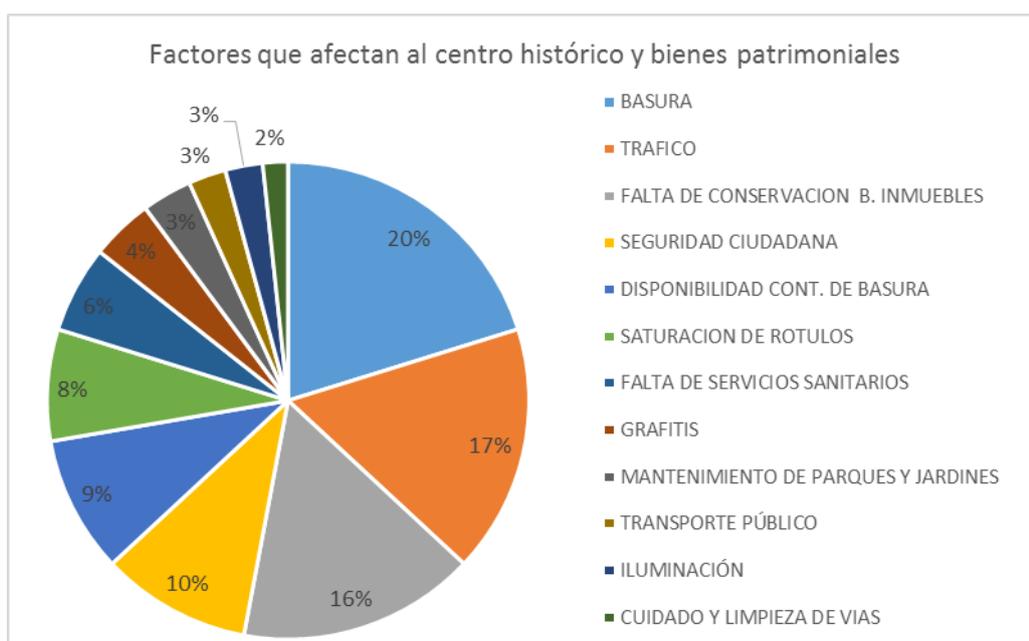
**6. Factores principales que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales de la ciudad de Riobamba.**

**Tabla 75-4:** Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales

Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales	Frecuencia	Porcentaje
Basura	24	20%
Tráfico	20	17%
Falta de conservación bienes inmuebles	19	16%
Seguridad ciudadana	12	10%
Disponibilidad cont. de basura	11	9%
Saturación de rótulos	9	8%
Falta de servicios sanitarios	7	6%
Grafitis	5	4%
Mantenimiento de parques y jardines	4	3%
Transporte público	3	3%
Iluminación	3	3%
Cuidado y limpieza de vías	2	2%
Total	119	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 44-4 Gráfico** factores que afectan al centro histórico

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

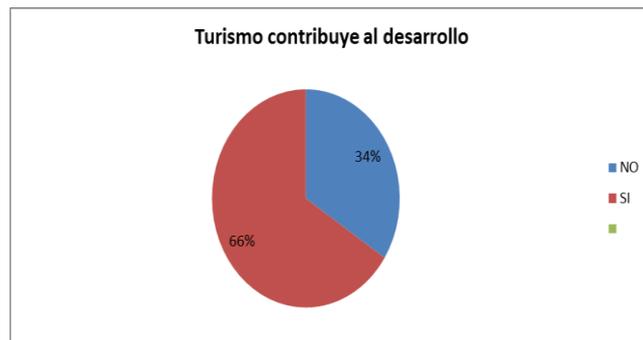
## 7. Contribución actual del turismo al desarrollo de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 76-4:** Contribución del turismo al desarrollo local

<b>TURISMO CONTRIBUYE AL DESARROLLO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No	41	34%
Si	78	66%
Total general	119	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 45-4 Gráfico** turismo contribuye al desarrollo

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

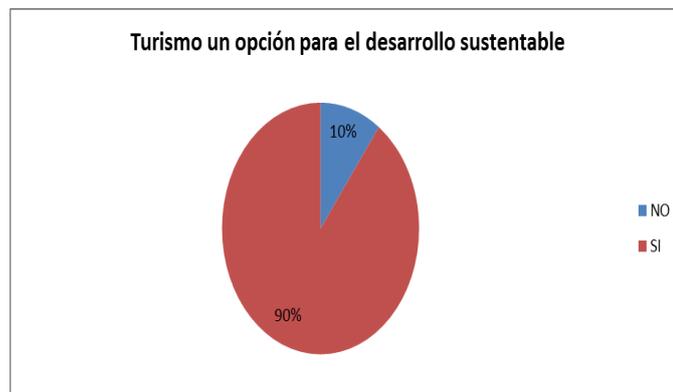
## 8. Turismo una opción para el Desarrollo Sustentable de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 77-4:** El turismo una opción para el Desarrollo Sustentable

<b>TURISMO OPCIÓN PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No	15	13%
Si	104	87%
Total general	119	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 46-4 Gráfico** turismo una opción para el desarrollo sustentable

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

4.5.2.3. Resultados encuesta a la Ciudadanía Riobambeña de 50 a 64 años

**1. Conocimiento de actividades culturales que se realizan en la ciudad de Riobamba.**

**Tabla 78-4:** Conocimiento actividades culturales

CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES	Frecuencia	Porcentaje
No	48	41%
Si	70	59%
Total general	118	100,00%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 47-4 Gráfico** conocimiento de actividades culturales

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

**2. Participación en actividades, manifestaciones, fiestas o eventos culturales que se realizan en la ciudad Riobamba.**

**Tabla 79-4:** Participación en actividades, eventos culturales

<b>PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
No	44	37%
Si	74	63%
Total general	118	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 48-4 Gráfico** participación en actividades o eventos culturales

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

**3. Sitios patrimoniales que la ciudadanía de 50 a 64 años conoce y ha visitado en la ciudad de Riobamba.**

**Tabla 80-4:** Sitios patrimoniales que conoce y ha visitado

Sitio Patrimonial	Frecuencia	Porcentaje
Iglesia catedral	11	9%
Museo y edificio del colegio Pedro Vicente Maldonado	11	9%
Iglesia la Concepción	11	9%
Edificio del correo	11	9%
Iglesia Loma de Quito	10	8%
Estación del ferrocarril- tren	9	8%
Iglesia la Merced	9	8%
Museo Concepción	9	8%
Iglesia Basílica del sagrado corazón de Jesús	9	8%
Palacio Municipal	8	7%
Edificio de la Gobernación	6	5%
Museo de la ciudad	4	3%
Museo banco central	3	3%
Museo de José María Córdova Román	3	3%
Casa Calero	2	2%
Museo de piedra	2	2%
Total	118	100%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera



**Figura 49-4 Gráfico** sitios patrimoniales que conoce

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo

**4. Sitios patrimoniales de los cuales la ciudadanía entre 50 a 64 años, conoce su historia y/o año de construcción.**

**Tabla 81-4:** Sitios patrimoniales que conoce su historia

Sitio Patrimonial	Sitios Patrimoniales que ha visitado	Sitios patrimoniales que conoce la historia
Ninguno	0	31
Estación del ferrocarril- tren	12	10
Museo y edificio del colegio Pedro Vicente Maldonado	10	9
Iglesia Basílica	6	6
Iglesia Loma de Quito	10	9
Iglesia Catedral	11	10
Museo Concepción	9	5
Iglesia la Merced	11	5
Iglesia la Concepción	10	7
Edificio del correo	9	5
Palacio municipal	8	6
Museo de la ciudad	6	5
Museo banco central	7	3
Museo de José m. Córdova r.	2	1
Edificio de la Gobernación	5	4
Casa calero	1	1
Museo de piedra	1	1
Total	118	118

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

**5. Sitios patrimoniales de los cuales la ciudadanía entre 50 a 64 años, se identifica.**

**Tabla 82-4:** Lugar con el cual se identifica

<b>Lugar con el cual se identifica</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Catedral	24	20%
Loma de Quito	16	14%
Museo y edificio Pedro Vicente Maldonado	18	15%
Estación del ferrocarril	9	8%
Iglesia Loma de Quito	12	10%
Iglesia de la Concepción	6	5%
Iglesia Basílica sagrado corazón de Jesús	8	7%
Museo la Concepción	5	4%
Pases del niño	7	6%
Parques	4	3%
Fiestas de abril	2	2%
Plaza de toros	2	2%
Retretas	1	1%
Palacio Municipal	1	1%
Escudo de Riobamba	1	1%
Museos	1	1%
Edificio del correo	1	1%
Total	118	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera

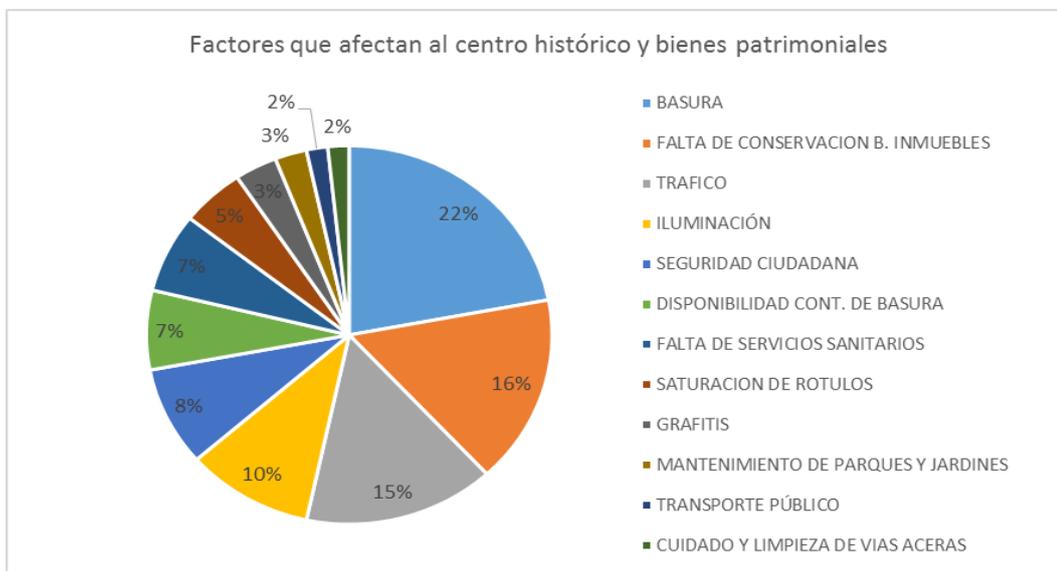
**6. Factores principales que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales de la ciudad de Riobamba.**

**Tabla 83-4:** Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales

<b>Factores que afectan al centro histórico y bienes patrimoniales</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Basura	26	22%
Falta de conservación b. inmuebles	19	16%
Tráfico	18	15%
Iluminación	12	10%
Seguridad ciudadana	10	8%
Disponibilidad cont. de basura	8	7%
Falta de servicios sanitarios	8	7%
Saturación de rótulos	6	5%
Grafitis	4	3%
Mantenimiento de parques y jardines	3	3%
Transporte público	2	2%
Cuidado y limpieza de vías aceras	2	2%
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 50-4 Gráfico** factores que afectan al centro histórico

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

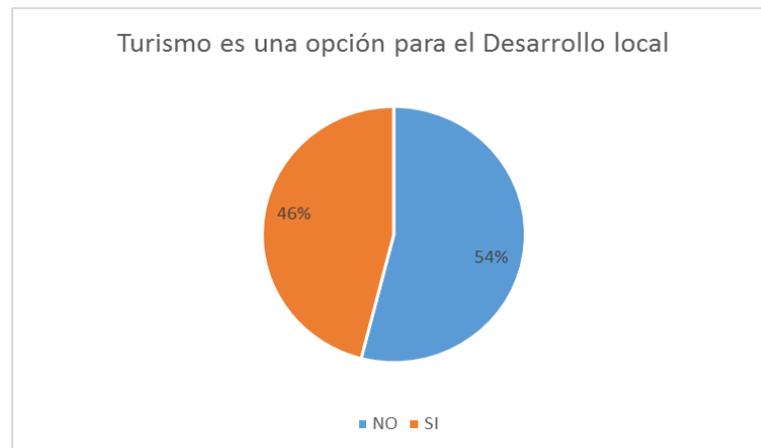
## 7. Turismo contribuye actualmente al desarrollo de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 84-4:** Contribución del turismo al desarrollo local

<b>TURISMO CONTRIBUYE AL DESARROLLO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No	64	54%
Si	55	46%
Total general	118	100%

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo.

**Realizado por:** Fernanda Herrera



**Figura 51-4 Gráfico** turismo una opción para el desarrollo local

**Fuente:** Resultado encuestas estudio cuantitativo

## 8. Turismo una opción para el Desarrollo Sustentable de la ciudad de Riobamba.

Tabla 85-4: Principal fuente de información

TURISMO OPCIÓN PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE	Frecuencia	Porcentaje
NO	13	11%
SI	105	89%
Total general	118	100%

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo.

Realizado por: Fernanda Herrera

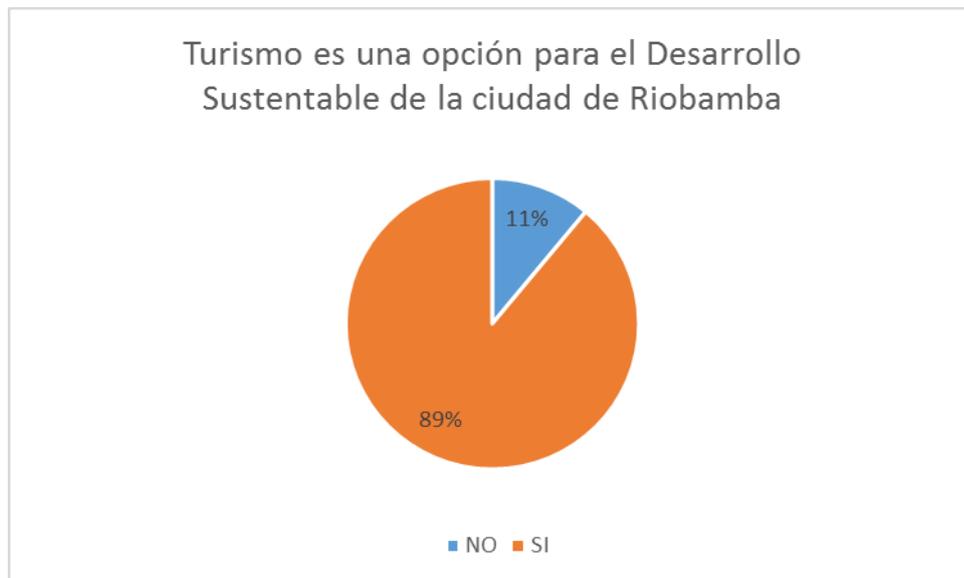


Figura 51-4 Gráfico turismo una opción para el desarrollo sustentable

Fuente: Resultado encuestas estudio cuantitativo

## CAPITULO V

### 5. PLAN ESTRATÉGICO.

#### 5.1. Diagnóstico Situacional - Matriz FODA

FORTALEZAS	FUENTE
Conocimiento del adulto mayor de juegos, tradiciones e historia.	Entrevista Luis Maldonado, presidente de la Cámara de Turismo de Riobamba
Estación del ferrocarril	(Vela, 2015)
Riobamba es una ciudad colonial, bien conservada, con lindo centro histórico, arquitectura y atractivos turísticos. Además, cerca de la ciudad se encuentra la Laguna de Colta, dónde se fundó originalmente Quito, y la iglesia más antigua del Ecuador - Balbanera.	PLANDETUR 2020 – MINTUR
Fácil acceso, se encuentra en el centro del país.	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Gastronomía	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Ciudad Económica	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Integración a estudiantes, como pasantes en empresas y organismos, y proyecto de enseñanza de la historia de los principales atractivos turísticos a niños.	PLADENTUR 2020 - MINTUR, Entrevista Ing. Paulina Ávalos, especialista de desarrollo turístico de la coordinación zonal.
Todo queda cerca, ciudad tranquila para caminar	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Cerca de nevados y volcán	(Vela, 2015)
Pueblos cercanos a la ciudad de Riobamba (Guano, Chambo, Penipe)	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Capacitación turística a los actores locales, principalmente en: servicio al cliente, manipulación higiénica de alimentos, idiomas, marketing y gerenciamiento. Además, guías profesionales calificados.	PLANDETUR 2020 – MINTUR
Existen 35 atractivos turísticos, de los cuales 20 son de Jerarquía III y 15 son de Jerarquía II.	Dirección de Turismo GADM Riobamba, Atractivos turísticos 2017.

En la ciudad existen 458 servicios turísticos (47 establecimientos de alojamiento, 285 establecimientos de alimentos y bebidas, 28 agencias de viajes, 1 balneario turístico, 93 bares, discotecas y peñas, 1 centro de turismo comunitario y 3 empresas de transporte turístico).	Dirección de Turismo GADM Riobamba, Catastro Turístico 2017
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FUENTE</b>
Aprovechamiento los conocimiento de pobladores adulto mayor de la ciudad	Entrevista Luis Maldonado, presidente de la Cámara de Turismo de Riobamba
Convenios institucionales y asistencia técnica para prestadores de servicios, brindada por MINTUR, GAD Municipal Riobamba	MINTUR y GAD Municipal Riobamba
Potencial turístico y cultural	Entrevista Lcda. Balvanera Cruz, Directora de Turismo del Municipio de Riobamba
Compromiso de las autoridades para mejorar e impulsar la actividad turística	GAD Municipal Riobamba
<b>DEBILIDADES</b>	<b>FUENTE</b>
Desinterés y falta de conocimiento y valoración del patrimonio, por parte de los habitantes de la ciudad	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Escasa coordinación entre instituciones públicas y privadas que trabajan en la actividad turística. Resistencia por parte de los empresarios a afiliarse en Cámaras de Turismo.	PLANDETUR 2020 – MINTUR
Falta de facilidades turísticas: Horarios de atención deficientes en negocios y establecimientos turísticos. Locales comerciales abren tarde y cierran temprano, difícil encontrar baterías sanitarias en centro histórico). Falta de una cultura en atención al turista. Falta de mejoramiento, readecuación y equipamiento de facilidades turísticas, (iglesias no están abiertas hasta tarde, cada una tiene un horario diferente, hay mucha flexibilidad de horarios en los templos)	Entrevista Padre. Javier Garcés. Párroco de la iglesia La Catedral. Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor Calderón, María. 2012.
Deterioro del patrimonio por abandono y mal uso de las edificaciones. Descuido de bienes patrimoniales y centro histórico (grafitis, basura, trabajadoras sexuales, inseguridad)	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor Calderón, María. 2012.
Descuido de bienes patrimoniales y centro histórico (grafitis, basura, trabajadoras sexuales, inseguridad)	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Falta de paquetes turísticos por nicho de mercado (tour por la ciudad).	PLANDETUR 2020 – MINTUR
Falta de planificación para la recolección de basura en centro histórico y alrededores de la ciudad	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Escasa señalética y falta de información en la ciudad	PLANDETUR 2020. Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor

Desorden de movilización. Congestionamiento vehicular. Falta de transporte para ir al Chimborazo, difícil recorrer la ciudad en bicicleta no hay respeto al peatón.	Calderón, María. 2012. Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
Desinterés por parte de propietarios de servicios turísticos, para asistir a capacitaciones	Entrevista Luis Maldonado, presidente de la Cámara de Turismo de Riobamba
Escasa inversión privada en el ámbito turístico	Entrevista Luis Maldonado, presidente de la Cámara de Turismo de Riobamba
Pocas ordenanzas a favor de un adecuado desarrollo turístico	Entrevista Luis Maldonado, presidente de la Cámara de Turismo de Riobamba
Falta de souvenirs y productos artesanales.	Resultado estudio cuantitativo, elaborado por el autor
<b>AMENAZAS</b>	<b>FUENTE</b>
Pérdida de costumbres, tradiciones, identidad Riobambeña	Entrevista Magister José Parco, Coordinador de interculturalidad.
Creación de nuevas leyes y ordenanzas con respecto al turismo	PLANDETUR 2020 – MINTUR
Apreciación del dólar, devaluación de la moneda de países vecinos como: Perú y Colombia, virus sika, terremoto del 16 de abril del 2016 y la actividad del volcán Cotopaxi.	Ministerio de Turismo, 2016.
Coyuntura política que vive el país	(Telegrafo, 2017)
Inflación anual: En el año 2016, de acuerdo al INEC, el país registró una inflación anual del 1.12%, frente al 3.38% del año 2015. En diciembre del año 2016, se registró una inflación mensual de 0,16%, dato que refleja una mejoría en el dinamismo de precios. Sin embargo, al considerar la inflación de abril 2017 de 0,98%, se denota menor dinamismo en la actividad económica, pudiendo provocar una disminución en el número de desplazamientos de turismo interno.	(EKOS, Unidad de investigación económica y de mercado, Mayo 2017)
Recorte de presupuesto por parte del GADM Riobamba, para la realización del proyecto, publicidad de productos turísticos de la ciudad de Riobamba, ocasionando un reajuste en las actividades.	Plan Anual de Inversión del GAD Municipal Riobamba

## **5.2. Aporte al desarrollo socioeconómico**

El aporte socioeconómico del proyecto para la ciudad de Riobamba es:

- Generación de plazas de trabajo en servicios turístico.
- Desarrollo local y dinamización en la economía de las actividades comerciales de la zona.
- Activación del transporte privado de la ciudad de Riobamba (taxis y busetas compartidas).
- Incremento de venta de artesanía local.
- Incremento de ingresos económicos de las personas que trabajan en prestación de servicios turísticos.
- Intervención por parte de las autoridades de la ciudad de Riobamba, al generar crecimiento turístico, se requiere mejorar la planificación de servicios públicos.
- Bajo impacto ambiental.
- Fortalecimiento de negocios complementarios (locales de artesanías, gastronomía, transporte)
- Inserción de personas de la tercera edad y actores involucrados en el servicio turístico.

## **5.3. Diseño del Plan Estratégico para el desarrollo sustentable del turismo en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.**

Una vez realizada la investigación cuantitativa a turistas nacionales y extranjeros, y pobladores de la ciudad; y la investigación cualitativa a informantes calificados del sector turístico en la ciudad de Riobamba, se realizó la matriz FODA, se identificaron los siguientes ámbitos estratégicos, para la intervención y fortalecimiento de la situación turística de la ciudad de Riobamba. La elaboración del Plan Estratégico para el desarrollo sustentable del turismo en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, se basa en las áreas funcionales de PLADETUR 2020 y en el plan estratégico institucional del GADM Riobamba 2017.

### **a.- Ámbitos estratégicos**

1. Educación patrimonial y cultural.
2. Capacitación a prestadores de servicios turísticos.
3. Programas de mejoramiento de instalaciones y facilidades turísticas.
4. Conservación y salvaguardia del patrimonio cultural.
5. Revitalización cultural.
6. Promoción y difusión de los atractivos turísticos.

## 7. Gobernanza turística.

### **b.- Misión**

Conservar la identidad cultural y memoria viva, y promover el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba, a nivel nacional e internacional, con promoción y difusión de productos turísticos, articulando acciones entre instituciones públicas y privadas, capacitar y brindar apoyo a prestadores de servicios turísticos.

### **c.- Visión**

Para el año 2021, consolidar al turismo como un factor clave del desarrollo local de la ciudad de Riobamba, ser un destino turístico que se diferencie por la personalización en los servicios turísticos con calidad, calidez y compromiso de la ciudadanía, respetando los entornos culturales y sociales, con prestadores de servicios capacitados y profesionales de alto nivel.

### **d.- Objetivo**

Incrementar la captación de turistas.

### **c.- Meta**

30% a diciembre del 2021.

#### **5.3.1. *Desarrollo de estrategias.***

##### **5.3.1.1. *Plan de educación patrimonial y cultura.***

Realizar eventos especializados basados en la historia y tradiciones de la ciudad de Riobamba, que involucre a la ciudadanía. Desarrollar un plan de fortalecimiento y posicionamiento a nivel provincial y nacional, de los atractivos turísticos de la ciudad a través del conocimiento.

- **Estrategia de identidad riobambeña**

**Relaciones públicas:** creación de una buena imagen. (Ricaurte, C 2007)

En la ciudad de Riobamba, existen muchos valores culturales, tradiciones, historia, los mismos que pueden actuar como recursos turísticos, tales como: fiestas populares, gastronomía, valores religiosos e ideológicos.

- ✓ Convocar a rectores de escuelas y colegios de la ciudad de Riobamba, para diseñar un plan de trabajo, con información, educación y comunicación a niños y jóvenes de los diferentes centros educativos sobre historia, identidad riobambeña y valoración del patrimonio.
- ✓ Diseñar un plan de trabajo en conjunto con el adulto mayor, quienes son conocedores de la cultura, saberes ancestrales, tradiciones e historia de la ciudad, y con ello, realizar campañas de identidad riobambeña para la población.

#### *5.3.1.2. Capacitación a prestadores de servicios turísticos.*

El recurso humano, es un instrumento clave para mejorar y elevar la competitividad turística, por ello es importante realizar capacitaciones dirigidas a la generación de un valor diferencial en productos turísticos, con la finalidad de proporcionar a los turistas momentos únicos y diferentes, y atención con calidad y calidez. Aumentar y comunicar los beneficios integrales para la calidad.

- **Estrategia involucramiento de actores clave de la industria**

- ✓ Plan de capacitación para mejorar la calidad de los servicios turísticos. Capacitación en:
  - Atención de calidad y buen trato al turista.
  - Asistencia bilingüe.
  - Historia de los principales sitios turísticos.
  - Además, trabajar conjuntamente con dueños de locales comerciales y choferes en un plan de excelencia en atención al cliente, e identidad cultural, historia y tradiciones de la ciudad, para información entregable sobre bienes patrimoniales.

#### *5.3.1.3. Programas de mejoramiento de instalaciones y facilidades turísticas.*

Identificar y priorizar los espacios turísticos que requieren de remodelación y facilidades turísticas (infraestructura de baños, terminales terrestres, informativos), con el objetivo de brindar excelentes condiciones a los turistas, a la vez hacerlos más atractivos y proporcionen la dinamización de la economía local.

- **Estrategia de especialización de la gestión de lugares turísticos.**

- ✓ Coordinar con los diferentes involucrados la optimización de recursos, el manejo adecuado y las facilidades de acceso a atractivos turísticos, tales como: horario de iglesias y museos.
- ✓ Implementación de señalética e informativos. Colocar la historia de cada bien inmueble en la parte exterior de los atractivos turísticos.
- ✓ Entrega de mapas de la ciudad y material informativo adecuado en español e inglés.
- ✓ Infraestructura: baños públicos en el centro histórico, mejoramiento de terminales terrestres.

#### *5.3.1.4. Conservación y salvaguardia del patrimonio cultural.*

Diseñar un Plan para regenerar el patrimonio de la ciudad de Riobamba. Concientizar a la población, para garantizar el cuidado ambiental y protección de los bienes patrimoniales.

- **Estrategia para gestión de patrimonio**

- ✓ Dar a conocer y educar a la sociedad local el Patrimonio cultural de la ciudad de Riobamba, desde instituciones públicas y privadas (unidades educativas, participación de la ciudadanía en eventos y fiestas locales).
- ✓ Analizar el estado de conservación de bienes patrimoniales, para establecer acciones respectivas para su recuperación.
- ✓ Planificar: horario de recolección de basura centro histórico.
- ✓ Trabajar con policía y guardias municipales para mejorar la seguridad ciudadana.
- ✓ Plan para disminuir el tráfico vehicular del centro de la ciudad.

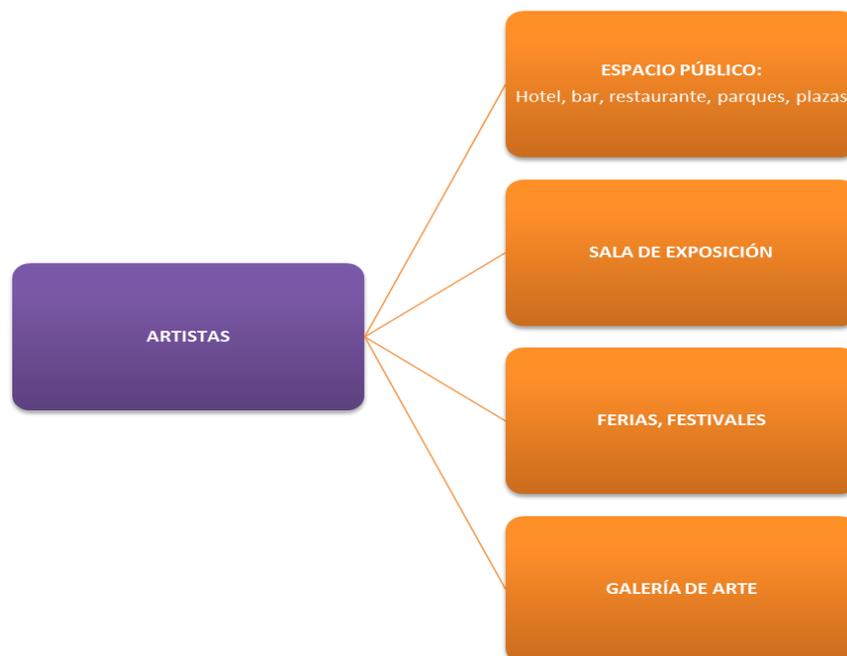
#### *5.3.1.5. Revitalización cultural*

Diseñar un plan que active las manifestaciones culturales, saberes ancestrales, y el estilo de vida sostenible, sustentable e integradores, con el propósito de enlazar lo material con lo inmaterial, generando un proceso participativo, incluyente y dinámico de creación, producción y consumo cultural de la ciudad de Riobamba. (Inmaterial, 2014)

- **Estrategia de revitalización cultural**

- ✓ Mantener la diversidad cultural frente al proceso de globalización.
- ✓ Generar diálogo entre culturas y a la vez promover el respeto hacia otros estilos de vida.

- ✓ Las principales iniciativas del proceso de revitalización comprenden:
- ✓ Promoción.
- ✓ Protección.
- ✓ Transmisión de manifestaciones, prácticas y conocimientos vigentes y que se encuentre en estado de vulnerabilidad, para que puedan ser transmitidas de generación a generación, y sean recreadas constantemente.
- ✓ Dinamización de las manifestaciones culturales (considerar los conocimientos particulares).
- ✓ Reconocer los diversos saberes de la ciudad de Riobamba, reafirmar la identidad cultural y social, y aportar a la interacción social, formación e investigación.
- ✓ Generación de proyectos micro empresariales y productivos con la participación de la ciudadanía (materiales didácticos con tradiciones, historia, cultura de la ciudad, artesanías de la zona, tour turismo patrimonial, turismo religioso).
- ✓ Industrias culturales, otorguen la posibilidad de que artistas y diseñadores participen a nivel local, nacional e internacional, y contribuyan al crecimiento y fortalecimiento de los siguientes sectores: audio visual, edición, música, obras de teatro, danza, diseño, con la finalidad de crear, producir, distribuir y disfrutar de la identidad, historia a través de productos culturales, e incorporar contenido patrimonial en procesos de producción. (UNESCO, 2010)
  - Sectores de actividad cultural y creativa:
  - Artes visuales y artesanías: pintura, escultura, fotografía, artesanías de la zona.
  - Presentaciones artísticas:



### 5.3.1.6. Promoción y difusión de los atractivos turísticos.

Diseñar de paquetes comerciales orientados a turistas nacionales, internacionales e intermediarios del sector turístico. En estos productos, se establecerán los lugares turísticos de la ciudad y actividades culturales, gastronómicas, que incluyan 2 o 3 noches de duración. Es importante, apoyar la campaña promocional en instituciones vinculadas al sector turístico, además, impulsar continuamente eventos culturales novedosos, para que la ciudad tenga reconcomiendo en el mercado turístico, y a su vez enriquecer la oferta cultural.

- **Estrategia de comunicación e imagen de la ciudad**

- ✓ **Publicidad en redes sociales y guías turísticas:** Diseñar una campaña publicitaria en internet y redes sociales, en la cual se resalten y promocionen los atributos de los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba, incluyendo información e historia de los mismos. De acuerdo con el estudio cuantitativo, la principal fuente de información tanto para turistas nacionales como extranjeros es el internet. Para turistas extranjeros, la segunda fuente de información son las guías turísticas, por ello, es importante pautar en este medio publicitario, específicamente en las europeas, continente de donde proviene la mayoría de los visitantes.

- **Estrategia de fortalecimiento de gestión de turismo**

- ✓ Abrir una oficina con punto de información en el centro histórico, en la cual se explique a los turistas los nuevos productos turísticos.
- ✓ Solicitar a empresas turísticas que incluyan dentro de su página web, enlaces con la información difundida por la Gestión de Turismo del GAD Municipal de Riobamba.
- ✓ Creación de marca turística: souvenirs y artesanías propias de la zona.







- **Estrategia para competir en mercados de crecimiento rápido (nicho de mercado y producto / innovación/ incorporar atributos para atraer turistas)**
  - ✓ Innovación: convocar a autoridades de turismo, prestadores de servicios turísticos, artesanos, para diseñar un plan de trabajo que indica ventajas competitivas para turistas en la ciudad de Riobamba.
- **Estrategia de nicho de mercado**
  - ✓ Diseñar productos turísticos por rango de edades, 39% entre 27 y 37 años, 23% rango 15 a 26 años, 19% de 38 a 48 años, 12% de 49 a 59 años, 6% de 60 a 70 años y el 1% más de 71 años. Es importante considerar, que las personas mayores a 60 años tienen mayor poder adquisitivo.
- **Estrategia para atraer a los no usuarios - Aumentar la disposición de compra**
  - ✓ Demostrar los beneficios del producto turístico.
  - ✓ Desarrollar productos turísticos nuevos, con beneficios que sean atractivos para cierto segmento.

- **Estrategia para conservar /expandir la demanda** ((Guiltinan, Joseph, Gordon Paul, Thomas Madden, , 1998):

**Desarrollar productos complementarios que atraigan a turista:**

- ✓ El desarrollo de los productos se basó en crear una experiencia única para el visitante, que permita forjar vínculos entre el turista y la ciudad.
  - ✓ Tour de Turismo cultural, del total de los encuestados, el 32% indicó que tiene preferencia por ir de vacaciones y feriados a las montañas, el 24% prefiere sol y playa, 22% turismo cultural, el 10% selva, el 9% turismo comunitario, el 2% turismo de salud y el 1% restante turismo de aventura y naturaleza. Es importante considerar, que los turistas nacionales prefieren las montañas y playa, mientras que los turistas extranjeros, tienen favoritismo por las montañas y turismo cultural.
  - ✓ Tour Gastronómico, incluir opciones para vegetarianos.
  - ✓ Tour Nevado Chimborazo, que incluya transporte, (desde el centro de Riobamba, o recorrido por hostales y hoteles).
  - ✓ Tour para visitar comunidades cercanas.
- **Estrategia de líder total en precios.-** actualmente Riobamba es considerada como una ciudad económica, con pocas actividades para realizar, por ello, es importante diseñar productos turísticos innovadores y con identidad (actividades culturales, tour por iglesias y centro histórico), que articulen los atractivos turísticos más significativos de la ciudad y satisfagan las necesidades de turistas nacionales y extranjeros. A su vez, que aumente el tiempo de estadía (de 1 a 2 días) de turistas nacionales y extranjeros.

*5.3.1.7. Gobernanza turística.*

- **Estrategia de gobernanza turística**

Diseñar un plan de políticas y planificación con cooperación y articulación de los involucrados de manera directa e indirecta en la cadena de valor del turismo, empresa pública y privada (Cara Bustos, Velasco González, 2008).

## Cadena de valor

ATRATIVOS TURÍSTICOS		SERVICIOS TURÍSTCIOS		
RECURSOS NATURALES	RECURSOS CULTURALES	Hospedaje	Guianza	Comercio
	RECURSOS HISTÓRICOS	Alimentos y bebidas	Información	Rutas
		Transporte	Recreación	Animación

Fuente: (Ricaurte, 2007)

Elaboración: Fernanda Herrera

- ✓ Mejorar la comunicación entre actores involucrados en el sector turístico.
  - ✓ Programa de información, educación y comunicación para propietarios de servicios turísticos.
  - ✓ Convocar a las autoridades (policías, policías municipales), para diseñar un plan contra la inseguridad. Además, mejorar la iluminación de espacios públicos, tales como: Parque Guayaquil, Plaza Alfaro, Parque 21 de Abril.
  - ✓ Otorgar un espacio para arte (diseños, grafitis) en la ciudad.
- **Estrategia de fortalecimiento de gestión de movilidad, tránsito y transporte.**
  - **Estrategia de fortalecimiento de gestión de servicios municipales**
- ✓ La ciudad posee varias cooperativas de transporte, canalizar los flujos de turistas hacia otros destinos turísticos, en general el 37% de turistas utiliza este transporte, por ello, es importante desarrollar un calendario con horario de buses que llevan a los principales destinos turísticos cercanos a la ciudad de Riobamba, como son: Alausí para realizar la ruta del Tren (Alausí – Nariz del Diablo) y nevado Chimborazo.
  - ✓ Crear rutas para que los turistas puedan recorrer la ciudad en bicicleta y/o viajar al Chimborazo en este medio de transporte.
  - ✓ Fortalecer procesos de planificación y organización.
  - ✓ Promover la apertura de lugares turísticos.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	NOMBRE DEL PROYECTO	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	INDICADOR	META	RESPONSABLE
<b>FORTALECER GOBERNANZA TURÍSTICA</b>	ESTRATEGIA DE GOBERNANZA TURÍSTICA	Capacitación de reglamentos y normas técnicas turísticas vigentes del Ecuador.	Capacitación de normativas y Reglamento General de la ley de Turismo en el Ecuador.	(# de personas capacitadas / # total de empresas de servicios turísticos ) x 100	Capacitar al 80% de los representantes de cada una de las empresas de servicios turísticos registrados en el catastro del GADM Riobamba.	Ministerio de Turismo
		Formación, capacitación y educación de recursos humanos	Capacitación turística a los actores locales, principalmente en: servicio al cliente, manipulación higiénica de alimentos, idiomas, marketing y gerenciamiento. Además, guías profesionales calificados.	Fortalecimiento de capacidades locales con enfoque a la actividad turística	Capacitar al 80% de los representantes de cada una de las empresas de servicios turísticos registrados en el catastro del GADM Riobamba.	Dirección de Turismo
					Integración a estudiantes, como pasantes en empresas y organismos.	Dirección de Turismo
		Emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) para garantizar el uso de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos.	(# de licencias anuales de funcionamientos / # total de empresas registradas en el catastro de servicios turísticos) x 100	100% de las empresas de servicios turísticos registrados en el catastro del GADM Riobamba, tiene licencia de funcionamientos.	Dirección de Turismo	
<b>FORTALECER LA PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN</b>	<b>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN DE LA CIUDAD</b>	Difusión de la oferta turística	Elaboración del portafolio de productos turísticos de la ciudad de Riobamba (líneas de productos y variedades de productos específicos). Priorización y definición de los principales atractivos turísticos de la ciudad.	# de productos turísticos en un periodo vs. # de productos turísticos del año anterior al periodo en medición	Elaboración y creación de 2 productos turísticos.	Dirección de Turismo
<b>PRODUCTO Y MERCADO</b>	<b>ESTRATEGIA PARA COMPETIR EN MERCADOS DE CRECIMIENTO RÁPIDO (NICHOS DE MERCADO Y PRODUCTO / INNOVACIÓN/</b>	Selección de productos turísticos de la ciudad de Riobamba	Difusión de atractivos turísticos y calidad de servicios turísticos.	# de productos turísticos en un periodo vs. # de productos turísticos del año anterior al periodo en medición.	Elaboración y creación de 2 productos turísticos.	

	<b>INCORPORAR ATRIBUTOS PARA ATRAER TURISTAS)</b>		Incremento de gasto promedio, a través de número de estadías en la ciudad de Riobamba de turistas nacionales y extranjeros.	Gasto promedio actual vs. Gasto promedio periodo anterior a la medición.		Dirección de Turismo
		Circuitos Generales	Circuitos Generales: Aumento de los segmentos de mercado especializados. Incrementar la demanda de los viajes a lugares dónde se ofrezca turismo cultural, y a la vez, aumentar la conciencia de los lugares protegidos de la UNESCO y su importancia cultural.	# de turistas que visitan la ciudad de Riobamba vs. # de turistas que visitaron la ciudad de Riobamba en el año anterior al periodo de medición.	2 productos turísticos con: Producción de audio, video - fotografía y servicios comunicacionales. Impacto del 80% de la publicidad realizada, en turistas nacionales y extranjeros.	Dirección de Turismo
<b>FORTALECER LA GESTIÓN DE PATRIMONIO</b>	<b>ESTRATEGIA PARA GESTIÓN DE PATRIMONIO</b>	Plan de regeneración del patrimonio de la ciudad de Riobamba	Plan para regenerar el patrimonio de la ciudad de Riobamba. Plan para rescatar la cultura y tradiciones de la ciudad.	# de atractivos turísticos regenerados vs. # de atractivos turísticos totales	Regeneración del 80% del total de atractivos turísticos.	Dirección de Turismo
<b>FOMENTO DE LA CULTURA, HISTORIA, TRADICIONES, IDENTIDAD RIOBAMBEÑA Y SABERES ANCESTRALES</b>	<b>ESTRATEGIA DE IDENTIDAD RIOBAMBEÑA</b>	Plan de capacitación a niños de 5 a 12 años en cultura e identidad riobambeña.	Potencializar costumbres, tradiciones y educar a niños de escuela de 5 a 12 años.	# de niños de 5 a 12 años que han sido educados en cultura e identidad Riobambeña vs. # total de niños de 5 a 12 años que asisten a las instituciones educativas.	Capacitación al 90% de niños que acuden a las escuelas de la zona urbana de la ciudad de Riobamba.	Dirección de Turismo
		Plan de fortalecimiento y desarrollo del arte y cultura	Fomentar y desarrollar el arte y la cultura mediante la organización de eventos y así fortalecer la economía de la población.	# de habitantes que participan en actividades culturales.	30% de las personas entre 16 a 65 años, participa de las actividades culturales.	Dirección de Turismo

<b>FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN AMBIENTAL</b>	<b>ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA LOCAL DE GESTIÓN AMBIENTAL A TRAVÉS DE PLANIFICACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL</b>	Plan de concientización de cuidado del medio ambiente a prestadores de servicios turísticos	Elementos de sostenibilidad ambiental: Respetar los lineamientos de conservación del Estado ecuatoriano. Programas de recolección de basura.	(# de personas capacitadas / # total de empresas de servicios turísticos ) x 100	80% de prestadores de servicios turísticos, capacitados en cuidado del medio ambiente.	Ministerio de Turismo y Dirección de Turismo
<b>FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE TURISMO</b>	IMPLEMENTACIÓN Facilidades, instalaciones y servicios - calidad	Infraestructura y señalización turística	Implementación de guías turísticos, señalética y folletos turísticos		100% del centro histórico con señalización. 100% de los prestadores de servicios turísticos cuentan con folletos turísticos.	Dirección de Turismo
			Ordenanzas que brinden apoyo al desarrollo del sector turístico de la ciudad de Riobamba			Dirección de Turismo
		Gestión turística	Mejoramiento, readecuación y equipamiento de facilidades turísticas.	# de baterías sanitarias vs. # de baterías sanitarias año anterior a la medición. # de iglesias que cuentan con horario de atención a turistas.	80% del centro histórico cuente con baterías sanitarias, 100% de iglesias estén coordinadas en horarios de atención a turistas.	
	Coordinación Interinstitucional. Gestión con Cámara de Turismo	(# de personas capacitadas / # total de empresas de servicios turísticos ) x 100 # de rutas turísticas creadas y consolidadas, (# de incremento de turistas/# de turistas año anterior a la medición)* 100	Participación activa del 80% de prestadores de servicios turísticos, en procesos de calidad turística y posicionamiento del destino turístico.  Creación y consolidación de 2 rutas turísticas de cultura, para finales del año 2021.	Dirección de Turismo y Cámara de Turismo		

<b>FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE MOVILIDAD, TRÁNSITO Y TRANSPORTE</b>	GESTIÓN DE MOVILIDAD, TRÁNSITO Y TRANSPORTE		Plan para la implementación y mejoramiento de movilidad, transporte y seguridad vial de la ciudad de Riobamba. Cronograma con horarios de cooperativas de transporte.	(# de choferes capacitados / # total choferes registrados ) x 100	80% de las vías con implementación de semáforos. 80% concientización de ley de tránsito a transportistas.	Dirección de Turismo, agentes de tránsito
<b>FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE SERVICIOS MUNICIPALES</b>	OBRAS PUBLICAS		IMPLEMENTACIÓN Y GENERACIÓN DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS MUNICIPALES	(# de mercados regenerados / # de mercados totales de la ciudad de Riobamba) x 100	Para el 2021, mejorar 80% de los servicios municipales como son los mercados.	Dirección de Turismo
			PROCESO DE MEJORAMIENTO DE LA OBRA PUBLICA EN EL CANTON RIOBAMBA	(# de vías en mantenimiento y con mejoras/ # total de vías por mejorar en la ciudad de Riobamba) x 100	Para el 2021, Mantener y Mejorar 90% las vías de la ciudad de Riobamba, disminuyendo el tráfico vehicular producido y otorgar lugares para estacionamiento.	

Fuente: (Vela, 2015)

(Riobamba G. , Plan Operativo Anual Institucional de Inversión , 2016)

(Turismo, PLANDETUR 2020, 2007)

Elaboración: Autor

5.3.2. Cronograma valorado

ESTRATEGIA	OBJETIVO	BENEFICIARIOS	TEMA	CONTENIDO MÍNIMO	METODOLOGÍA	PROGRAMACIÓN ANUAL					PRESUPUESTO
						1	2	3	4	5	TOTAL
Plan de educación patrimonial y cultura.	Fomentar la cultura, historia, tradiciones, identidad riobambeña y saberes ancestrales	4859 estudiantes de 3ero. de Bachillerato	Capacitación de historia, identidad riobambeña y valoración del patrimonio.	1. Saberes ancestrales. 2.Tradiciones e historia de la ciudad. 3. Historia de principales atractivos turísticos.	Técnicas participativas activas.	\$ 290.250,00					\$ 300.250,00
				Cartillas 5.000 * 2 usd		\$ 10.000,00					
	INDICADOR			META		RESPONSABLE					
	# de niños de 7mo. grado y jóvenes de 3ero. de bachillerato, que han sido educados en cultura e identidad Riobambeña vs. # total de niños que asisten a 7mo. grado jóvenes de 3ero. de bachillerato a las instituciones educativas.			Capacitación al 90% de niños que acuden a las escuelas de la zona urbana de la ciudad de Riobamba.		Dirección de Turismo					

ESTRATEGIA	OBJETIVO	BENEFICIARIOS	TEMA	CONTENIDO MÍNIMO	METODOLOGÍA	PROGRAMACIÓN ANUAL					PRESUPUESTO
						1	2	3	4	5	TOTAL
Capacitación a prestadores de servicios turísticos	Capacitar a actores clave del sector turístico	458 Prestadores de servicios turístico, (Riobamba D. d., 2017)	Capacitación de normativas y Reglamento General de la ley de Turismo en el Ecuador.	1. Reglamento general de la Ley de Turismo en el Ecuador. 2. Aplicación de la legislación turística. 3. Control a establecimientos turísticos.	Modelo experiencial y técnicas activas para educación de adultos. Tres fases: 1. Experiencia concreta, 2. Teoría (análisis de nueva información), 3. Aplicación práctica.	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00			\$ 30.000,00
				Cartillas 500*5 usd		\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00			\$ 7.500,00
		1200 Prestadores de servicios turístico	Capacitación en: servicio al cliente	1. Calidad de una buena atención al turista. 2. Qué es la buena atención. 3. Actitud de servicio. 4. El papel del recurso humano. 5. Expresión personal e inteligencia emocional. 6. Manejo de quejas y reclamos.	Técnicas participativas activas.	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00				\$ 28.800,00
				Cartillas 1500*3 usd		\$ 4.500,00	\$ 4.500,00				\$ 9.000,00
		664 Representantes de servicios turísticos	manipulación higiénica de alimentos	1. Responsabilidad en el cuidado de la salud y prevención de enfermedades. 2. Buenas prácticas de la manipulación de alimentos. 3. Normas sobre manipulación de alimentos.	Técnicas participativas activas.				\$ 4.140,00	\$ 4.140,00	\$ 8.280,00
				Cartillas 700*3 usd					\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 4.200,00
		<b>TOTAL</b>									

		<b>BENEFICIARIOS</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>META</b>	<b>RESPONSABLE</b>
		458 Prestadores de servicios turístico (47 establecimientos de alojamiento, 285 establecimientos de alimentos y bebidas, 28 agencias de viajes, 1 balneario turístico, 93 bares, discotecas y peñas, 1 centro de turismo comunitario y 3 empresas de transporte turístico), (Riobamba D. d., 2017)	(# de personas capacitadas / # total de empresas de servicios turísticos ) x 100	Capacitar al 80% de los representantes de cada una de las empresas de servicios turísticos registrados en el catastro del GADM Riobamba.	Ministerio de Turismo
		1200 Prestadores de servicios turístico	(# de personas capacitadas / # total de empresas de servicios turísticos ) x 100	Capacitar al 80% de los representantes de cada una de las empresas de servicios turísticos registrados en el catastro del GADM Riobamba.	Ministerio de Turismo
		664 Representantes de servicios turísticos	(# de personas capacitadas / # total de empresas de servicios turísticos ) x 100	Capacitar al 80% de los representantes de cada una de las empresas de servicios turísticos registrados en el catastro del GADM Riobamba.	Ministerio de Turismo

ESTRATEGIA	OBJETIVO	BENEFICIARIOS	TEMA	PROGRAMACIÓN ANUAL					PRESUPUESTO	
				1	2	3	4	5	TOTAL	
Programas de mejoramiento de instalaciones y facilidades turísticas.	Mejorar la infraestructura de baterías sanitarias	Turistas nacionales y extranjeros, ciudadanía Riobamba	Facilidades turísticas: Baterías sanitarias	\$ 50.000,00					\$ 50.000,00	
			Implementación de señalética e informativos.	\$ 30.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 10.000,00	\$ 100.000,00	
			Elaboración y entrega de mapas de la ciudad y material informativo adecuado en español e inglés, 100.000 trípticos.	\$ 12.600,00	\$ 12.600,00	\$ 12.600,00	\$ 12.600,00	\$ 12.600,00	\$ 63.000,00	
	INDICADOR			META		RESPONSABLE				
	# de facilidades turísticas que han sido implementadas hasta el año 2021, vs. # de facilidades turísticas existente en el periodo anterior a la medición			100% del Centro histórico, iglesias de la ciudad de Riobamba, deben tener facilidades turísticas, señalética e informativos.		Dirección de Turismo				
	# de señalética e informativos que han sido implementadas hasta el año 2021, vs. # de señalética e informativos existente en el periodo anterior a la medición					Dirección de Turismo				
	# entrega de mapas de la ciudad y material informativo adecuado en español e inglés vs. # total de trípticos realizados			Capacitación al 90% de niños que acuden a las escuelas de la zona urbana de la ciudad de Riobamba.		Dirección de Turismo				

<b>Conservación y salvaguardia del patrimonio cultural.</b>			Mejorar la capacidad de infraestructura para la conservación del patrimonio.	\$ 125.892,88	\$ 125.892,88	\$ 125.892,88	\$ 125.892,88	\$ 125.892,88	\$ 629.464,40
<b>Revitalización cultural</b>									
<b>Promoción y difusión de los atractivos turísticos.</b>			Gestión y promoción turística	\$ 35.640,00	\$ 35.640,00	\$ 35.640,00	\$ 35.640,00	\$ 35.640,00	\$ 178.200,00
<b>Gobernanza Turística</b>			Planificar y fortalecer el servicio de movilidad, tránsito y transporte.	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 250.000,00	\$ 450.000,00
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>									<b>\$ 1.858.694.40</b>

Elaboración: Autor

## CONCLUSIONES

1. Riobamba es una ciudad de fácil acceso y económica, se encuentra ubicada en el centro del país, posee un atractivo centro histórico, y varios lugares cercanos para visitar, tales como: Nevado Chimborazo, Laguna de Colta, dónde se fundó originalmente Quito, y la iglesia más antigua del Ecuador – Balbanera, debido a la falta de conocimiento y valoración del patrimonio, escasa coordinación entre entes involucrados en el desarrollo turístico, falta de facilidades turísticas, descuido de bienes patrimoniales y centro histórico, escaso desarrollo de paquetes turísticos, falta de información, se ha convertido en una ciudad de paso, es decir, la mayoría de turistas se quedan un día en la ciudad, y alrededor del 80% son turistas nacionales.

A pesar que, la ciudad de Riobamba cuenta con un inventario de 35 atractivos turísticos de manifestaciones culturales, históricas, religiosas, de los cuales 20 son de jerarquía III, actualmente no existen productos turísticos consolidados. De acuerdo al catastro 2016 de la Dirección de Turismo del GAD Riobamba, existen 284 proveedores turísticos de alimentos y bebidas, 46 de alojamiento, 1 centro de turismo comunitario, 93 de entretenimiento. 28 agencias de viajes, 1 termas y balnearios. Sin embargo, no existe compromiso de participación activa para generar desarrollo local y económico.

2. Alrededor del 80% de turistas que visitan la ciudad de Riobamba, son turistas nacionales, por ello es trascendental, consolidar y generar productos turísticos que contribuyan a la visita de turistas extranjeros, y a garantizar que Riobamba no sea sólo una ciudad de paso. Organizar y coordinar con los encargados de atractivos turísticos horarios de visita y restricciones. Las estrategias se enfocan en: Comunicación e imagen de la ciudad, identidad riobambeña, fortalecimiento de la gestión de turismo, competir en nuevos nichos de mercado, gobernanza turística, gestión de patrimonio, gestión movilidad, tránsito y transporte, y servicios municipales.

La Reserva de producción de fauna Chimborazo y el Ferrocarril, son las principales actividades turísticas que impulsan servicios en la ciudad. Con relación al Ferrocarril, dentro de la provincia de Chimborazo, la principal es la ruta a la nariz del diablo, la cual únicamente sale desde el cantón Alausí. Propiamente en la ciudad de Riobamba, existe la siguiente opción de ruta: Tren del Hielo I (Riobamba – Urbina – La Moya – Riobamba). Es importante para la ciudad gestionar y retomar la ruta Riobamba – Nariz del Diablo.

3. Actualmente, el impacto del turismo en los ámbitos económico y cultural, es mínimo. En lo referente al ámbito económico, del total de turistas extranjeros que llegaron al país en el año

2016, únicamente el 1.04% visitaron la ciudad de Riobamba, en la mayoría tuvieron un gasto promedio diario de 40 a 60 dólares americanos y un tiempo de estadía de uno a dos días. A pesar que el Ministerio de Turismo, la Dirección de Turismo del GADM de Riobamba y el Concejo Provincial de Chimborazo, realizan inversiones turísticas la contribución a mejorar la economía local e impulsar servicios turísticos ha sido baja.

Con respecto al impacto del turismo en el ámbito social y cultural, existe desinformación y desconocimiento, la ciudadanía entre 20 a 34 años tiene un conocimiento del 45% de las actividades culturales, y apenas un 36% participa de las fiestas o eventos. Los encuestados entre 35 a 40 años tiene conocimiento de 52% de las actividades culturales, con un 57% participa de las fiestas o eventos, mientras que los habitantes entre 50 a 64 años tiene un conocimiento de 59% de las actividades culturales, con un 63% participa de las fiestas o eventos.

## RECOMENDACIONES

1. Generar incentivos que contribuyan a la asociatividad y fortalecimiento de vínculos entre las instituciones públicas encargadas del sector turístico, y el sector privado. Mejorar la infraestructura de bienes patrimoniales, centro histórico y facilidades turísticas tales como: baterías sanitarias, informativos.

2. Realizar esfuerzos en mercadeo y promoción en redes sociales e internet. Orientar la publicidad a mercados internacionales, captar mercado de jubilados, actualmente el porcentaje de extranjeros que visitan la ciudad, en su mayoría se encuentra entre 27 y 37 años, y en mejor porcentaje entre 60 y 71 años.

Desarrollar anualmente estudios cualitativo y cuantitativo, para monitorear cambios en el comportamiento del consumidor y mercados, y a través de esta información plantear estrategias para captar turistas nacionales y extranjeros por nicho de mercado. Las estrategias a implementar son el resultado del análisis FODA, factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, a pesar de ser expuestas por cada función, es importantes realizarlas en conjunto para mejorar el resultado de las acciones a seguir.

3. La actividad turística, requiere responsabilidad compartida y planificación integral a corto, mediano y largo plazo, que involucre a la ciudadanía, instituciones públicas y privadas, en los ámbitos social, económico y cultural, por ello, es importante, comenzar con un proceso de sensibilización y acciones para que progresivamente se encaminen hacia un turismo sustentable.

## BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Constituyente del Ecuador. (2008). Recuperado el 2016
- Bertoncello, R. (2002). *Turismo, territorio, otras prácticas, otras miradas*. Obtenido de [www.nulan.mdp.edu.ar](http://www.nulan.mdp.edu.ar)
- Berumen, S. (2006). *Competitividad y desarrollo local*. Madrid, España: ESIC Editoria.
- Biblioteca Salvat. (1995). *El desarrollo Económico*. Barcelona: Salvat.
- Cajas, C., & Tierra, P. (2008). *Modificación ficha para el inventario de Atractivos Turísticos del Ecuador*. Ecuador: Indulibros S.A.
- Calderón, M. (2012). *Plan de marketing para el producto turístico, el centro histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Recuperado el 2017
- Calvente, A. (2007). *El concepto moderno de sustentabilidad*. Recuperado el 11 de noviembre de 2016, de Universidad Abierta Interamericana: <http://www.sustentabilidad.uai.edu.ar>
- Camino R., Muller, S. (1994). *Agricultura, recursos naturales y desarrollo sostenible apuntes para el marco conceptual. La definición de sostenibilidad, las variables principales y base para establecer indicadores*.
- Campoamor, J. (2017). *Los 6 países latinoamericanos que están entre los más competitivos del mundo en turismo* . Recuperado el 25 de Agosto de 2017, de BBC Mundo: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-39555347>
- Cañaveral, P. (2007). *Ecoturismo en las reservas de la biosfera*. Granada: Universidad de Granada.
- Canoves , G., Villarino, M., & Herrera , L. (2006). *Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio*. *Boletín AGE*, 199-217.
- Cara Bustos, Velasco González. (2008). Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/42644/Documento\\_completo\\_\\_\\_pdf?sequence=3](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/42644/Documento_completo___pdf?sequence=3)
- Carrillo, B. P. (2000). *Desarrollo Local: Manual de uso*. Madrid, España: ESIC Editorial – FAMP.
- Castillo, P. (2011). *Política Económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible*. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, Volumen III.
- Chimborazo, T. y. (s.f.). *En el Bicentenario de la Traslación y Asentamiento de la Nueva Riobamba*. Edición noviembre 1999. .
- Colecciones, E. (s.f.). *“La elaboración de un plan estratégico”*. Recuperado el 1 de diciembre de 2016, de Altair Consultores: [http://www.altair-consultores.com/images/stories/publicaciones/LIBRO\\_PLAN ESTRATEGICO.pdf](http://www.altair-consultores.com/images/stories/publicaciones/LIBRO_PLAN ESTRATEGICO.pdf)

- Comercio, E. (18 de junio de 2016). El turismo extranjero hacia el país se estancó desde el 2015.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile. (2015). *Guía Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable*. Recuperado el 16 de noviembre de 2016, de <http://www.cultura.gob.cl>
- Consortio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE. (2011).
- Council, W. T. (2016). Obtenido de World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism. Economic Impact 2016 World: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>
- Crosby, A. (2014). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. . Forum Natura.
- De la Torre, O. (1992). *El turismo: Fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Diario La Prensa. (2014). Emprendimientos patrimoniales en Riobamba. pág. <http://www.laprensa.com.ec>.
- Diario La Prensa. (2014). Personajes gremiales año 2013. *Riobamba tiene que ser muy grande*. , pág. <http://www.laprensa.com.ec>.
- Dillon, J. (2016). *El turismo comunitario como una alternativa de la dinamización de la economía popular y solidaria*. Recuperado el 2017, de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5124/1/T2041-MGD-Dillon-El%20turismo.p>
- Dirección de Gestión de Turismo – Municipio Riobamba. (2016). *Atractivos turísticos*. Riobamba.
- Dirección de Gestión de Turismo – Municipio Riobamba. (2017). *Catastro Turístico*. Riobamba.
- ECUAVISA. (22 de mayo de 2017). Presidente electo heredará un Ecuador con turbulencias políticas y económicas.
- EKOS. (2017). Unidad de investigación económica y de mercado. *EKOS*.
- Erik F., Bravo P. (s.f.). *PLAN DE NEGOCIO DE TURISMO AVENTURA EN LA COMUNA DE PICHILEMU: "Pichilemu Aventura"*. . Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142778/Plan-de-negocio-de-turismo-aventura-en-la-comuna-de-Pichilemu-Pichilemu-Aventura.pdf?se>
- Expreso, D. (28 de noviembre de 2017). Listado de ministros y ministerios de Ecuador.
- Fernández, F. (2007). *El turismo sostenible en el Medio Rural: territorio y nuevos empleos*. Barcelona, España: Fundación Universitaria ESERP.

- Francisco, D. G. (2016). *El turismo comunitario como una alternativa de la dinamización de la economía popular y solidaria*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5124/1/T2041-MGD-Dillon-El%20turismo.p>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. (2016). *Plan Operativo Anual Institucional de Inversión* .
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. (2017). *Plan Anual Institucional*. Obtenido de [http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2017/mayo/PlanOperativoAnual\\_mayo\\_%202017.pdf](http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2017/mayo/PlanOperativoAnual_mayo_%202017.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. (2016). *Reporte Patrimonio*. Riobamba.
- Grullón, M. (2010). *Sostenibilidad ecológica y comercio internacional*. Recuperado el 2 de mayo de 2017, de <http://www.alainet.org/es/active/39201>
- Guiltinan, J., Gordon P., Thomas M. (1998). *Gerencia de Marketing Estrategias y programas*. Colombia: Mc Graw Hil.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2015). *Metodología de la investigación 5ta Edición*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, S. (2012). *Planeación estratégica orientada a resultados. Módulo 3, Formulación de la estrategia. Tecnológico de Monterrey* .
- Hunter C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 850-867.
- Instituto Costarricense de Turismo, (ICT). (1987). Costa Rica.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Censo de Población y Vivienda* . Recuperado el 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010-2020). *Proyección población ecuatoriana, por años calendario, según cantones*. Recuperado el 2016, de [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)
- J Xercavins, D Cayuela, G Cervantes, A Sabater. (2005). *Desarrollo sostenible*. Barcelona, España. 80 - 82.
- Lanquar, R. (1978). *Turismo Internacional*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Huemul S.A.
- López Guzman, T., & Sánchez Cañizares, S. (2009). Turismo Comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. *Revesco*, 85-103.
- Macedo, B. (2005). *El concepto de sostenibilidad. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Oficina Regional de Educación para América Latina y El Caribe* . Santiago: UNESCO.

- Madrid, E. (2016). *Secretario de Turismo de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/el-turismo-es-la-gran-oportunidad-para-mexico-enrique-de-la-madrid>
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. . . México: Pearson Prentice Hall, Cuarta edición.
- Milla, D. M. (2012). *La elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral*. Madrid, España.: Ediciones Díaz Santos S.A.
- Ministerio del Ambiente, E. U. (2000). Quito: Ministerio del Ambiente, . Ecociencia, UICN.
- Ministerio de Turismo. (2007). *PLANDETUR 2020*.
- Ministerio de Turismo. (2011 - 2015). *Boletín de estadísticas turísticas* . Recuperado el 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2011 - 2015). *Boletín Estadísticas Turísticas*. Recuperado el 2017, de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2014 - 2017). *Programa Nacional Destinos Turísticos de Excelencia* . Recuperado el 2017, de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/programa\\_excelencia\\_institucional.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/programa_excelencia_institucional.pdf)
- Ministerio de Turismo (2015 - 2016). *Boletín Mensual*. Recuperado el 2017, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>
- Ministerio de Turismo (2016). *Boletín de estadísticas turísticas* . Recuperado el 2017
- Molina, A. (2015). *PLAN DE DIFUSIÓN PARA LA RUTA EDUCATIVA PATRIMONIAL*. Recuperado el 2017, de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/770/1/UNACH-EC-IG.TUR-2015-0026.pdf>.
- More, E. (2014). *Sistemas económicos y modelo de economía moderna*. Colombia: Editorial Universidad Autónoma de Colombia. Primera edición.
- Murphy P. (1985). *Tourism: A community approach*. Londres: Methuen.
- N Morére, S. P. (2013). *Turismo cultural, patrimonio, museos y empleabilidad*. . Madrid, España: Fundación EOI.
- Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *UNESCO*. Recuperado el 1 de diciembre de 2016, de <http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2012). *UNWTO. Panorama OMT del turismo internacional*. Obtenido de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414680>

- Organización Mundial de Turismo. (2012). (*OMT, 2012*) <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414680>. *Organización Mundial del Turismo UNWTO. Panorama OMT del turismo internacional*.
- Organización Mundial de Turismo. (2012). *Organización Mundial de Turismo UNWTO*. Recuperado el 2016, de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414680>
- Organización Mundial de Turismo. (2016). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 2017, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>.
- Organización Mundial de Turismo. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado el 2017
- Ossorio, A. (2003). *Planteamiento estratégico. Dirección de Planeamiento y Reingeniería Organizacional*. Quinta Edición.
- Parra, L. (1992). *Elementos para una teoría formal del sistema social*. Madrid: Editorial Complutense. Segunda Edición.
- Pastor, M. (2003). *El patrimonio cultural como opción turística*. España: Universidad de Alicante.
- Pérez, J. (2014). *Un nuevo Indicador para medir el desarrollo*. Zaragoza: Universidad Zaragoza.
- Pirages, D. (1977). *The Sustainable society: implications for limited growth*. Editorial: Nueva York, Praeger. Estados Unidos.
- Porter, M. (1979). "*How Competitive Forces Shape Strategy*". *Harvard Business Review* 57, número 2.
- Quesada, R. (2005). *Elementos del turismo*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Rica, U. d. (2013). *Guía metodológica para el proceso de plan estratégico. Guía metodológica para el proceso de plan estratégico*.
- Ricaurte, C. (2007). *Marketing Turístico*. Riobamba, Ecuador: Facultad de Recursos Naturales Escuela de Ecoturismo ESPOCH.
- Rubio Sarmiento, T. (2013). *Producción y Consumo Sostenibles*. La Habana- Cuba: Científico-Técnica, La Habana.
- Rúiz, E., & Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador, desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abaya- Yala.
- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Del Campo. (2008). *Turismo Comunitario en Ecuador. Turismo y Patrimonio Cultural*, 399-418.
- Sabino, C. (2004). *Desarrollo y calidad de vida*. Recuperado el 25 de julio de 2016, de <http://www.hacer.org>
- Sainz, J. (2003). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid, España. : Editorial ESIC.

- Sánchez, J., & Ramírez, B. (2008). El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México. *Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 1-15.
- Sancho A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Segura, G. (2003). *Plan de Acción Gubernamental para mejorar la Competitividad del Conglomerado de Turismo*.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES. Ecuador. (2013). Recuperado el 2016
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES. (2013). *Agenda Zonal 3 – Centro, Provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza*. Recuperado el 2016, de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-3.pdf>
- Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador - SIISE. (2012). Recuperado el 2016, de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>
- Sunkel, P. (1999). *El sub desarrollo Latino Americano y la teoría del desarrollo*. La Paz: Siglo XXI.
- Telegrafo. (12 de septiembre de 2017). A Lenin Moreno deben dejarlo gobernar .
- Telégrafo, D. E. (29 de julio de 2017). *En Riobamba 132 puntos ofrecen servicio gratuito de internet*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-centro/1/en-riobamba-132-puntos-ofrecen-servicio-gratuito-de-internet>
- Telégrafo, D. E. (s.f.). A Lenin Moreno deben dejarlo gobernar.
- Tierra, P., Fierro, G., & Piray, M. (2008). *Diseño de rutas temáticas para el desarrollo turístico de la provincia Bolívar*. Guaranda.
- Unidad de Gestión Turística Municipal. (2002). *Guía Práctica para el turista Riobamba*. Riobamba: Edipcentro.
- Universo, D. E. (2016). Presupuesto para promoción del turismo en Ecuador bajará este año.
- Uribe, C. (2004). *Desarrollo social y bienestar Universitas Humanística*. Recuperado el 25 de julio de 2016, de Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia: <http://www.redalyc.org>
- Vásquez, A. (2007). *Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial*. Madrid, España: Asociación española de Ciencia Regional. .
- Vela, G. (2015). Obtenido de <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/4250/1/23T0479%20.pdf>
- (s.f.). Obtenido de <https://www.goraymi.com/item/parque-ricpamba-0b5977053e>

## ANEXOS

### Anexo A. Resumen atractivos turísticos del cantón Riobamba

#	Cantón	Parroquia	X	Y	Z	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	JERARQUÍA
1	Riobamba	Lizarzaburu	760083	9815574	2754	Parque el paseo del Puruhá	Manifestación cultural	Históricas	Ciudades, sectores	II
2	Riobamba	Lizarzaburu	760302	9815359	2754	Casa Calero	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	II
3	Riobamba	Lizarzaburu	760468	9815612	2754	Parque Guayaquil	Manifestación cultural	Históricas	Ciudades, sectores	II
4	Riobamba	Lizarzaburu	760359	9815605	2754	Estadio Olímpico de la Federación Deportiva de Chimborazo	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	II
5	Riobamba	Lizarzaburu	760750	9815408	2754	Monumental plaza de toros Raúl Dávalos	Manifestación cultural	Acontecimientos programados	Fiestas	II
6	Riobamba	Velasco	761084	9815666	2754	Parque 21 de abril	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	III
7	Riobamba	Velasco	761173	9815651	2754	Iglesia san Antonio de Padua	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura religiosa	II
8	Riobamba	Lizarzaburu	761071	9815276	2754	Estación del ferrocarril	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura civil	III
9	Riobamba	Velasco	761211	9815287	2754	Casa Bolívar	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura civil	II
10	Riobamba	Velasco	761410	9815055	2754	Parque Antonio José de Sucre	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	III
11	Riobamba	Velasco	761441	9815091	2754	Colegio Pedro Vicente Maldonado	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	III

12	Riobamba	Velasco	761392	9815106	2754	Teatro León	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura civil	II
13	Riobamba	Velasco	761448	9815175	2754	Reloj de Lara	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura civil	II
14	Riobamba	Velasco	761590	9815142	2754	Plaza roja de la Concepción	Manifestación cultural	Etnografía	Ferias y mercados	III
15	Riobamba	Velasco	761630	9815146	2754	Iglesia de la Concepción	Manifestación cultural	Históricas	Religiosos coloniales	III
16	Riobamba	Velasco	761622	9815247	2754	Museo de arte religioso del convento de la Concepción	Sitio natural	Históricas	Museos religiosos	III
17	Riobamba	Maldonado	761804	9815104	2754	Iglesia de San Alfonso	Manifestación cultural	Históricas	Religiosos coloniales	II
18	Riobamba	Maldonado	761682	9814990	2754	Iglesia la catedral	Manifestaciones culturales	Históricas	Religiosos coloniales	III
19	Riobamba	Maldonado	761650	9814958	2754	Parque Pedro Vicente Maldonado	Manifestaciones culturales	Históricas	Zonas históricas	III
20	Riobamba	Velasco	761594	9814966	2754	Edificio del servicio de rentas internas	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
21	Riobamba	Maldonado	761691	9814933	2754	Palacio Municipal	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
22	Riobamba	Maldonado	761668	9814893	2754	Edificio de la Gobernación	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
23	Riobamba	Veloz	761632	9814907	2754	Casa de la Independencia	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	II
24	Riobamba	Veloz	761610	9814926	2754	Casa museo de la ciudad	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	III
25	Riobamba	Maldonado	761843	9814853	2754	Capilla del sacrilegio	Manifestaciones culturales	Históricas	Religiosos coloniales	III
26	Riobamba	Maldonado	761920	9814792	2754	Iglesia de la Basílica – Sagrado Corazón De Jesús	Iglesia de la basílica – sagrado corazón de Jesús	Históricas	Religiosos coloniales	III
27	Riobamba	Maldonado	761891	9814751	2754	Parque la Libertad	Manifestación cultural	Históricas	Ciudades sectores	III

28	Riobamba	Maldonado	761794	9814785	2754	Iglesia de San Francisco	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura religiosa	III
29	Riobamba	Veloz	761564	9814911	2754	Edificio ex oficinas EFE "Casa Vélez Merino"	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura civil	II
30	Riobamba	Veloz	761547	9814886	2754	Edificio correos del Ecuador	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura civil	III
31	Riobamba	Veloz	761487	9814812	2754	Iglesia de la Merced	Manifestación cultural	Históricas	Religiosos coloniales	II
32	Riobamba	Veloz	761447	9814848	2754	Mercado Mariano Borja (la Merced)	Manifestación cultural	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	III
33	Riobamba	Maldonado	762456	9814944	2754	Barrio Bellavista	Manifestación cultural	Históricas	Zonas históricas	II
34	Riobamba	Veloz	761382	9813210	2754	Parque lineal Chibunga	Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centro de observación de flora, fauna y ornitología	II
35	Riobamba	Lizarzaburu	758234	9815580	2754	Parque Ricpamba	Manifestación cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Centro de observación de flora, fauna y ornitología	III

Fuente: Dirección de Turismo GADM Riobamba. Realizado por: Xavier Andrade

## Anexo 2. Cuestionario turistas nacionales

### CUESTIONARIO

Estimado turista el siguiente cuestionario permitirá identificar características y preferencias de los visitantes de la ciudad de Riobamba, para la elaboración de una tesis de grado, con el objetivo de diseñar un Plan Estratégico.

**1. Genero:**

1.1 Femenino \_\_\_\_\_ 1.2 Masculino \_\_\_\_\_

**2. Procedencia:** \_\_\_\_\_

**3. Rango de edad:**

- 3.1. 15-26 \_\_\_\_\_
- 3.2. 27-37 \_\_\_\_\_
- 3.3. 38-48 \_\_\_\_\_
- 3.4. 49-59 \_\_\_\_\_
- 3.5. 60-70 \_\_\_\_\_
- 3.6. Más de 71 \_\_\_\_\_

**4. Ocupación**

4.1 Profesional \_\_\_\_\_ 4.2 Estudiante \_\_\_\_\_ 4.3  
Otro \_\_\_\_\_

**5. ¿Cuál es su preferencia al momento de elegir el destino turístico para sus vacaciones y feriados? Favor, marque una opción.**

- 5.1. Sol y playa \_\_\_\_\_
- 5.2. Montañas \_\_\_\_\_
- 5.3. Selva \_\_\_\_\_
- 5.4. Turismo de salud \_\_\_\_\_
- 5.5. Turismo cultural \_\_\_\_\_
- 5.6. Comunidades indígenas \_\_\_\_\_

**6. ¿Conocía de la existencia de los sitios turísticos de la ciudad de Riobamba?**

6.1 Sí \_\_\_\_\_ 6.2 No \_\_\_\_\_

¿Cuales? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**7. ¿Qué actividades son de su preferencia, para realizar en la Ciudad de Riobamba? Favor, señale 3 opciones.**

- 7.1. Recorrido en tren \_\_\_\_\_
- 7.2. Visitar iglesias \_\_\_\_\_
- 7.3. Visitar museos \_\_\_\_\_

- 7.4. Excursión al volcán Chimborazo \_\_\_\_\_
- 7.5. Visitar comunidades \_\_\_\_\_
- 7.6. Visitar los mercados \_\_\_\_\_
- 7.7. Compra de productos y artesanías de la zona \_\_\_\_\_

**8. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó en la Ciudad de Riobamba? Favor, marque una opción.**

- 8.1 Hostería \_\_\_\_\_
- 8.2 Hotel \_\_\_\_\_
- 8.3 Hostal \_\_\_\_\_
- 8.4 Alojamientos comunitarios \_\_\_\_\_
- 8.5 Ninguno \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué tipo de alimentación es de su preferencia en la Ciudad de Riobamba? Favor, marque una opción.**

- 9.1. Comida típica ecuatoriana \_\_\_\_\_
- 9.2. Comida Internacional \_\_\_\_\_
- 9.3. Comida Vegetariana \_\_\_\_\_

**10. ¿Qué tipo de guía es de su preferencia al momento de visitar la Ciudad de Riobamba? Favor, marque una opción.**

- 10.1. Guía nativo o nacional certificado \_\_\_\_\_
- 10.2. No requiere \_\_\_\_\_

**11. ¿Qué tipo de transporte usted utilizó en la Ciudad de Riobamba? Marque dos opciones.**

- 11.1 Cooperativas \_\_\_\_\_
- 11.2 Propio \_\_\_\_\_
- 11.3 Furgonetas compartidas \_\_\_\_\_
- 11.4 Taxi \_\_\_\_\_
- 11.5 Otro (favor especificar) \_\_\_\_\_

**12. ¿Cómo prefiere usted viajar? Marque una opción.**

- 12.1. Solo \_\_\_\_\_
- 12.2. Amigos \_\_\_\_\_
- 12.3. Familia \_\_\_\_\_
- 12.4. Grupos organizados \_\_\_\_\_

**13. ¿Con cuántas personas generalmente viaja usted? Marque una opción.**

- 13.1 De 1 a 2 \_\_\_\_\_
- 13.2 De 3 a 4 \_\_\_\_\_
- 13.3 Más de 4 \_\_\_\_\_

**14. ¿Qué tiempo de estadía en días usted tendrá en la ciudad de Riobamba? Marque una opción.**

- 14.1 De 1 a 2 \_\_\_\_\_
- 14.2 De 3 a 4 \_\_\_\_\_
- 14.3 Más de 4 \_\_\_\_\_

**15. ¿Cuál es su gasto diario promedio cuando hace turismo? Marque una opción.**

- 15.1 De 40 a 60 \_\_\_\_\_
- 15.2 De 61 a 70 \_\_\_\_\_

15.3 Más de 70 \_\_\_\_\_

**16. ¿En qué meses del año usted prefiere viajar? Marque una opción.**

16.1. Enero – Abril \_\_\_\_\_

16.2. Mayo – Agosto \_\_\_\_\_

16.3. Septiembre – Diciembre \_\_\_\_\_

**17. ¿Cuál es su principal fuente de información turística?**

17.1. Radio \_\_\_\_\_

17.2. Televisión \_\_\_\_\_

17.3. Internet \_\_\_\_\_

17.4. Guías turísticas \_\_\_\_\_

17.5. Familiares \_\_\_\_\_

17.6. Amigos \_\_\_\_\_

17.7. Agencia de viajes \_\_\_\_\_

17.8. Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**18. Favor, indique ¿Qué aspectos encuentra a favor del turismo en la ciudad de Riobamba?**

18.1 \_\_\_\_\_

18.2 \_\_\_\_\_

18.3 \_\_\_\_\_

**19. Favor, indique ¿Qué aspectos encuentra perjudicial al turismo en la ciudad de Riobamba?**

19.1 \_\_\_\_\_

19.2 \_\_\_\_\_

19.3 \_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

### Anexo 3. Cuestionario turistas extranjeros

#### SURVEY

Dear tourist,

The following survey will allow us to identify needs and preferences of those who visit the city of Riobamba. The information we obtain will be used as part of a graduate thesis project, with the end goal of designing a strategic plan to improve tourism in Riobamba.

**1. Sex:**

1.1 Female \_\_\_\_\_ 1.2 Male \_\_\_\_\_

**2. Country of origin:** \_\_\_\_\_

**3. Age:**

3.1. 15-26 \_\_\_\_\_

3.2. 27-37 \_\_\_\_\_

3.3. 38-48 \_\_\_\_\_

3.4. 49-59 \_\_\_\_\_

3.5. 60-70 \_\_\_\_\_

3.6. 71+ \_\_\_\_\_

**4. Occupation**

4.1 Business professional \_\_\_\_\_

4.2 Student \_\_\_\_\_

4.3

Other \_\_\_\_\_

**5. What type of location do you prefer when choosing your vacation/holiday destination? Please select ONE.**

5.1. Beaches and sunny spots \_\_\_\_\_

5.2. Mountains \_\_\_\_\_

5.3. Jungle \_\_\_\_\_

5.4. Health tourism \_\_\_\_\_

5.5. Cultural tourism \_\_\_\_\_

5.6. Indigenous communities \_\_\_\_\_

5.7. Other \_\_\_\_\_

**6. Did you know about Riobamba's tourist attractions prior to visiting?**

6.1 Yes \_\_\_\_\_

6.2 No \_\_\_\_\_

Which ones? \_\_\_\_\_

**7. Which activities would you like to participate in during your time in the Riobamba? Please select up to THREE.**

- 7.1. Train ride \_\_\_\_\_
- 7.2. Visit churches \_\_\_\_\_
- 7.3. Visit museums \_\_\_\_\_
- 7.4. Excursion to the Chimborazo volcano \_\_\_\_\_
- 7.5. Visit communities \_\_\_\_\_
- 7.6. Visit markets \_\_\_\_\_
- 7.7. Shop for local handicrafts and other products \_\_\_\_\_
- 7.8. Other (please specify) \_\_\_\_\_

**8. What type of lodging do you stay at in Riobamba? Please select ONE.**

- 8.1 Inn \_\_\_\_\_
- 8.2 Hotel \_\_\_\_\_
- 8.3 Hostel \_\_\_\_\_
- 8.4 Rural refuge/inn (i.e. in an indigenous community) \_\_\_\_\_
- 8.5 None of the above \_\_\_\_\_

**9. What type of food do you prefer to eat in Riobamba? Please select ONE.**

- 9.1. Traditional Ecuadoran food \_\_\_\_\_
- 9.2. International food \_\_\_\_\_
- 9.3. Vegetarian food \_\_\_\_\_
- 9.4. Other (please specify)-----

**10. What type of guide services do you prefer when visiting Riobamba? Please select ONE.**

- 10.1. Certified guide from Ecuador \_\_\_\_\_
- 10.2. I don't need a guide. \_\_\_\_\_
- 10.3. Other (please specify) \_\_\_\_\_

**11. What type of transportation do you use in Riobamba? Select up to TWO.**

- 11.1 Bus \_\_\_\_\_
- 11.2 Personal vehicle \_\_\_\_\_
- 11.3 Shared truck \_\_\_\_\_
- 11.4 Taxi \_\_\_\_\_
- 11.5 Other (please specify) \_\_\_\_\_

**12. With whom do you prefer to travel? Select ONE.**

- 12.1. Alone \_\_\_\_\_
- 12.2. Friends \_\_\_\_\_
- 12.3. Family \_\_\_\_\_
- 12.4. Organized group \_\_\_\_\_
- 12.5. Other (please specify) \_\_\_\_\_

**13. How many people do you typically travel with? Select ONE.**

- 13.1 1 to 2 \_\_\_\_\_
- 13.2 3 to 4 \_\_\_\_\_
- 13.3 More than 4 \_\_\_\_\_
- 13.4 None, I travel alone. \_\_\_\_\_

**14. How many days will you have spent in Riobamba by the end of your trip?**

**Select ONE.**

- 14.1 1 to 2 \_\_\_\_\_ 14.2 3 to 4 \_\_\_\_\_  
14.3 More than 4 \_\_\_\_\_

**15. How much do you spend each day, on average, on tourism activities? Select ONE.**

- 15.1 Less than \$40 \_\_\_\_\_ 15.2 \$40 to 60 \_\_\_\_\_  
15.3 \$61 to 70 \_\_\_\_\_ 15.4 More than \$70 \_\_\_\_\_

**16. When do you prefer to travel? Select ONE.**

- 16.1. January to April \_\_\_\_\_  
16.2. May to August \_\_\_\_\_  
16.3. September to December \_\_\_\_\_

**17. Where do you primarily get your tourism-related information? Please, select TWO.**

- 17.1. Radio \_\_\_\_\_  
17.2. Television \_\_\_\_\_  
17.3. Internet \_\_\_\_\_  
17.4. Tourism guides \_\_\_\_\_  
17.5. Family \_\_\_\_\_  
17.6. Friends \_\_\_\_\_  
17.7. Travel agencies \_\_\_\_\_  
17.8. Other (Please specify) \_\_\_\_\_

**18. In your opinion, what makes Riobamba a great tourist destination?**

- 18.1 \_\_\_\_\_  
18.2 \_\_\_\_\_  
18.3 \_\_\_\_\_

**19. In your opinion, what might deter tourists from visiting Riobamba?**

- 19.1 \_\_\_\_\_  
19.2 \_\_\_\_\_  
19.3 \_\_\_\_\_

**Thank you for your participation!**

#### **Anexo 4. Guía entrevista informante calificado sector turístico.**

### **GUÍA DE ENTREVISTAS INFORMANTES CALIFICADOS DEL SECTOR TURÍSTICO**

Saludo y agradecimiento por la participación

¿Cuál es su nombre?

¿Cuál es el cargo que desempeña?

Desde su experiencia:

- Actualmente, qué actividades turísticas se están desarrollando para mejorar la economía local.
- Cuáles son las principales actividades turísticas que generan o impulsan servicios en la ciudad de Riobamba.
- ¿Qué facilidades se ofrece o se podrían ofrecer a los turistas para que puedan acceder a museos e iglesias de la ciudad, y atractivos turísticos? (podría ser facilidades de información, tours, movilización, entre otras que se consideren)
- Cuáles son los principales potenciales/ atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad de Riobamba.
- ¿Considera que en los últimos años, ha existido un desarrollo cultural en la ciudad de Riobamba? Si o no? ¿Cómo ha sido este desarrollo cultural (en que actividades o aspectos se basa)?
- ¿Cuáles son los principales recuerdos culturales que tiene de la ciudad de Riobamba?
- ¿Cómo son los eventos culturales de esta época (en que se enfocan, que tienen de diferente los eventos culturales de hace 15 o 20 años con los actuales)?
- ¿Considera usted que Riobamba puede trabajar en turismo cultural para conseguir un desarrollo local? Si /No ¿Por qué? O ya se está trabajando en ello?
- ¿Cree usted que la participación ciudadana juega algún rol en el desarrollo cultural de la ciudad? Por qué? , ¿Qué tan vinculadas están éstas en la actualidad?

Actualmente:

- ¿Cuál considera que es la falencia más grande para el desarrollo local a través del turismo?.
- Complete: El reto de desarrollo más grande que la ciudad de Riobamba enfrenta actualmente es..... Por qué? .
- Describa las principales características que usted considera que debería tener un “plan estratégico para el Desarrollo Sustentable del Turismo”. ¿cómo se podría conseguiría dichas características?

## **Anexo 5. Matriz de análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal).**

### **Factores Políticos**

El prefecto de Pichincha, Gustavo Baroja, en la entrevista otorgada a Diario El Telégrafo, indicó que es importante considerar la coyuntura política que vive Ecuador, “lo primordial es consolidar la estabilidad gubernamental y democrática. Solicitó a la militancia que se debe avanzar sin perder las conquistas sociales, dejando de lado los intereses mezquinos. Demos oportunidad de gestión a nuestro gobierno” (Telegrafo, 2017).

Diario Expreso, indica que el Jefe de Estado y Gobierno, tiene la potestad para nombrar ministros de Estado, y decidir: tamaño, composición e integrantes de los ministerios, los mismos que serán publicados en el Registro Oficial. Además, podrá crear secretarías de Estado, ministerios y subsecretarías (Expreso, 2017).

La Asamblea Constituyente del Ecuador en el 2008, en la Constitución de la República del Ecuador. “Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada, es decir, reconoce las costumbres y formas de vida que le dan un sentido de identidad a los territorios.

El Reglamento de Alojamiento Turístico, acuerdo ministerial 24, con última modificación a febrero 2016, indica: “Que, el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una política de Estado, encaminada a la consecución del Buen Vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, redistribución de la riqueza e inclusión social”.

Desde el año 2012, con el objetivo de transformar la matriz productiva del país, en el máximo elemento de planificación nacional, el Plan Nacional del Buen Vivir, con el fin de reconocer la actividad económica como un sector estratégico y a la vez abordar sectores potenciales y nuevas oportunidades, señaló al turismo como uno de los sectores prioritarios para la inversión nacional (SENPLADES, 2013).

A partir del año 2000, el Ministerio de Turismo empezó el proceso de descentralización. En el año 2006, se estableció la Política Nacional de Descentralización Turística y Gestión Local del Turismo. Actualmente, la actividad turística se encuentra descentralizada, los Gobiernos

Autónomos Provinciales del Ecuador, desarrollan acciones y proyectos, con la finalidad de fomentar el turismo provincial, e impulsar una política moderna y democrática, con la cual el turismo se convierta en un eje de la reactivación económica del país (CONCOPE, 2011).

### **Factores económicos**

Durante el periodo de gestión del Presidente Correa, de acuerdo a cifras presentadas por el Banco Central del Ecuador, la deuda externa se incrementó de 10.000 millones a 25.680 millones de dólares (26,3% del PIB). Además, indica que en el año 2012, la cotización del barril de petróleo era 98 dólares el barril, mientras que en 2016 esta disminuyó a 35 dólares (ECUAVISA, 2017).

El Ministerio de Turismo, en su proyecto “Programa de Excelencia Institucional 2014 – 2016”, indica que la extracción de petróleo y la producción de bienes tradicionales tales como: banano, camarón, flores naturales, han sustentado la economía ecuatoriana. Además, menciona: “Si bien la industria del turismo aún no tenido un desarrollo significativo en la economía nacional, presenta un gran potencial económico que aún no ha sido explotado” (Turismo, Programa Nacional Destinos Turísticos de Excelencia , 2014 - 2017).

La dependencia de ingresos petroleros, afecta a la economía del país, y por ende a los desplazamientos de turismo interno, los cuales en el año 2016 fueron de 12.3 millones de viajes, de los cuales, el 40% realizó viajes durante los feriados nacionales (Turismo, Boletín Mensual, 2015 - 2016).

En el año 2016, de acuerdo a cifras presentadas por el Ministerio de Turismo, la actividad turística dinamizó en 285.5 millones de dólares. Con relación al año 2015, en dónde existió un gasto total de 531.2 millones de dólares, se observa un descenso, el mismo que responde al entorno económico mundial y a variables de carácter exógeno que afectan a la actividad, tales como: apreciación del dólar, devaluación de la moneda de países vecinos como: Perú y Colombia, virus sika, terremoto del 16 de abril del 2016 y la actividad del volcán Cotopaxi. (Ministerio de Turismo, 2016)

Con relación al presupuesto para esta actividad, en el año 2013, el entonces ministro de Turismo, Vinicio Alvarado, indicó que para la campaña All you need is Ecuador, lanzada en el año 2014, el país destinó 19.5 millones de dólares americanos, campaña publicitaria para atraer al turista extranjero.

Para el año 2016, el presupuesto del Ministerio de Turismo se redujo a 28.1 millones de dólares americanos, lo que representa una disminución de casi la mitad con relación al año 2015, en el cual esta cartera de Estado recibió 54.5 millones de dólares americanos (Universo, 2016).

En cuanto a la inversión económica, el Plan Operativo Anual Institucional de Inversión 2016 del GADM Riobamba, dentro del eje de Ordenamiento Territorial, a través del objetivo: “Durante los próximos 4 años la Municipalidad de Riobamba contribuirá con otros actores estratégicos a promover y fortalecer el crecimiento sostenible, ordenado y seguro del territorio, tomando en consideración la potencialidad económica y los requerimientos sociales, culturales y ambientales de la población, a través de la generación de políticas públicas que promuevan tales capacidades y oportunidades para el adecuado aprovechamiento y movilización de los recursos en el territorio”, en su proyecto de “PROCESO DE MEJORAMIENTO DE LA OBRA PÚBLICA EN EL CANTÓN RIOBAMBA- OBRAS PÚBLICAS INVERSIÓN 2016”, para la actividades de: “Fortalecimiento de la Gestión Administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Riobamba a través de la Gestión de Obras Públicas. Mejorar la vialidad interna de la ciudad y de las parroquias del cantón Riobamba. Mejoramiento de la infraestructura física del Cantón Riobamba. Embellecimiento del cantón Riobamba áreas verdes y espacios recreativos. Mejoramiento de la infraestructura sanitaria del cantón Riobamba”, se plantea una inversión de 6.806.296,36 dólares americanos. Para su proyecto “GESTIÓN DE PATRIMONIO DEL CANTÓN RIOBAMBA - INVERSIÓN 2016 “, se proyecta un subtotal de inversión de 125.892,88 (Riobamba G. , 2016) .

Dentro del desarrollo económico, para la actividad de: “Durante los próximos 4 años la Municipalidad de Riobamba contribuirá, con otros actores estratégicos, a promover y fortalecer las capacidades y oportunidades económico - productivas cantonales, así como las de gestión competitiva a nivel local, provincial, regional, nacional e internacional”, dentro de este objetivo, una de las actividades es: “ESTABLECER LAS BASES PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO DE DESTINO TURÍSTICO DEL CANTÓN RIOBAMBA”, para la cual se proyecta una inversión de 178.200,00 dólares americanos, recursos con los cuales el GADM de Riobamba, planteó las siguientes actividades: “Establecer un análisis y diagnóstico de partida. Fortalecer la Gestión y Promoción Turística del Cantón Riobamba. Creación y Desarrollo de la Ruta Parroquial Intercultural de Turismo Ecológico y Aventura. Creación y Desarrollo de la Ruta Urbana Patrimonial”.

El Plan Operativo Anual Institucional 2017 del GADM Riobamba, establece como objetivo: “FOMENTO DEL TURISMO COMUNITARIO Y EMPRESARIAL DEL CANTÓN RIOBAMBA INVERSIÓN 2017”, para dar cumplimiento a las siguientes actividades:

“Desarrollo del turismo y promoción turística”, con un presupuesto de 111.000,00 dólares americanos (Riobamba G. , Plan Anual Institucional, 2017).

## **Factores Sociales**

Para comprender el patrimonio de una ciudad, la autora española María José Pastor (2003), explica que la única manera es acercándose y observando la interrelación de sus componentes; por tanto, la participación ciudadana es sumamente importante, para que el sistema turístico tenga impactos positivos en los aspectos: social, cultural y económico; así también, para el desarrollo y planificación de acciones relacionadas al uso del patrimonio para fines turísticos (Pastor, 2003).

Además, tanto la participación del sector privado como público, es importante para desarrollar la actividad turística, por ello, en el Plan Nacional del Buen Vivir, en el literal se indica: “h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente”.

Por otra lado, es indispensable analizar los cambios y comportamiento de nuevas generaciones, con la finalidad de generar productos turísticos acorde a la demanda existente. Como lo indica la Sra. Olga Godoy (2013), informante del sector hotelero, anteriormente los turistas pasaban de dos a tres días en la ciudad de Riobamba; sin embargo, en la actualidad los turistas llegan en vehículos propios y regresan el mismo día, la ausencia de la ruta del tren desde la ciudad de Riobamba hasta la Nariz del Diablo, la falta de actividades culturales y recreativas son algunos de los factores por los cuales poco a poco el turismo va disminuyendo (Prensa, Personajes gremiales año 2013., 2014).

PLANDETUR 2020, identificó algunas debilidades dentro del sector turístico, siendo estas las siguientes:

- En los sectores público, privado y comunitario se percibe influencia de intereses políticos en la toma de decisiones, que afectan al sector turístico.
- Debilidad en la gestión de las Cámaras de Turismo en la región, lo que genera resistencia de los empresarios a afiliarse.
- Al interior del sector comunitario existen discrepancias y hay proyectos que han sido descuidados por cambio de líderes.
- El Consejo Consultivo de Turismo no se ha puesto en marcha y es necesario llevarlo a operación por todos los beneficios que pueda traer al sector.

El Ministerio de Turismo, en su proyecto “Programa de excelencia institucional 2014 – 2016”, señala que en la actualidad, existen varios limitantes dentro del proceso y aplicación de planes estratégicos, siendo estas las siguientes: falta de definición de competencias y coordinación entre todos los actores del sector. Limitada capacidad técnica y económica por parte de algunos entes descentralizados.

Por otro lado, indica que existe limitada información sobre el sector turístico, la misma que es una herramienta de suma importancia para la toma de decisiones y planificación. Con relación a la disminución de turismo extranjero al país, los principales factores que influenciaron para la reducción de visitas de turistas extranjeros fueron: reactivación del volcán Cotopaxi, el incremento de personas afectadas con zika o chikungunya, precios altos en aeropuertos locales y el terremoto (Comercio, 2016).

### **Factores tecnológicos**

Dentro de la tecnología, no hay muchos factores que puedan influenciar las actividades, sin embargo, uno de los más importantes de acuerdo al estudio cuantitativo desarrollado, es la conectividad, a través, de las cuales pueden conocer y comentar experiencias, y por medio de esta herramienta hacer uso de redes sociales tales como: twitter, instagram y Facebook, conocer productos turísticos (ERIK FABIÁN, BRAVO PALTA).

De acuerdo a datos presentados por Diario El Telégrafo, el GADM Riobamba, invirtió 2 millones de dólares americanos, en la dotación de equipos y conectividad en 11 parroquias rurales y puntos estratégicos de la ciudad (áreas de emergencia de hospitales, plazas, mercados, universidades y centro histórico) (Telégrafo, En Riobamba 132 puntos ofrecen servicio gratuito de internet, 2017).

### **Factores ecológicos**

Los factores ecológicos son de suma importancia, este proyecto basa su diferenciación en generar sustentabilidad, es decir, satisfacer las necesidades actuales, sin comprometer recursos y oportunidades de generaciones futura (Calvente, 2007).

Se debe trabajar en empresas que se preocupen por el medio ambiente y económico y social. Además, de cumplir con las normas de seguridad, instalaciones y equipamientos exigidos para cada actividad (ERIK FABIÁN, BRAVO PALTA).

## **Factores legales**

Es indispensable el cumplimiento de leyes, ordenanzas, tasas y contribuciones por parte de los establecimientos. E Concejo Municipal de Riobamba, en la ordenanza No. 008 – 2011, informe No. 0034-SECSEC.CT del 25 de abril 2011, indica que de conformidad al artículo 264, numeral 5 de la Constitución de la República, “dentro de las atribuciones los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales es de su competencia crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras”.

## **Anexo 6. Funciones**

### **1. Estado**

#### **• Gobierno Central**

En el Registro Oficial N° 465 de marzo 2015, se expone que “el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una política de Estado, encaminada a la consecución del Buen Vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, redistribución de la riqueza e inclusión social”. Además, “el artículo 16 de la Ley, prescribe: Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de Ley.

Que el artículo 19 de la Ley que contempla el Ministerio de Turismo establecerá, privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo, mismas que deberán sujetarse a las normas de uso internacional”.

En la planificación del Plan Nacional del Buen Vivir, indica que “el Estado se consolida y forma parte del proceso de transformación productiva.”. En el “Objetivo 10: Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva”; orienta la promoción de “nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables, diversos, con visión territorial y de inclusión económica”. En la “Política 10.1 “Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional”; se explica en el literal: “c. Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo”.

La “Política 10.3: Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios”; se indica en los Lineamientos: “g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera”; “h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES 2013).

Así también, el art. 5 del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión, determina que “el Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado”.

- **Gobiernos Locales**

La actividad turística se encuentra descentralizada, el Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador, menciona que los Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador, desarrollan múltiples acciones y proyectos, con la finalidad de fomentar el turismo provincial, para ello consideran al turismo receptivo. El turismo es una actividad importante que impulsa la competitividad y la inclusión económica.

A partir del año 2000, el Ministerio de Turismo empezó el proceso de descentralización. En el año 2006, se estableció la Política Nacional de Descentralización Turística y Gestión Local del Turismo, con la finalidad de impulsar una política moderna y democrática con la cual el turismo se convierta en un eje de la reactivación económica del país, por ello, se contempló una política en la cual: “la entrega de atribuciones, funciones y recursos a los Municipios, Consejos Provinciales y Juntas Parroquiales, con el objetivo de dinamizar la actividad turística local, generar empleo e ingresos para mejorar la calidad de vida de la población y erradicar la pobreza; así como fortalecer la capacidad institucional y técnica de los entonces gobiernos seccionales”. (CONCOPE,2011).

El art. 135, primer inciso del COOTAD determina “que el fomento de la actividad productiva y agropecuaria debe estar orientada al acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual los diferentes niveles de gobierno evitarán la concentración o acaparamiento de estos recursos productivos”.

La Constitución Política del Estado, referente a la Organización Territorial y Descentralización, el artículo 226, indica: “Las competencias del gobierno central podrán descentralizarse, excepto la defensa y la seguridad nacionales, la dirección de la política exterior y las relaciones internacionales, la política económica y tributaria del Estado, la gestión de endeudamiento externo y aquellas que la Constitución y convenios internacionales expresamente excluyan”.

El artículo 228, de los Gobiernos seccionales autónomos dice “Los gobiernos provincial y cantonal gozarán de plena autonomía y, en uso de su facultad legislativa podrán dictar ordenanzas, crear, modificar y suprimir tasas y contribuciones especiales de mejoras”. La Ley de Turismo, en el capítulo 1, Art 3, literal b, menciona: que los gobiernos provincial y cantonal, deben impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.

El convenio de cooperación interinstitucional entre el Ministerio de Turismo y el GAD Riobamba, con Registro Oficial N° 858 del 27 de diciembre del 2012, de acuerdo al artículo 53 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización, expresa que “Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera.

Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden...”. Además, indica que el Gobierno “ha impulsado una política innovadora de tratamiento integral del Patrimonio, promoviendo como sustento de identidades sociales y de la actividad económica con miras a generar riqueza y buen vivir para las generaciones presentes y futuras”.

El Concejo Municipal de Riobamba, en la ordenanza No. 008 – 2011, informe No. 0034-SECSEC.CT del 25 de abril 2011, indica que de conformidad al artículo 264, numeral 5 de la Constitución de la República, “dentro de las atribuciones los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales es de su competencia crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras”.

Además, en la misma ordenanza, en el capítulo II del sistema turístico, sección I, art 4, literal a, indica como objetivo general: “Impulsar el desarrollo del turismo del Cantón en forma coordinada y planificada con los actores locales, nacionales e internacionales, buscando potencializar a los íconos del turismo que permitirán establecer la imagen del Cantón en beneficio de la colectividad”. El art 9, indica dentro de las funciones del Departamento de Turismo del GAD Riobamba, literal a, formular y ejecutar las políticas turísticas del Cantón Riobamba, con la participación del sistema turístico.

## **2. Sociedad Civil**

- **Universidades**

La Constitución de la República del Ecuador, art 26 establece “La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo”. En este contexto, el GAD del cantón Riobamba, mantiene un convenio de cooperación interinstitucional, con el propósito de fortalecer la formación académica de los estudiantes, garantizando que las prácticas pre profesionales fortalezcan y generen nuevos conocimientos, competencias y capacidades.

- **Comunidad**

Ley Orgánica de Participación Ciudadana, en el artículo 4, instituye que “la Participación Ciudadana en todos sus ámbitos; en concordancia con lo que indica la Constitución de la República, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, establecen que los gobiernos municipales deben ejercer su competencia exclusiva de planificar el desarrollo y el ordenamiento territorial, así como controlar el uso y ocupación del suelo, para lo cual debe contar con la participación activa y/u organizada de la ciudadanía por intermedio de sus representantes”.

El Concejo del GAD Municipal de Riobamba considerando, “el artículo 95 de la Constitución de la República del Ecuador, determina el derecho de participación ciudadana en los asuntos de interés público y prevé que en forma individual o colectiva participen en forma protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, de control social y rendición de cuentas del poder público”.

INDICADOR	RIESGO	ACCIÓN
<b>POLÍTICAS FISCALES</b>	<b>Inestabilidad política</b>	<p>Durante 10 años existió en el Ecuador, la gestión de la Revolución Ciudadana, la misma que implementó la estrategia de cambio de matriz productiva, que brindó avances en materia de producción, empleo y competitividad. Actualmente, se está generando una nueva política desde la actual presidencia en el Plan Toda una vida.</p> <p>Es importante, considerar la coyuntura política que vive el país, en dónde se debe consolidar la estabilidad gubernamental y democrática. Gustavo Baroja (Telegrafo, 2017).</p>
<b>NORMATIVAS SOBRE TURISMO</b>	<b>RIESGO POLÍTICOS</b> <b>Cambio de autoridades, tomadores de decisiones</b>	<p>El Jefe de Estado y Gobierno, tiene la potestad para nombrar ministros de Estado, y decidir: tamaño, composición e integrantes de los ministerios, los mismos que serán publicados en el Registro Oficial. Además, podrá crear secretarías de Estado, ministerios y subsecretarías (Expreso, 2017).</p> <p>PLANDETUR 2020, identificó que una de las debilidades dentro del sector turístico es: “Al interior del sector comunitario existen discrepancias y hay proyectos que han sido descuidados por cambio de líderes” (Turismo, PLANDETUR 2020, 2007).</p> <p>Con el cambio presidencial, existirá remoción de autoridades de los principales ministerios del país. Quienes son tomadores de decisiones, por tanto, podrían retrasar o dar por finalizadas actividades relacionadas a proyectos de inversión y/o desarrollo, en este caso específico a actividades relacionadas al turismo.</p> <p>El Reglamento de Alojamiento Turístico, acuerdo ministerial 24, con última modificación a febrero 2016, indica: “Que, el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una política de Estado, encaminada a la consecución del Buen Vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, redistribución de la riqueza e inclusión social”.</p>

		<p><b>Cambio de leyes relacionadas al turismo</b></p>	<p>En el año 2006, se estableció la Política Nacional de Descentralización Turística y Gestión Local del Turismo. Actualmente, la actividad turística se encuentra descentralizada, los Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador, desarrollan acciones y proyectos, con la finalidad de fomentar el turismo provincial, e impulsar una política moderna y democrática, con la cual el turismo se convierta en un eje de la reactivación económica del país (CONCOPE, 2011).</p> <p>Cambio de leyes y/o políticas de turismo, las mismas que podrían generar inestabilidad y/o retrasos en proyectos relacionados a turismo.</p>
<p><b>DINAMISMO EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA</b></p>	<p><b>RIESGOS ECONÓMICOS</b></p>	<p><b>Menor dinamismo en la actividad económica</b></p>	<p>En el año 2016, de acuerdo al INEC, el país registró una inflación anual del 1.12%, frente al 3.38% del año 2015. En diciembre del año 2016, se registró una inflación mensual de 0,16%, dato que refleja una mejoría en el dinamismo de precios. Sin embargo, al considerar la inflación de abril 2017 de 0,98%, se denota menor dinamismo en la actividad económica (EKOS, 2017), pudiendo provocar una disminución en el número de desplazamientos de turismo interno.</p>
		<p><b>Inestabilidad económica</b></p>	<p>El Ministerio de Turismo, en su proyecto “Programa de Excelencia Institucional 2014 – 2016”, indica que la extracción de petróleo y la producción de bienes tradicionales tales como: banano, camarón, flores naturales, han sustentado la economía ecuatoriana (Turismo, Programa Nacional Destinos Turísticos de Excelencia , 2014 - 2017).</p> <p>Durante el periodo de gestión del Presidente Correa, de acuerdo a cifras presentadas por el Banco Central del Ecuador, la deuda externa se incrementó de 10.000 millones a 25.680 millones de dólares (26,3% del PIB). Además, indica que en el año 2012, la cotización del barril de petróleo era 98 dólares el barril, mientras que en 2016 esta disminuyó a 35 dólares (ECUAVISA, 2017).</p> <p>Debido a la dependencia de la extracción y venta de petróleo. En el 2016, existió una contracción anual del 1.5% del PIB, principalmente se debe a la reducción el 8% en el nivel inversión y 6.4% en importaciones (EKOS, 2017).</p>

		<p><b>Inversión económica no cumpla con las expectativas de turistas</b></p>	<p>El Plan Operativo Anual Institucional de Inversión 2016 del GADM Riobamba, dentro del eje de Desarrollo Económico, establece como objetivo: “ESTABLECER LAS BASES PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO DE DESTINO TURÍSTICO DEL CANTÓN RIOBAMBA”, para la cual se proyecta una inversión de 178.200,00 dólares americanos, recursos con los cuales el GADM de Riobamba, planteó las siguientes actividades: “Establecer un análisis y diagnóstico de partida. Fortalecer la Gestión y Promoción Turística del Cantón Riobamba. Creación y Desarrollo de la Ruta Parroquial Intercultural de Turismo Ecológico y Aventura. Creación y Desarrollo de la Ruta Urbana Patrimonial”.</p> <p><a href="http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2016/mayo/PlanOperativoAnual_mayo_%202016.pdf">http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2016/mayo/PlanOperativoAnual_mayo_%202016.pdf</a></p> <p>La inversión económica del proyecto (recuperar Centro Histórico, construcción de baterías sanitarias, plan de recolección de desechos, plan de movilización vial), no cumpla con las expectativas de turistas nacionales y extranjeros, y se genere insatisfacción.</p>
<p><b>PRESUPUESTO PÚBLICO DESTINADO PARA TURISMO</b></p>		<p><b>Disminución de recursos económicos</b></p>	<p>Para el año 2017, el Plan Anual de Inversión del GADM Riobamba, establece como objetivo: “FOMENTO TURISMO COMUNITARIO Y EMPRESARIAL DEL CANTÓN RIOBAMBA”, para dar cumplimiento a las siguientes actividades: “Desarrollo del turismo y promoción turística”, con un presupuesto de 111.000,00 dólares americanos (Riobamba G. , 2016).</p> <p>Recorte de presupuesto por parte del GADM Riobamba, para la realización del proyecto, publicidad de productos turísticos de la ciudad de Riobamba, ocasionando un reajuste en las actividades.</p>
<p><b>NIVEL DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA</b></p>	<p><b>RIESGOS SOCIALES</b></p>	<p><b>Baja participación ciudadana</b></p>	<p>Baja participación ciudadana por falta de tiempo u actividades personales. Se requiere de la participación ciudadana para ofrecer un buen servicio y proporcionar información a turistas.</p>

<p><b>NIVEL DE ACEPTACIÓN DE EMPRESAS PRIVADAS</b></p>	<p><b>RIESGOS TECNOLÓGICOS</b></p>	<p><b>Bajo nivel de aceptación de empresas privadas</b></p>	<p>PLANDETUR 2020, identificó que una de las debilidades dentro del sector turístico son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “En los sectores público, privado y comunitario se percibe influencia de intereses políticos en la toma de decisiones, que afectan al sector turístico.</li> <li>• Debilidad en la gestión de las Cámaras de Turismo en la región, lo que genera resistencia de los empresarios a afiliarse”.</li> </ul> <p>Bajo nivel de aceptación de empresas privadas para capacitaciones realizadas por entidades competentes.</p>
<p><b>CAMBIOS EN EL ESTILO DE VIDA / COMPORTAMIENTO DE LAS NUEVAS GENERACIONES</b></p>		<p><b>Disminución de turismo extranjero</b></p>	<p>Los principales factores que influenciaron para la reducción de visitas de turistas extranjeros fueron: reactivación del volcán Cotopaxi, el incremento de personas afectadas con zika o chikungunya, precios altos en aeropuertos locales y el terremoto (Comercio, 2016). Disminuya el turismo extranjero porque factores exógenos o cambios en el estilo de vida.</p>
<p><b>NIVEL DE NUEVAS INVENCIONES Y DESARROLLO TECNOLÓGICO</b></p>		<p><b>Falta de equipos tecnológicos</b></p>	<p>De acuerdo a datos presentados por Diario El Telégrafo, el GADM Riobamba, invirtió 2 millones de dólares americanos, en la dotación de equipos y conectividad en 11 parroquias rurales y puntos estratégicos de la ciudad (áreas de emergencia de hospitales, plazas, mercados, universidades y centro histórico). (Telégrafo, En Riobamba 132 puntos ofrecen servicio gratuito de internet, 2017)</p> <p>Falta de equipos tecnológicos requeridos para ofrecer un buen servicio de internet wi-fi en puestos estratégicos de la ciudad.</p>

<b>NIVEL DE CONTAMINACIÓN</b>	<b>RIESGOS ECOLÓGICOS</b>	<b>Contaminación</b>	<p>El GADM Riobamba, para el año 2017 en el eje de sustentabilidad ambiental, planteó el proyecto “IMPLEMENTACIÓN DE LA POLITICA LOCAL DE GESTIÓN AMBIENTAL A TRAVÉS DE UNA ADECUADO MANEJO DE LA FAUNA URBANA Y EL FORTALECIMIENTO DE CONTROL Y EDUCACIÓN AMBIENTAL INVERSIÓN 2017”, para el cual se destinó 369.086,50 dólares americanos.</p> <p>Problemas con la gestión integral de residuos sólidos, que ocasionan contaminación atmosférica, por la falta de un plan de desechos y recolección de basura en el centro histórico de la ciudad y servicios turísticos (bares, hostales, hoteles, hosterías)</p>
		<b>Manejo inadecuado de desechos sólidos</b>	<p>Manejo inadecuado de desechos sólidos que se generen.</p>
		<b>Contribución a la conservación del medio ambiente</b>	<p>Al ser un proyecto sustentable, se requiere que satisfaga las necesidades de presente generación, sin comprometer la capacidad de futuras generaciones</p>

## Anexo 6. Análisis FODA

<b>MATRIZ FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Territorio en óptimas condiciones, para seguridad y tranquilidad de visitantes	Aprovechamiento de los conocimientos de pobladores adulto mayor de la ciudad
Estación del ferrocarril en el centro de la ciudad	Convenios institucionales
Riobamba es una ciudad colonial bien conservada, donde se encuentra el Museo de las Monjas Conceptas con piezas de valor. Laguna de Colta, donde se fundó originalmente Quito, está la iglesia más antigua del Ecuador - Balbanera". PLANDETUR 2020	Potencial turístico cultural
Ciudad ubicada en el centro del país	Capacitaciones y asistencia técnica para prestadores de servicios, brindada por MINTUR, GAD Municipal Riobamba
Integración a estudiantes, como pasantes en empresas y organismos, y proyecto de enseñanza de la historia de los principales atractivos turísticos a niños.	Compromiso de las autoridades del GAD Municipal para mejorar e impulsar la actividad turística
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Desinterés y falta de valoración del patrimonio, por parte de los habitantes de la ciudad	Pérdida de costumbres, tradiciones, identidad Riobambeña
Falta de autogestión por parte de la población	Falta de productos artesanales de calidad
Desorden de movilización	Disminución de presupuesto 2017, para actividades turísticas en relación con el año 2016.
Falta de conciencia social	Creación de nuevas leyes y ordenanzas con respecto al turismo
Descuido de bienes patrimoniales	Apreciación del dólar, devaluación de la moneda de países vecinos como: Perú y Colombia, virus Zika, terremoto del 16 de abril del 2016 y la actividad del volcán Cotopaxi. (Ministerio de Turismo, 2016)
Falta de planificación para la recolección de basura en centro histórico y alrededores de la ciudad	Coyuntura política que vive el país
Falta de paquetes turísticos por nicho de mercado	Inflación anual: En el año 2016, de acuerdo al INEC, el país registró una inflación anual del 1.12%, frente al 3.38% del año 2015. En diciembre del año 2016, se registró una inflación mensual de 0,16%, dato que refleja una mejoría en el dinamismo de precios. Sin embargo, al considerar la inflación de abril 2017 de 0,98%, se denota menor
Existencia de grafitis en centro histórico	
Escasa señalética y falta de información en la ciudad	

Desinterés por parte de propietarios de servicios turísticos, para asistir a capacitaciones	dinamismo en la actividad económica. (EKOS, Unidad de investigación económica y de mercado, Mayo 2017), pudiendo provocar una disminución en el número de desplazamientos de turismo interno.
Escasa inversión privada en el ámbito turístico	Disminución de presupuesto destinado para la gestión turística: Para el año 2017, el Plan Anual de Inversión del GADM Riobamba, establece como objetivo: “FOMENTO DEL TURISMO COMUNITARIO Y EMPRESARIAL DEL CANTÓN RIOBAMBA”, para dar cumplimiento a las siguientes actividades: “Desarrollo del turismo y promoción turística”, con un presupuesto de 111.000,00 dólares americanos.
Inseguridad ciudadana en feriados y fines de semana	
Escasa coordinación entre instituciones públicas y privadas que trabajan en la actividad turística. PLANDETUR 2020, identificó que una de las debilidades dentro del sector turístico es: "en la gestión de las Cámaras de Turismo en la región, lo que genera resistencia de los empresarios a afiliarse”.	
Pocas ordenanzas a favor de un adecuado desarrollo turístico	Recorte de presupuesto por parte del GADM Riobamba, para la realización del proyecto, publicidad de productos turísticos de la ciudad de Riobamba, ocasionando un reajuste en las actividades.
Falta de mejoramiento, readecuación y equipamiento de facilidades turísticas.	

# MATRIZ FODA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	1. Conocimiento del adulto mayor de juegos, tradiciones e historia.	1. Desinterés y falta de conocimiento y valoración del patrimonio, por parte de los habitantes de la ciudad
	2. Estación del ferrocarril	2. Escasa coordinación entre instituciones públicas y privadas que trabajan en la actividad turística. PLANDETUR 2020, identificó que una de las debilidades dentro del sector turístico es: "en la gestión de las Cámaras de Turismo en la región, lo que genera resistencia de los empresarios a afiliarse".
	3. Riobamba es una ciudad colonial, bien conservada, con lindo centro histórico, arquitectura y atractivos turísticos. Además, cerca de la ciudad se encuentra la Laguna de Colta, dónde se fundó originalmente Quito, y la iglesia más antigua del Ecuador - Balbanera". PLANDETUR 2020.	3. Falta de mejoramiento, readecuación y equipamiento de facilidades turísticas, (iglesias no están abiertas hasta tarde, locales comerciales abren tarde y cierran temprano, difícil encontrar baterías sanitarias en centro histórico). 4. Deterioro del patrimonio por abandono y mal uso de las edificaciones. Descuido de bienes patrimoniales y centro histórico (grafitis, basura, trabajadoras sexuales, inseguridad)
	4. Fácil acceso, se encuentra en el centro del país.	5. Falta de paquetes turísticos por nicho de mercado (tour por la ciudad)
	5. Gastronomía	6. Falta de planificación para la recolección de basura en centro histórico y alrededores de la ciudad
	6. Ciudad Económica	7. Escasa señalética y falta de información en la ciudad
	7. Integración a estudiantes, como pasantes en empresas y organismos, y proyecto de enseñanza de la historia de los principales atractivos turísticos a niños.	8. Desorden de movilización, congestionamiento vehicular en horas pico. Falta de transporte para ir al Chimborazo, difícil recorrer la ciudad en bicicleta no hay respeto al peatón.

	8. Todo queda cerca, se puede ir a pie	9. Desinterés por parte de propietarios de servicios turísticos, para asistir a capacitaciones
	9. Cerca de nevados y volcán	10. Escasa inversión privada en el ámbito turístico
	10. Pueblos cercanos a la ciudad de Riobamba (Guano, Chambo, Penipe)	11. Pocas ordenanzas a favor de un adecuado desarrollo turístico
	11. Capacitación turística a los actores locales, principalmente en: servicio al cliente, manipulación higiénica de alimentos, idiomas, marketing y gerenciamiento. Además, guías profesionales calificados.	
	12. Existen 35 atractivos turísticos, de los cuales 20 son de Jerarquía III y 15 son de Jerarquía II.	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA FO (APROVECHAR LAS FORTALEZAS Y CON ELLAS TOMAR VENTAJA DE LAS OPORTUNIDADES)</b>	<b>ESTRATEGIA DO (SUPERAR LAS DEBILIDADES CON LAS OPORTUNIDADES)</b>
Aprovechamiento de los conocimientos de pobladores adulto mayor de la ciudad	ESTRATEGIA DE IDENTIDAD RIOBAMBEÑA. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN DE LA CIUDAD	ESTRATEGIA DE IDENTIDAD RIOBAMBEÑA (Aprovechar los conocimientos de pobladores adulto mayor, para educar a niños de 5 a 12 años en las escuelas, y a los habitantes de la ciudad de Riobamba, a través de campañas de identidad riobambeña y valoración del patrimonio.

Convenios institucionales. Capacitaciones y asistencia técnica para prestadores de servicios, brindada por MINTUR, GAD Municipal Riobamba	ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE TURISMO	ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE TURISMO (Coordinación Interinstitucional. Gestión con Cámara de Turismo - Prestadores de servicios turísticos)
Potencial turístico cultural	ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE TURISMO	ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE TURISMO Implementación de facilidades, instalaciones y servicios de calidad.
	ESTRATEGIA PARA GESTIÓN DE PATRIMONIO	ESTRATEGIA PARA GESTIÓN DE PATRIMONIO. Plan para regenerar el patrimonio de la ciudad de Riobamba. Plan para rescatar la cultura y tradiciones de la ciudad.
Compromiso de las autoridades del GAD Municipal para mejorar e impulsar la actividad turística	ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE TURISMO. ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE MOVILIDAD, TRÁNSITO Y TRANSPORTE. ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE GESTIÓN DE SERVICIOS MUNICIPALES.	ESTRATEGIA PARA COMPETIR EN MERCADOS DE CRECIMIENTO RÁPIDO (NICHOS DE MERCADO Y PRODUCTO / INNOVACIÓN/ INCORPORAR ATRIBUTOS PARA ATRAER TURISTAS)
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA (APROVECHAR LAS FORTALEZAS, Y ENFRENTAR LAS AMENAZAS)</b>	<b>ESTRATEGIA DA (MINIMIZAR DEBILIDADES Y ENFRENTAR LAS AMENAZAS)</b>
Pérdida de costumbres, tradiciones, identidad Riobambeña	ESTRATEGIA DE IDENTIDAD RIOBAMBEÑA	ESTRATEGIA DE IDENTIDAD RIOBAMBEÑA
Creación de nuevas leyes y ordenanzas con respecto al turismo	ESTRATEGIA DE GOBERNANZA TURÍSTICA	ESTRATEGIA DE GOBERNANZA TURÍSTICA

<p>Apreciación del dólar, devaluación de la moneda de países vecinos como: Perú y Colombia, virus sika, terremoto del 16 de abril del 2016 y la actividad del volcán Cotopaxi. (Ministerio de Turismo, 2016)</p>		
<p>Coyuntura política que vive el país</p>		
<p>Inflación anual: En el año 2016, de acuerdo al INEC, el país registró una inflación anual del 1.12%, frente al 3.38% del año 2015. Sin embargo, al considerar la inflación de abril 2017 de 0,98%, se denota menor dinamismo en la actividad económica. (EKOS, Unidad de investigación económica y de mercado, Mayo 2017), pudiendo provocar una disminución en el número de desplazamientos de turismo interno.</p>	<p>ESTRATEGIA PARA COMPETIR EN MERCADOS DE CRECIMIENTO RÁPIDO (NICHOS DE MERCADO Y PRODUCTO / INNOVACIÓN/ INCORPORAR ATRIBUTOS PARA ATRAER TURISTAS)</p>	<p>ESTRATEGIA PARA COMPETIR EN MERCADOS DE CRECIMIENTO RÁPIDO (NICHOS DE MERCADO Y PRODUCTO / INNOVACIÓN/ INCORPORAR ATRIBUTOS PARA ATRAER TURISTAS)</p>
<p>Recorte de presupuesto por parte del GADM Riobamba, para la realización del proyecto, publicidad de productos turísticos de la ciudad de Riobamba, ocasionando un reajuste en las actividades.</p>	<p>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN DE LA CIUDAD</p>	

**Anexo 7. Matriz actividades relacionadas a turismo MINTUR y GADM Riobamba.**

ENTE	ÁREA	Programas	Estrategia	Proyectos / Consideraciones	Meta
MINTUR - PLANDETUR 2020	Gobernanza	Capacitación de reglamentos y normas técnicas turísticas vigentes del Ecuador		Capacitación del Reglamento General de la Ley de Turismo en el Ecuador. Existe falta de aplicación de la legislación turística. Falta de control a establecimientos turísticos.	
				Emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que garantiza el uso de los siguientes recursos: naturales, históricos, culturales y arqueológicos.	
	Desarrollo de la Oferta	Atractividad y potencialidad		Riobamba es una ciudad colonial, está ubicada en el centro del país. Cerca de la ciudad está la Laguna de Colta, donde se fundó originalmente Quito, y se ubica la iglesia más antigua del Ecuador - Balbanera. PLANDETUR 2020.	
	Marketing y promoción turística	Difusión de la oferta turística		Elaboración del portafolio de productos turísticos del Ecuador (líneas de producto y variedades de productos específicos).	
Selección de productos turísticos del Ecuador			Difusión de atractivos turísticos y calidad de servicios turísticos		

			Circuitos Generales: Aumento de los segmentos de mercado especializados. Incrementar la demanda de los viajes a lugares donde se ofrezca turismo cultural, y a la vez, aumentar la conciencia de los lugares protegidos de la UNESCO y su importancia cultural.	
Medidas transversales de gestión socio-cultural y ambiental	Cuidado del medio ambiente		Elementos de sostenibilidad ambiental: Respetar los lineamientos de conservación del Estado ecuatoriano.	
	Fortalecimiento de los saberes ancestrales		Potencializar costumbres, tradiciones y educar a niños de escuela	
Formación, capacitación y educación de recursos humanos	Fortalecimiento de capacidades locales con enfoque a la actividad turística		Capacitación a prestadores de servicios turísticos, principalmente en: servicio al cliente, manipulación higiénica de alimentos, idiomas, marketing y gerenciamiento. Además, guías profesionales calificados.	
			Integración a estudiantes, como pasantes en empresas y organismos.	
Facilidades, instalaciones y servicios – calidad	Infraestructura y señalización turística		Implementación de guías turísticos, señalética y folletos turísticos	
	Gestión turística		Ordenanzas que brinden apoyo al desarrollo del sector turístico de la ciudad de Riobamba	
			Mejoramiento, readecuación y equipamiento de facilidades turísticas.	

				Coordinación Interinstitucional. Gestión con Cámara de Turismo	
<b>GADM RIOBAMBA</b>	COMUNICACIÓN		Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la imagen institucional y cantonal		100% recopilación de información, 100% contratación de técnicos para: producción videos y fotografía. 100% cumplimiento de estrategias de comunicación interna - externa. 60% en alcance de medios de comunicación. 100% de cumplimiento en la organización de eventos municipales, durante el año 2017.
	GESTIÓN DE CULTURA , DEPORTES Y RECREACIÓN		Fomento de la cultura, arte, historia y tradición del cantón Riobamba, año 2017.		Participación del 30% de la población, en actividades culturales, y 20% en conocimiento de la variedad cultural, en el año 2017
			Fortalecimiento de la identidad riobambeña a través de eventos cívicos, culturales y turísticos, año 2017.		Promover y desarrollar a través de la organización de eventos, el arte y la cultura mediante. A la vez, fortalecer la economía de la población.
	GESTION DE TURISMO		Fomento del turismo comunitario y empresarial del cantón Riobamba		Participación activa de 120 prestadores de servicios turísticos, en procesos de calidad turística y posicionamiento del destino turístico, para el año 2017.  Creación y consolidación de 3 rutas turísticas de naturaleza y cultura, para finales del año 2017. Incremento de ingresos económicos en el sector turístico del cantón en 8%, a finales del año 2017.

GESTIÓN AMBIENTAL		Implementación de la política local de gestión ambiental a través de un adecuado manejo de la fauna urbana y el fortalecimiento de control y educación ambiental		La dirección de gestión ambiental, salubridad e higiene ejecutará desratizaciones en espacios públicos del cantón Riobamba.
GESTIÓN DE MOVILIDAD, TRÁNSITO Y TRANSPORTE		Implementación y mejoramiento de la movilidad, tránsito, transporte y seguridad vial en el cantón Riobamba		Atención en movilidad transporte y tránsito (a 225.741 habitantes del cantón Riobamba, según censo INEC 2010), en óptimas condiciones de transporte urbano, mantenimiento periódico preventivo en vías, señalización, mejoramiento e implementación de semáforos y concientización de ley de tránsito.
GESTIÓN DE SERVICIOS MUNICIPALES		Implementación y generación de calidad en los servicios municipales		Mejorar los servicios municipales, tales como: mercados, cementerio y camal, basándose en la calidad de los servicios y el apoyo del capital humano en el año 2017
OBRAS PUBLICAS		Proceso de mejoramiento de la obra pública en el cantón Riobamba		Disminuir el tráfico vehicular, mantener y mejorar las vías de la ciudad de Riobamba.
GESTION DE PATRIMONIO		ejecución del plan de patrimonio en el cantón Riobamba		Rescatar la cultura y tradiciones de la ciudad, a través de 2 proyectos, realizar 4 intervenciones emblemáticas en áreas patrimoniales iniciadas en el 2017

Fuente: Vela, Gonzalo (2015). <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4250/1/23T0479%20.pdf>  
 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. Plan estratégico institucional. Plan Operativo Anual 2017.  
 PLANDETUR 2020  
 Elaboración: Autor