



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de “Ingeniero en Gestión

Turística y Hotelera”

TRABAJO DE TITULACIÓN

Proyecto de Investigación

OFERTA Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

Autor

David Alejandro Ortega Miño

Tutor:

Mgs. Danilo Quintana

Riobamba – Ecuador

Año- 2020

CERTIFICACIÓN

Yo, Ing. Danilo Paúl Quintana Puga, certifico que el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera, con el tema **“OFERTA Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**, ha sido elaborado por el señor: David Alejandro Ortega Miño, el mismo que ha sido dirigido y revisado durante todo el proceso de investigación por mi persona en calidad de tutor, por lo que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo lo que puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente:



Ing. Danilo Paúl Quintana Puga

CERTIFICACIÓN

Los miembros del tribunal del trabajo de investigación titulado “**OFERTA Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**”, presentado por: David Alejandro Ortega Miño y dirigido por el Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga.

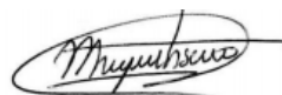
Luego de escuchar la defensa oral y revisado el informe final del presente proyecto de investigación con fines de culminar los estudios con el que se constata el acatamiento de las observaciones efectuadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:

Dr. José Medardo Álvarez Román
Presidente del tribunal.



Mgs. Fanny Marilyn Lascano Vera
Miembro del tribunal.

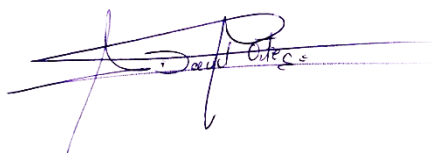


Mgs. Pablo Martí Méndez Naranjo
Miembro del tribunal.



AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido de este proyecto de investigación, corresponde exclusivamente a: David Alejandro Ortega Miño, con N° de cédula 0603055955, del proyecto con el tema: **Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba**, Provincia de Chimborazo y al Patrimonio intelectual a la Universidad Nacional de Chimborazo.



David Alejandro Ortega Miño

C.I. 0603055955

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico en primer lugar a mis padres por haberme apoyado a lo largo de la carrera y permitirme alcanzar un objetivo más de mi vida, obteniendo el mejor aprendizaje y agradables experiencias, por su apoyo incondicional en todo momento, por los valores que recibí en mi hogar pese a grandes dificultades que se presentaron en el transcurso de mi carrera, además de motivarme a seguir luchando y cumplir los objetivos, a confiar en mí y por haber hecho de esta carrera la mejor experiencia. A mi hermano y familia por ser parte fundamental de mi vida, ya que con amor han sido un pilar fundamental de ejemplo y sacrificio, también a todas las personas que estuvieron a mi lado cuando más los necesitaba, impulsándome a continuar y no rendirme.

AGRADECIMIENTOS

Totalmente agradecido con mis padres por siempre haberme apoyado, gracias a todos los maestros que con su ayuda, paciencia, tiempo y amistad contribuyeron como aporte valioso para culminar mi carrera universitaria. A mi tutor de tesis que gracias a sus conocimientos y experiencia lograron llevar a cabo el arduo trabajo realizado en este proyecto de investigación.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xviii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	¡Error! Marcador no definido. 2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1	4
1.1 Situación Problemática.....	4
1.2 Formulación del Problema	5
1.2.1 General	5
1.2.2 Específicos	5
1.3 Justificación.....	5
1.3.1 Justificación teórica.....	5

1.3.2 Justificación práctica.....	6
1.3.3 Justificación metodológica.....	6
1.4 Objetivos	6
1.4.1 General:.....	6
1.4.2 Específicos:	6
1.5 Hipótesis.....	7
1.5.1 General	7
1.5.2 Específicas.....	7
CAPÍTULO II	8
2.1 Antecedentes de investigación	8
2.2 Marco Filosófico o epistemológico de la investigación.....	9
2.2.1 Epistemología de la oferta turística.....	9
2.2.2 Epistemología desarrollo turístico.....	10
2.3 Bases Teóricas.....	10
2.3.1 Variable Independiente	10
2.3.2 Variable Dependiente.....	11
2.4 Estado del arte.....	13
CAPÍTULO III.....	15
3.1 Tipo y Diseño de Investigación.....	15
3.1.1 Tipos de investigación.....	15
3.1.2 Diseño de la investigación	16

3.2 Unidad de análisis	16
3.3 Población.....	17
3.4. Tamaño de muestra	17
3.5. Selección de la muestra.....	18
3.6 Variables Independiente y Dependiente.....	20
3.6.1 Matriz de consistencia.....	20
3.6.2 Operacionalización de variables	21
3.7 Técnicas e instrumentos de la investigación.	23
3.7.1 Técnica: Encuesta.....	23
3.7.2 Instrumento: Cuestionario	23
3.8 Validez de los instrumentos	24
3.8.1 Selección de expertos.	24
3.9 Confiabilidad de los instrumentos.....	24
3.9.1 Alfa de Cronbach, Oferta Turística.....	24
3.9.2 Alfa de Cronbach, Variable Desarrollo Turístico	25
3.10. Análisis e interpretación de la información.....	25
CAPÍTULO IV	26
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	26
4.1.1 Encuesta de la variable Oferta – Prestadores de servicio.....	26
4.1.2 Encuesta de la variable Desarrollo Turístico – Población	29
4.2 Prueba de hipótesis.....	31

4.3 Presentación de resultados	35
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
Anexo. 1 Árbol de problemas	41
Anexo 2 Propuesta	42
Anexo 3. Resultado de las encuestas.....	58
Anexo 4 Atractivos turísticos de Riobamba.....	121
Anexo 5. Encuestas	131
Anexo 6. Validación de los instrumentos, por parte de expertos.....	135
Anexo 7. Fotografías	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estadística de fiabilidad.....	22
Tabla 2. Estadística de fiabilidad.....	23
Tabla 3. Chi-cuadrado hipótesis general.....	29
Tabla 4. Chi-cuadrado hipótesis específica 1.....	30
Tabla 5. Chi-cuadrado hipótesis específica 2.....	31
Tabla 6. Chi-cuadrado hipótesis específica 3.....	31
Tabla 7. Chi-cuadrado hipótesis específica 4.....	32
Tabla 8. Costos del producto turístico.....	51
Tabla 9. Género.....	55
Tabla 10. Nivel de instrucción.....	56
Tabla 11. Edad.....	57
Tabla 12. Tipo de empresa.....	58
Tabla 13. Señalética Turística.....	59
Tabla 14. Accesibilidad.....	60
Tabla 15. Información turística.....	61
Tabla 16. Valorización de atractivos.....	62
Tabla 17. Grado de innovación en los atractivos.....	63
Tabla 18. Grado de sostenibilidad.....	64
Tabla 19. Estado de los establecimientos de alojamiento.....	65
Tabla 20. Calidad de servicio.....	66
Tabla 21. Formalidad de establecimientos de alimentos y bebidas.....	67
Tabla 22. Accesibilidad en el precio.....	68
Tabla 23. Nivel de especialización.....	69

Tabla 24. Horario de atención.....	70
Tabla 25. Equidad de género.....	71
Tabla 26. Atención en salud pública.....	72
Tabla 27. Grado de impacto del turismo.....	73
Tabla 28. Competitividad de las actividades turísticas.....	74
Tabla 29. Beneficios económicos a la población.....	75
Tabla 30. Empleo y emprendimientos en turismo.....	76
Tabla 31. Conservación de atractivos culturales.....	77
Tabla 32. Educación ambiental.....	78
Tabla 33. Disponibilidad de servicios básicos.....	79
Tabla 34. Grado de satisfacción.....	80
Tabla 35. Conservación del patrimonio.....	81
Tabla 36. Calidad de los prestadores.....	82
Tabla 37. Medios de oferta.....	83
Tabla 38. Tipos de atractivos.....	84
Tabla 39. Servicios que oferta.....	85
Tabla 40. Tipos de actividades.....	86
Tabla 41. Género.....	87
Tabla 42. Edad.....	88
Tabla 43. Nivel de instrucción.....	89
Tabla 44. Señalética Turística.....	90
Tabla 45. Accesibilidad.....	91
Tabla 46. Información turística.....	92
Tabla 47. Valorización de atractivos.....	93

Tabla 48. Grado de innovación en los atractivos.....	94
Tabla 49. Grado de sostenibilidad.....	95
Tabla 50. Estado de los establecimientos de alojamiento.....	96
Tabla 51. Calidad de servicio.....	97
Tabla 52. Formalidad de establecimientos de alimentos y bebidas.....	98
Tabla 53. Accesibilidad en el precio.....	99
Tabla 54. Nivel de especialización.....	100
Tabla 55. Horario de atención.....	101
Tabla 56. Equidad de género.....	102
Tabla 57. Atención en salud pública.....	103
Tabla 58. Grado de impacto del turismo.....	104
Tabla 59. Competitividad de las actividades turísticas.....	105
Tabla 60. Beneficios económicos a la población.....	106
Tabla 61. Empleo y emprendimientos en turismo.....	107
Tabla 62. Conservación de atractivos culturales.....	108
Tabla 63. Educación ambiental.....	109
Tabla 64. Disponibilidad de servicios básicos.....	110
Tabla 65. Grado de satisfacción.....	111
Tabla 66. Conservación del patrimonio.....	112
Tabla 67. Calidad de los prestadores.....	113
Tabla 68. Medios de información.....	114
Tabla 69. Tipos de atractivos.....	115
Tabla 70. Servicios requeridos.....	116
Tabla 71. Tipos de actividades.....	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Selección del proyecto.....	41
Gráfico 2. Atractivos turísticos específicos de la ciudad.....	46
Gráfico 3. Atractivos turísticos específicos de la ciudad.....	47
Gráfico 4. Playoffs Jam de Leones.....	48
Gráfico 5. Playoffs Jam de Leones.....	51
Gráfico 6. Página oficial de Facebook Playoffs Jam de Leones.....	52
Gráfico 7. Género.....	55
Gráfico 8. Nivel de instrucción.....	56
Gráfico 9. Edad.....	57
Gráfico 10. Tipo de empresa.....	58
Gráfico 11. Señalética turística.....	59
Gráfico 12. Accesibilidad.....	60
Gráfico 13. Información turística.....	61
Gráfico 14. Valorización de atractivos.....	62
Gráfico 15. Grado de innovación en los atractivos.....	63
Gráfico 16. Grado de sostenibilidad.....	64
Gráfico 17. Estado de los establecimientos de alojamiento.....	65
Gráfico 18. Calidad de servicio.....	66
Gráfico 19. Formalidad de establecimientos de alimentos y bebidas.....	67
Gráfico 20. Accesibilidad en el precio.....	68
Gráfico 21. Nivel de especialización.....	69
Gráfico 22. Horario de atención.....	70

Gráfico 23. Equidad de género.....	71
Gráfico 24. Atención en salud pública.....	72
Gráfico 25. Grado de impacto del turismo.....	73
Gráfico 26. Competitividad de las actividades turísticas.....	74
Gráfico 27. Beneficios económicos a la población.....	75
Gráfico 28. Empleo y emprendimientos en turismo.....	76
Gráfico 29. Conservación de atractivos culturales.....	77
Gráfico 30. Educación ambiental.....	78
Gráfico 31. Disponibilidad de servicios básicos.....	79
Gráfico 32. Grado de satisfacción.....	80
Gráfico 33. Conservación del patrimonio.....	81
Gráfico 34. Calidad de los prestadores.....	82
Gráfico 35. Medios de oferta.....	83
Gráfico 36. Tipos de atractivos.....	84
Gráfico 37. Servicios que ofertan.....	85
Gráfico 38. Tipos de actividades.....	86
Gráfico 39. Género.....	87
Gráfico 40. Edad.....	88
Gráfico 41. Nivel de instrucción.....	89
Gráfico 42. Señalética turística.....	90
Gráfico 43. Accesibilidad.....	91
Gráfico 44. Información turística.....	92
Gráfico 45. Valorización de atractivos.....	93
Gráfico 46. Grado de innovación en los atractivos.....	94

Gráfico 47. Grado de sostenibilidad.....	95
Gráfico 48. Estado de los establecimientos de alojamiento.....	96
Gráfico 49. Calidad de servicio.....	97
Gráfico 50. Formalidad de establecimientos de alimentos y bebidas.....	98
Gráfico 51. Accesibilidad en el precio.....	99
Gráfico 52. Nivel de especialización.....	100
Gráfico 53. Horario de atención.....	101
Gráfico 54. Equidad de género.....	102
Gráfico 55. Atención en salud pública.....	103
Gráfico 56. Grado de impacto del turismo.....	104
Gráfico 57. Competitividad de las actividades turísticas.....	105
Gráfico 58. Beneficios económicos a la población.....	106
Gráfico 59. Empleo y emprendimientos en turismo.....	107
Gráfico 60. Conservación de atractivos culturales.....	108
Gráfico 61. Educación ambiental.....	109
Gráfico 62. Disponibilidad de servicios básicos.....	110
Gráfico 63. Grado de satisfacción.....	111
Gráfico 64. Conservación del patrimonio.....	112
Gráfico 65. Calidad de los prestadores.....	113
Gráfico 66. Medios de información.....	114
Gráfico 67. Tipos de atractivos.....	115
Gráfico 68. Servicios requeridos.....	116
Gráfico 69. Tipos de actividades.....	117

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Estado del arte.....	13
Cuadro 2. Matriz de consistencia.....	20
Cuadro 3. Operacionalización de variables.....	21
Cuadro 4. Validez del Instrumento.	22
Cuadro 5. Interpretación de encuestas de la variable independiente.....	24
Cuadro 6. Interpretación de encuestas de la variable dependiente.....	27
Cuadro 7. Selección del producto.....	44
Cuadro 8. Diseño del modelo de negocio.....	45
Cuadro 9. Ejecución del producto turístico.....	46
Cuadro 10. Itinerario a desarrollarse.....	49

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Iglesia San Antonio de Padua.....	118
Ilustración 2. Museo de la Concepción.....	119
Ilustración 3. Iglesia de San Alfonso.....	120
Ilustración 4. Iglesia Catedral de Riobamba.....	121
Ilustración 5. Basílica del Sagrado Corazón de Jesús.....	122
Ilustración 6. Templo de La Merced.....	123
Ilustración 7. Centro Histórico de Riobamba.....	124
Ilustración 8. Estación del ferrocarril.....	125
Ilustración 9. Parque Maldonado.....	126
Ilustración 10. Parque Sucre.....	127
Ilustración 11. Encuesta prestadores de servicio.....	140
Ilustración 12. Encuesta prestadores de servicio.....	140
Ilustración 13. Encuesta prestadores de servicio.....	141
Ilustración 14. Encuesta a la población.....	141
Ilustración 15. Encuesta prestadores de servicio.....	142
Ilustración 16. Encuesta prestadores de servicio.....	142

RESUMEN

El objetivo es analizar la oferta turística y su influencia en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Se enfoca en los prestadores de servicios turísticos que constituyen una parte importante para el análisis actual en la oferta turística. En la investigación de campo se analizó la situación de la oferta turística y como esta se ha tornado inadecuada para el desarrollo turístico de la Ciudad de Riobamba. Por medio de la aplicación de la investigación exploratoria, descriptiva y explicativa, con un diseño de la investigación no experimental que comprende mediante la encuesta aplicada a 383 pobladores y 60 prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Riobamba. Dependiendo de los resultados obtenidos plantear una propuesta que solucione la problemática encontrada. Por medio de la comprobación de hipótesis realizada en el programa estadístico IBM SPSS Statistics v25. Finalmente los resultados permitieron demostrar como influye significativa la oferta turística y sus dimensiones, dentro del desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba. Donde se concluyó elaborar una propuesta que mejore y solucione el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba a través de un producto turístico deportivo que incluya a los diferentes prestadores de servicio de la ciudad.

Palabras clave: Oferta Turística, Desarrollo Turístico, Influencia, Producto turístico.

ABSTRACT

The objective is to analyze the tourist offer and its influence on the tourist development in Riobamba, Chimborazo province. It focuses on tourism service providers who request an important part for the current analysis of the tourism offer. The field research analyzes the situation of the tourist offer and how it has become unsuitable for the tourist development of Riobamba. It was developed through the application of an exploratory, descriptive and explanatory research, with a non-experimental research design that includes through the survey applied to 383 residents and 60 providers of tourist services in Riobamba. Depending on the results obtained, it proposes an idea that solves the problems found by means of the hypothesis testing carried out in the *IBM Statistics 25* statistical program. Finally, the results allowed to demonstrate the significant influence of the tourist offer and its dimensions within the tourist development of Riobamba. It led us to the conclusion to develop a proposal that improves and solves the performance of tourism service providers through a training plan for tourist service providers in Riobamba.

Keywords: tourist offer, tourist development, influence, training.



Reviewed by: Armas Geovanny, Mgs.

Linguistic Competences Professor

INTRODUCCIÓN

El tema propuesto Oferta y desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba tiene como finalidad conocer la problemática donde principalmente el turismo se enfoca en la satisfacción y necesidades del cliente, pero lastimosamente la limitada oferta de actividades turísticas ha convertido a Riobamba en una ciudad estacional. De acuerdo a esto se pudo evidenciar temas relacionados al propuesto que ayudarán a la investigación. Por lo tanto es de vital importancia conocer los factores que afectan la oferta y desarrollo turístico, ya que será de gran utilidad para beneficio de los riobambeños. Cabe recalcar que el turismo se ha vuelto un factor de gran importancia en la época actual, tornándose un alcance a nivel mundial, el cual debe ser aprovechado y practicado de manera proactiva, por ello el objetivo principal fue determinar la influencia de la oferta en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba. La presente investigación está compuesta por los siguientes capítulos:

Capítulo I, se expresa la situación problémica, formulación de problema, justificaciones teóricas, prácticas, metodológicas de la investigación, objetivos generales, específicos, finalmente, la hipótesis general y específicas.

Capítulo II, en este se describe al marco teórico de la investigación donde abordan los antecedentes, marco filosófico ,epistemológico, bases teóricas y el estado del arte.

Capítulo III, se enfoca la metodología de investigación empleada en la misma, los tipos y diseños en investigación, unidad de análisis, población para su estudio, matriz de operacionalización de variables y consistencia, técnicas e instrumentos, validez, confiabilidad de los mismos.

Capítulo IV, se aborda el análisis, interpretación y discusión de resultados, además instrumentos de medición, pruebas para comprobar hipótesis y la presentación de resultados.

Capítulo V, los anexos, la propuesta que está planteada con el resultado de la investigación.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación Problemática

La ciudad de Riobamba posee en su territorio varias instituciones que aportan en el desarrollo de la actividad turística, a pesar de que, el turismo en la ciudad se desarrolla día a día, no se evidencia que se lo realice, con un enfoque sostenible o se lleve un control entorno al tema, por otro lado, la limitada información veraz y actual, relativa a la actividad turística en la ciudad de Riobamba, es un problema innegable que afecta no solo a las instituciones afines al sector turístico, sino también a la población por el desconocimiento y la limitada información que recibe en la mayoría de los casos.

En Ecuador, al analizar los últimos datos en cuanto a establecimientos, que oferten actividades turísticas, estimamos a nivel nacional un total de 25.931 establecimientos, de los cuales 17.695 son de alimentos y bebidas; alojamiento 5.177, intermediación 2.246, de transporte 510 y tan solo 303 de recreación. (Mintur, 2016)

Las cifras que nos proporciona el MINTUR, para el cantón Riobamba reflejan similitud a nivel nacional. Existen un total de 113 establecimientos de alojamiento, 457 establecimientos de alimentos, bebidas 60 de intermediación y tan solo 6 establecimientos de recreación turística.

Principalmente el turismo se enfoca en la satisfacción y necesidades del cliente, pero lastimosamente la limitada oferta de actividades turísticas ha convertido a Riobamba en una ciudad estacional. De acuerdo a los datos se puede identificar como principales debilidades a nivel nacional, la reducida cantidad de establecimientos que oferten servicios de recreación.

Así se puede ya ir teniendo un panorama claro del motivo por el cual el país es tan solo estacional para el visitante.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 General

¿De qué manera la oferta influye en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?

1.2.2 Específicos

- ¿De qué manera influyen las facilidades en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?
- ¿De qué manera los servicios influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?
- ¿De qué manera los atractivos influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?
- ¿De qué manera las actividades influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

La investigación, pretende mediante la recolección informativa de fuentes ya existentes, determinar la influencia que posee la oferta turística en establecimientos de intermediación, en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo y por qué no ha prosperado como en otros países de América latina consolidándose como una alternativa productiva.

La importancia de la investigación esta enfocada en los aportes que resulten de la compilación de información sobre la razón fundamental del porque la oferta en el cantón

Riobamba es tan limitada. Una vez que se identifique el factor principal se podrá establecer las causas del porque en ese sentido, Riobamba se sigue considerando una ciudad de paso.

1.3.2 Justificación práctica

Este proyecto investigativo, se realiza con el afán de impulsar, la oferta en cuanto al desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, ya que pesar de ser una ciudad rica en recursos culturales y patrimoniales, no ha podido aprovechar de los mismos en forma óptima, lo cual asegura que Riobamba se considera para el turista como una ciudad netamente momentánea. Al fomentar la oferta que se encamine en la promulgación de los recursos, generará desarrollo, el cual pretende dar solución a las deficientes actividades turísticas en la ciudad.

1.3.3 Justificación metodológica

Con el propósito de alcanzar el objetivo de la investigación se aplicó técnicas y procesos (encuestas y tabulación), que brinda información de las dos variables propuestas, en donde se desarrollaron dos cuestionarios uno dirigido a los prestadores de servicio turístico y otro a la población.

1.4 Objetivos

1.4.1 General:

Determinar la influencia de la oferta en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba

1.4.2 Específicos:

- Identificar cómo las facilidades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.

- Analizar de qué manera los servicios influyen desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
- Definir cómo los atractivos influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
- Establecer de qué manera las actividades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
- Desarrollar una propuesta adecuada que permita dar solución a la problemática

1.5 Hipótesis

1.5.1 General

La oferta turística influye en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.

1.5.2 Específicas

- Las facilidades influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.
- Los servicios influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.
- Los atractivos influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.
- Las actividades influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de investigación

Los productos turísticos para diversificar la oferta del turismo en el cantón Chunchi provincia de Chimborazo”, propone el diseño de productos turísticos con el fin de darse a conocer al mundo: lo que ofrecen, donde están ubicados y como pueden contactarse para adquirir sus productos. La factibilidad para el diseño de productos turísticos en el cantón Chunchi. (Ojeda, 2017, pág. 26)

La oferta turística y la comercialización de las artesanías tradicionales en la ciudad de Riobamba”, propone elaborar un plan de Marketing para mejorar la oferta turística a través de comercialización de las artesanías tradicionales en la ciudad de Riobamba. (Bonilla, 2019, pág. 15)

También se menciona que: “Oferta de los atractivos y prestadores de servicios turísticos de la parroquia Simiatug”, ya que existe lugares de visita que deben ser aprovechados positivamente para mejorar la calidad de vida de la localidad. La investigación tiene como propuesta, diseñar la estrategia para la parroquia Simiatug, enfocando al desarrollo turístico que permita el mejoramiento de la oferta turística, como una alternativa de solución ante la oferta turística y su relación con el desarrollo turístico de la parroquia. (Tibalombo, 2019, pág. 42)

Según la autora de la “Gestión y oferta turística en la comunidad Atillo, parroquia Cebadas, cantón Guamote”, el propósito de la investigación fue definir estrategias de gestión para mejorar y diversificar la oferta turística de la comunidad Atillo, parroquia Cebadas, cantón Guamote. (Montero, 2019, pág. 28)

El objetivo principal de acuerdo al autor es “Establecer la influencia de la gestión local en el desarrollo turístico de la parroquia Pungalá.”, se pretende aportar conocimiento sobre la relación que tiene la gestión local como instrumento para un adecuado desarrollo turístico en una parroquia rural, que posee gran potencial por sus recursos turísticos culturales y naturales. Los resultados que se generen, de la misma se podrán sintetizar, en una

propuesta que facilite a la academia, considerar resultados cualitativos y significantes sobre la importancia del turismo en la vida diaria de la ruralidad. (Parra, 2019, pág. 35)

El “Desarrollo turístico del cantón Chimbo y la inadecuada planificación en función al turismo”, es por ello que se ejecuta esta investigación para dar solución a mencionada problemática; el avance de la misma será planteada bajo estrictos niveles de responsabilidad social y compromiso, por estos motivos, la población, servidores turísticos y la unidad de turismo trabajará en función de los objetivos planteados para con ello potencializar turísticamente al cantón Chimbo. (Ulloa, 2019, pág. 29)

2.2 Marco Filosófico o epistemológico de la investigación

2.2.1 Epistemología de la oferta turística

Se define que la oferta turística es un conjunto de transportes, instalaciones y servicios disponibles para que sean utilizados por los turistas para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones. (Quezada, 2010, pág. 10)

Según la Organización Mundial del Turismo menciona que la oferta turística consiste en un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda, constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene un todo integrado por estos productos. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

Un enfoque político y estratégico, la necesidad de contar con atractivos turísticos valiosos, que permitan conformar una oferta de macroproductos relevantes y, a la vez, reducir la insatisfacción de la experiencia turística mediante el ajuste entre oferta disponible y oferta promocionada. (Navarro, 2014, pág. 56)

2.2.2 Epistemología desarrollo turístico

El desarrollo de los destinos turísticos consiste en involucrar la aplicación de herramientas para lograr con éxito las metas económicas, sociales y ambientales que están sustancialmente unidas al sistema que conforman los destinos turísticos en las áreas rurales. (Crosby, 2009, pág. 14)

La implantación y desarrollo turístico a escala local supone la consideración del papel de los agentes que actúan, las articulaciones entre turismo , el impacto ambiental derivado, de las instalaciones entre turismo y resto de actividades productivas, equipamientos, la nueva funcionalización , diseño de los espacios de acogida y la gestión de los flujos en el territorio. (Cebrián, 2008, pág. 44)

Los procesos de mundialización, liberalización y descentralización, que se está produciendo en el desarrollo turístico, requieren una acción especial, por parte de las administraciones locales; en efecto, el turismo, por consistir en el movimiento de las personas con fines de ocio, negocio, salud, estudio y otros propósitos de suministro a los viajeros, visitantes de bienes y servicios durante su viaje. (Bigné, 2000, pág. 32)

2.3 Bases Teóricas

2.3.1 Variable Independiente

Oferta Turística

“Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario o turista en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. (Mintur, 2016)

Facilidades Turísticas

“Es toda infraestructura de complemento y apoyo que posibilita la visita en el atractivo con el fin de reforzar la experiencia turística”. (Mintur, 2016)

Servicios Turísticos

“Son todos los servicios que el turista requiere mientras está de viaje, como alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viaje, etc”. (Servicio Nacional de Turismo, 2018)

Atrativos Turísticos

“Es el recurso turístico al cual la actividad humana les ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor”. (Mincetur, 2016)

Actividades Turísticas

“La destinada a prestar a los turistas los servicios de recreación, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo” (Mintur, 2016)

2.3.2 Variable Dependiente

Desarrollo turístico

“Es el encaje de los recursos naturales e históricos de un determinado lugar con la demanda y preferencias de turistas actuales o potenciales, aplicando criterios medioambientales, socioculturales y económicos, en sus recursos naturales como base para próximas atracciones. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

Sociocultural

“La mejora de la calidad de vida de todos los agentes involucrados en la experiencia turística, respondiendo a sus expectativas y necesidades”. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

Económico

“Fundamentalmente es fomentar la competitividad y rentabilidad sostenida del sector, contribuyendo al crecimiento del país”. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

Ambiental

“Asentar las bases para alcanzar un desarrollo turístico más respetuoso con los entornos naturales y culturales”. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

Turismo

El turismo es importancia en las interrelaciones de los pueblos, de la generación de divisas y empleos para los habitantes de un lugar, siendo una industria limpia, ya que en si el turismo es el desplazamiento libre y voluntario a un lugar fuera del entorno habitual con el fin de la recreación, ocio o por negocio entre otros. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

2.4 Estado del arte

Cuadro 1. Estado del arte

Autor	Año	Título	Aspectos desarrollados
Variable Independiente: Oferta Turística			
Rojas, Mateos, & Torre	2017	La integración de los productos agroalimentarios de las tiendas “Gourmet” en la oferta turística gastronómica de la ciudad de Córdoba	El estudio de los establecimientos comerciales de productos agroalimentarios especializados tipo gourmet o delicatessen en un destino de turismo urbano cultural como es la ciudad de Córdoba, centrándose en las relaciones y sinergias existentes con su dinámica urbana reciente, la oferta turística general de la ciudad y la oferta gastronómica local y provincial. (Rojas, 2017, pág. 12)
Lucia Serrano & Villafuerte Pucha	2018	Indicadores Turísticos: Oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca – Ecuador	La recopilación de información primaria y secundaria para su posterior implementación y manejo a fin de caracterizar el mercado del turismo local y determinar la relación con el macroentorno turístico. Metodológicamente se utilizó un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo mediante encuestas cerradas a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. (Pucha, 2018, pág. 21)
Cardet, Gonzales, Isidora, & Puente	2017	Turismo y patrimonio a favor del desarrollo local, para diferenciar el destino Holguín	Es necesario diseñar nuevos productos turísticos que sean pertinentes y rentables (económica, social y ambientalmente), según el amplio espacio de la oferta y la demanda. Por tales motivos, el objetivo de la investigación fue implementar un procedimiento de carácter participativo para el diseño de productos turísticos, que propicie una mejor actuación de los gestores, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes mediante una oferta de productos pertinentes, competitivos y sostenibles. (Cardet, 2017, pág. 14)
Arismendi, Torres, Ospina, Ramírez, & Muñoz	2017	El Turismo urbano como oferta turística alternativa en Medellín: comportamientos espaciales de la ciudad como destino turístico	Busca una reflexión acerca del reconocimiento y valoración de la oferta turística local y el modelo de gestión de la ciudad desde sus inicios. Esta reflexión permite evidenciar manifestaciones y comportamientos espaciales que generan hoy oportunidades a las comunidades de una manera incluyente e irradian una nueva imagen de ciudad emergente, resiliente de sus dificultades e innovadora en sus acciones, como pocas en el mundo; también permite identificar nuevas oportunidades de ciudad para su ordenación e intervención planificadora hacia el futuro, en las que todos deben prepararse para aumentar y conservar la posibilidad de optimizar el desarrollo económico y social local de manera sostenible y competitiva. (Arismendi, 2017, pág. 36)
Zárate Martín & García Ferrero	2017	Los Museos, oferta consolidada para el turismo sostenible y la calidad del paisaje	Reconocen los museos como oferta de turismo cultural sostenible para una sociedad cada vez con más tiempo libre y capacidad de desplazarse por ocio y turismo. En este artículo se analiza la evolución de los museos desde su primera función de acopio de materiales para su conservación hasta la situación actual, en la que forman parte de la oferta turística y compiten para aumentar sus visitantes, potenciando sentimientos de identidad colectiva y de respeto y tolerancia hacia otras culturas. (Ferrero, 2017, pág. 28)

Variable Dependiente: Desarrollo Turístico			
Santos, Galárraga, & Duque	2018	Reflexiones acerca del desarrollo del turismo: Caso de estudio observatorio de turismo para la provincia de Pichincha	El objetivo de este trabajo es informar la experiencia realizada en la propuesta de creación del Observatorio de Turismo, para la provincia de Pichincha (Ecuador). Metodológicamente, en la creación del observatorio se ha utilizado el “Enfoque de Procesos” basado en la realización de un conjunto de actividades mutuamente relacionadas que permita mejorar el sistema de información sobre la base de la retroalimentación. La investigación evidenció la falta de estadísticas e información fidedigna y actualizada con relación al mercado turístico toma de decisiones del sector público y el sector privado. (Santos, 2018, pág. 27)
Covarrubias Ramírez, Vargas Vázquez, & Rodríguez Herrera	2018	Satisfacción de residentes con el desarrollo de la actividad turística en los pueblos mágicos de México: un indicador de competitividad. Casos de Cómala en Colima y de real de asientos en Aguascalientes.	La actividad turística ha sido impulsada en varios destinos del territorio mexicano, buscando que sea el motor del desarrollo socioeconómico regional. Un ejemplo es el programa “Pueblos Mágicos de México” impulsado por la Secretaria de Turismo (SECTUR), con el que se busca estructurar una oferta turística complementaria y diversificada, así como aprovechar las singularidades de las localidades para la oferta de productos turísticos diferenciados. (Covarrubias Ramírez, 2018, pág. 10)
Manfugás, Bendig, Navarrete, & Rodríguez	2017	Contribución de la gastronomía típica al desarrollo turístico del destino Cuba	Se evidenció que el patrimonio gastronómico del destino es auténtico y variado y puede contribuir al desarrollo del producto turístico de la nación, sin embargo, en la actualidad no están creadas las condiciones para ello. Los restaurantes extra hoteleros del país no se orientan en su mayoría hacia la oferta de cocina cubana, la comercialización de los platos típicos es limitada y existe insatisfacción de los turistas con la oferta. (Manfugás, 2017, pág. 39)
Gil Quiles & García Pérez	2017	La Estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos rurales. Caso de estudio: el Valle de Ricote (Murcia)	En las dos últimas décadas, las áreas rurales han recibido una elevada financiación para invertir en el sector turístico. Las inversiones se han destinado, en muchos casos, a satisfacer los intereses de municipios concretos sin delimitar correctamente los destinos turísticos y sin desarrollar un plan global capaz de crear un destino turístico integrado y competitivo. (Pérez, 2017, pág. 52)
Rojas, Mateos, & Torre	2017	La integración de los productos agroalimentarios de las tiendas “Gourmet” en la oferta turística gastronómica de la ciudad de Córdoba	El estudio de los establecimientos comerciales de productos agroalimentarios especializados tipo gourmet o delicatessen en un destino de turismo urbano cultural como es la ciudad de Córdoba, centrándose en las relaciones y sinergias existentes con su dinámica urbana reciente, la oferta turística general de la ciudad y la oferta gastronómica local y provincial. (Rojas, Mateos, & Torre, 2017, pág. 49)

Fuente: Fuentes bibliográficas

Elaboración: Alejandro Ortega

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

Esta investigación se desarrolla con un enfoque cuantitativo, tiene un diseño metodológico transversal y no experimental además existen tipos de investigación aplicados como el correlacional, descriptivo y explicativo.

3.1.1 Tipos de investigación

Los tipos de investigación poseen metodologías que están vinculadas con el diseño metodológico ya que son secuenciales y cumplen con funciones específicas, arrojando datos que respalden la investigación.

Correlacional

Es de este tipo ya que el análisis estadístico es bivariado, significa que se analiza la relación o influencia de la variable independiente en la dependiente, este tipo de investigación se aplica la comprobación de hipótesis, luego de aplicar modelos estadísticos con los respectivos instrumentos.

Descriptivo

Este tipo de investigación se aplica al analizar las encuestas, puesto que se estudia la realidad de un fenómeno, además con los resultados adquiridos se plantea una propuesta para la investigación.

Explicativa

Este tipo de investigación llega al origen de la problemática relacionando el diseño de investigación analítico-sintético puesto que su objetivo es estudiar el fenómeno, pero de una manera concreta conociendo causa y efecto, respondiendo el porqué de un acontecimiento.

3.1.2 Diseño de la investigación

Enfoque Cuantitativo

Es fundamental su aplicación, en esta investigación, ya que el proyecto parte de una idea y es secuencial por lo tanto se desarrollan objetivos, hipótesis, se determinan variables, además se emplean métodos estadísticos, para cuantificar y obtener un mejor manejo numérico de los resultados.

Diseño metodológico

No experimental:

Es muy importante para la recopilación de datos, ya que se analiza eventos ocurridos dentro de la ciudad de Riobamba reflejadas en las dimensiones de las variables en un determinado tiempo dado.

Transversal:

Es transversal por que este tipo de investigación, se centra en la comparación de determinadas características o situaciones en diferentes sujetos en un momento concreto, compartiendo todos los sujetos la misma temporalidad. Por lo tanto, el presente proyecto se investigó en un momento determinado puesto que no se dará seguimiento en otras situaciones por parte del autor.

3.2 Unidad de análisis

Oferta Turística

Se tomó en cuenta a los prestadores de servicio turístico de la ciudad de Riobamba que constan en el catastro, a establecimientos de intermediación turística, siendo estos operadoras, agencias de viaje, servicio de transporte ya que son los principales actores en la prestación de servicios.

Desarrollo Turístico

Constituye los habitantes de la ciudad de Riobamba, específicamente a la población económicamente activa, ya que son los principales involucrados, en el desarrollo del turismo en la ciudad.

3.3 Población

Población 1: Para la variable oferta turística, la población de estudio está constituida por establecimientos de intermediación turística, que consta 60 en el catastro turístico de la ciudad, proporcionada por la Dirección de Turismo de Riobamba, tomando en cuenta operadoras, agencias de viajes y servicio de transporte.

Población 2: Para la variable desarrollo turístico la población de estudio lo constituyen los 147.387 habitantes de la ciudad de Riobamba, siendo esta la población económicamente activa en un rango de 20 a 60 tomado de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, proyectado en el CENSO 2010 – 2020, siendo 175.000 el total de la población.

3.4. Tamaño de muestra

Muestra 1

Está constituida por los establecimientos de intermediación turística, que consta en el catastro turístico proporcionado por la Dirección de Turismo de Riobamba (2019), tomando en cuenta 60 establecimientos ya antes mencionados, cabe recalcar que no se tomaron en cuenta servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, guianza ya que al momento de la recolección de datos el país entró en emergencia sanitaria por lo que estos prestadores fueron los primeros en paralizar sus actividades, además los mismos se incluyen dentro de los paquetes ofertados por los prestadores de servicio turístico.

Muestra 2

La muestra, se tomó de un total de 147.387 entre 20 a 60 años, tomado de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, proyectado en el CENSO 2010 – 2020, mismos que brindan información precisa acerca del turismo en la ciudad, se aplicó la fórmula para poblaciones finitas, donde fue considerada específicamente el sector económico activo.

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

$$n = \frac{0,50 * 0,50 * 147.387}{\frac{(60 - 1)0,05^2}{1,96^2} + 0,5 * 0,5} = 383$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra = ?

p= probabilidad de concurrencia = 0.50

q= probabilidad de no concurrencia = 0.50

N= población o universo = 147.387

K= 1.96 (Nivel de confianza) = 95%

E= Error admisible = 0.05

3.5. Selección de la muestra

Haciendo uso del método cuantitativo y partiendo desde lo general a lo específico, se utiliza la medición numérica y programas estadísticos para la aprobación de hipótesis.

Fase 1: Por la emergencia sanitaria que vive el país fue necesario realizar un método de exclusión y se trabajó solo con 56 establecimientos de intermediación turística (operadoras y agencias de viaje); y 6 establecimientos de transporte registrados en el catastro de la Dirección

de Turismo de Riobamba, se consideró solo estos prestadores, debido a que la emergencia sanitaria, dificultó la recopilación de información del resto de establecimientos turísticos.

Fase 2: La muestra es probabilística, se aplicó la fórmula de Canavos para poblaciones finitas obteniendo como resultado, 383 habitantes a los que se aplica las encuestas.

3.6 Variables Independiente y Dependiente

3.6.1 Matriz de consistencia

Cuadro 2 . Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>¿De qué manera influye la oferta en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?</p> <p>Específicos</p> <p>¿De qué manera influyen las facilidades en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?</p> <p>¿De qué manera los servicios influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?</p> <p>¿De qué manera los atractivos influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?</p> <p>¿De qué manera las actividades influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba?</p>	<p>Determinar la influencia de la oferta en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba</p> <p>O. Específicos</p> <p>Determinar cómo las facilidades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.</p> <p>Analizar de qué manera los servicios influyen desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.</p> <p>Definir cómo los atractivos influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.</p> <p>Determinar de qué manera las actividades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.</p> <p>Desarrollar una propuesta adecuada que permita dar solución a la problemática</p>	<p>La oferta turística influye en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.</p> <p>H. Especificas</p> <p>Las facilidades influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.</p> <p>Los servicios influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.</p> <p>Los atractivos influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.</p> <p>Las actividades influyen en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.</p>	<p>Independiente</p> <p>Oferta Turística</p> <p>Dependiente</p> <p>Desarrollo turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades Turísticas • Servicios • Atractivos • Actividades • Sociocultural • Económico • Ambiental • Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética • Accesibilidad • Información • Alojamiento • Operación e Intermediación • Alimentos y bebidas • Culturales • Innovación • Sostenibilidad • Horario de atención • Nivel de especialización. • Precio • Impacto del turismo en la población. • Salud • Equidad de género • Competitividad • Beneficios económicos • Empleo • Conservación • Servicios básicos • Educación ambiental • Satisfacción pobladores y turistas • Conservación del patrimonio. • Calidad

Realizado por: Alejandro Ortega

3.6.2 Operacionalización de variables

Cuadro 3 . Operacionalización de variables

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	ITEMS
Independiente Oferta Turística	“ La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas”. Segittur, (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades Turísticas • Servicios • Atractivos • Actividades 	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética • Accesibilidad • Información • Alojamiento • Operación e Intermediación • Alimentos y bebidas • Culturales • Innovación • Sostenibilidad • Horario de atención • Nivel de especialización. • Precio de acceso 	<ul style="list-style-type: none"> • La señalética turística con la que cuenta la ciudad de Riobamba. • Las condiciones de uso, en cuanto a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba. • La información recibida de los sitios turísticos en Riobamba es • La valorización y estado de los atractivos turísticos culturales de Riobamba. • El grado de innovación existente en los atractivos turísticos de Riobamba. • El grado de sostenibilidad que se encuentran los atractivos turísticos en Riobamba. • El estado en él que se encuentran los establecimientos de alojamiento en Riobamba. • El nivel de calidad en el servicio de operación e intermediación en Riobamba. • La formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas • La accesibilidad en el precio a las diferentes actividades turísticas en Riobamba. (Museos, parques, conciertos) • El nivel de especialización que tienen las actividades turísticas en Riobamba. • El horario de atención al público que brindan las actividades turísticas en Riobamba.

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	ITEMS
<p>Dependiente</p> <p>Desarrollo Turístico</p>	<p>Es el encaje de los recursos naturales e históricos de un determinado lugar con la demanda y preferencias de turistas actuales o potenciales, aplicando criterios medioambientales, socioculturales y económicos, en sus recursos naturales como base para próximas atracciones. OMT, (2017)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sociocultural • Económico • Ambiental • Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto del turismo en la población. • Salud • Equidad de género • Competitividad • Beneficios económicos • Empleo • Conservación • Servicios básicos • Educación ambiental • Satisfacción pobladores y turistas • Conservación del patrimonio. • Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • El grado de equidad de género en la población y turistas en Riobamba. • La atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba. • El grado de impacto del turismo en la población de Riobamba • La competitividad de las actividades turísticas que se desarrollan en Riobamba. • Los beneficios económicos a la población y a la ciudad por el turismo en Riobamba. • El grado de empleo en turismo y emprendimientos turísticos que existe en Riobamba. • La conservación de los atractivos turísticos culturales de Riobamba. • El grado de educación ambiental que posee Riobamba para la conservación del medio ambiente. • La disponibilidad de servicios básicos para la población y turistas en Riobamba. • El grado de satisfacción de los turistas y residentes del turismo en Riobamba. • El grado de conservación del patrimonio existente en Riobamba. • La calidad de los prestadores de servicios turísticos en Riobamba.

Realizado por: Alejandro Ortega

3.7 Técnicas e instrumentos de la investigación.

3.7.1 Técnica: Encuesta

Etapas 1. Mediante el diagnóstico situacional, desarrollo turístico y el criterio de los representantes de establecimientos, en intermediación turística de la ciudad de Riobamba se manejó la siguiente técnica.

- Encuesta a 60 establecimientos de intermediación turística.
- Análisis cuantitativo mediante IBM SPSS Statistics v-25

Etapas 2. Para analizar la oferta turística en la ciudad de Riobamba, de acuerdo al criterio de la población económicamente activa proyectada del CENSO 2010 – 2020 se utilizó la siguiente técnica.

- Encuesta a 383 pobladores económicamente activos de la ciudad de Riobamba
- Análisis cuantitativo a través de IBM SPSS Statistics v-25

3.7.2 Instrumento: Cuestionario

Fase 1: Se diseña un banco de 31 preguntas las cuales fueron evaluadas mediante el criterio de varios expertos. Luego de ser aprobado, se mide la confiabilidad de las preguntas y se comprueba mediante el estadígrafo IBM SPSS Statistics v-25.

Fase 2: Para analizar la relación del cuestionario y la investigación, se correlaciona la influencia de la pregunta con la respectiva variable, mediante el software IBM SPSS Statistics v-25

3.8 Validez de los instrumentos

3.8.1 Selección de expertos.

Los expertos fueron seleccionados en base a características particulares en cuanto al conocimiento en temas de “Desarrollo Turístico” y “Oferta Turística” considerando que son profesionales de tercer nivel y enfocados ampliamente los temas.

Cuadro 4 . Validez del Instrumento.

Expertos	Cargo	Asignación
Mgs. Danilo Quintana	Profesor UNACH	Tutor
PhD. José Álvarez	Profesor UNACH	Presidente
Ing. Marylin Lascano	Profesor UNACH	Miembro 1
Mgs. Pablo Méndez	Profesor UNACH	Miembro 2

Fuentes: Docentes expertos de la carrera de Gestión Turística y Hotelera
Elaborado por: Alejandro Ortega

3.9 Confiabilidad de los instrumentos

3.9.1 Alfa de Cronbach, Oferta Turística

De acuerdo con el Alfa de Cronbach, esta mide la consistencia del instrumento de medición de la variable dependiente “Oferta”, aplicadas a 60 establecimientos turísticos, se concluye que tiene una consistencia interna adecuada, siendo este 0,891 dando un alto grado de confiabilidad.

Alfa de Crombach, variable Oferta

Tabla 3. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.891	24

Fuene: Modelo de encuestas.

Realizado por: Alejandro Ortega

3.9.2 Alfa de Cronbach, Variable Desarrollo Turístico

De acuerdo con el Alfa de Cronbach que mide la consistencia del instrumento de medición de la variable independiente “Desarrollo Turístico”, aplicadas a 383 pobladores, se concluye que esta tiene una consistencia interna adecuada, siendo este 0,933 dando un grado alto de confiabilidad.

Alfa de Cronbach, variable Desarrollo Turístico

Tabla 4. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.933	24

Fuene: Modelo de encuestas.

Realizado por: Alejandro Ortega

3.10. Análisis e interpretación de la información

La información será procesada mediante la herramienta estadística SPSS versión 25. Presentada en cuadros y gráficos considerando la variable, el números de encuestados y el porcentaje para finalmente realizar el análisis e interpretación. (Cuadro 5) de la información obtenida (Anexos 3), misma que será presentada en un cuadro resumen que estipule en sí dimensiones e indicadores cada uno con sus respectivas conclusiones, con la finalidad de responder a las hipótesis planteadas logrando así construir un propuesta que fortalezca las debilidades encontradas logrando de este modo plantear solución ante la problemática hallada.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Se muestran a continuación un resumen de la información recolectada mediante los instrumentos de recolección aplicados previamente a pobladores y prestadores de servicio turístico en la ciudad de Riobamba.

4.1.1 Encuesta de la variable Oferta – Prestadores de servicio

Cuadro 5 . Interpretación de encuestas de la variable independiente

ITEM	INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL	
Género	Se observa que en la encuesta realizada el mes de marzo del 2020, a los prestadores de servicio turístico de la ciudad de Riobamba. Un 66,7% representa el género femenino mientras que el 33,3% representan el género masculino, entendiéndose que la mayoría de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Riobamba pertenecen al género femenino
Edad	La edad promedio de prestadores de servicio encuestada es de 31 a 40 años con un 41,7%. Por otra parte, el 16,7% tiene una edad entre 20 y 30 años que es una edad relativamente joven, entre 41 y 50 años se evidencia un 36,7% de un total de 60 encuestados. Los datos finalmente evidencian que los prestadores de servicio turístico tienen entre los 31 y 40 años..
Nivel de Instrucción	Realizadas las encuestas se pudo observar que el 6,7% tiene una educación secundaría, el siguiente grupo de encuestados que corresponde al 5% de superior no universitario, mientras que un 83,3% corresponde a la educación superior universitaria y por último el 5% tiene posgrado dándonos como resultado que la mayoría de los prestadores de servicio turístico tienen un nivel de instrucción superior universitario.
Tipo de empresa	Una vez aplicadas las respectivas encuestas se pudo observar que, el 83,3% pertenecen a agencias de viaje, por otro lado existe un mismo porcentaje del 8,3% entre transporte turístico y operadoras. Teniendo en cuenta que se tomó como referencia a los prestadores de servicio turístico con más experiencia en el ámbito turístico
Variable Independiente – Oferta Turística	
1 La señalética turística con la que cuenta la ciudad de Riobamba.	El 41,67% califico de forma regular a la señalética turística que cuenta la ciudad de Riobamba, mientras que el 33,33% califico de buena la señalética turística, por otra parte el 16,67% menciona que la señalética turística es mala y por último el 8,33% afirma que la señalética es muy buena.
2 Las condiciones de uso, en cuanto a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba.	Las encuestas mencionan que el 45% corresponde a las condiciones regulares de uso a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba, mientras que el 16,7% equivale a una accesibilidad muy buena. Lo que significa que se debe mejorar la accesibilidad que brinde nuestra ciudad.
3 La información recibida de los sitios turísticos en Riobamba.	Según las encuestas aplicadas a los prestadores de servicio turístico en la ciudad de Riobamba se evidencia que el 50% recibe una información turística buena, mientras que el 30% menciona que la información recibida es regular, por otro lado el 13,3% recibió una información turística mala y por último el 6,7% considera una muy buena información recibida.

ITEM	INTERPRETACIÓN
4 La valorización y estado de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.	De los prestadores de servicios turísticos encuestados el 11,7% indicó que el estado en el que se encuentran los atractivos culturales en la ciudad de Riobamba es malo, mientras que el 31,7% calificó de regular, el 36,7% evaluó que se encuentra en buen estado y por último el 20% mencionaron que el estado de atractivos culturales es muy bueno.
5 El grado de innovación existente en los atractivos turísticos de Riobamba.	El 16,67% de los encuestados menciona que el grado de innovación de los atractivos turísticos en la ciudad de Riobamba es regular, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 43,33% calificó de bueno al grado de innovación, en un grupo de referentes el 40% calificó de muy bueno..
6 El grado de sostenibilidad que se encuentran los atractivos turísticos en Riobamba.	El 1,7% calificó de forma negativa al grado de sostenibilidad en los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba, mientras tanto el 50% concordó que el grado de sostenibilidad es bueno, el 6,7% calificó de muy buena y por último el 41,7% evaluó como regular
7 El estado en el que se encuentran los establecimientos de alojamiento en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el mayor porcentaje es 46,7% que califica de regular el estado de los establecimientos en Riobamba, a diferencia el 16,7% califica de muy bueno el estado de los establecimientos de alojamiento, mientras que el 36,7% corresponde a una calificación buena.
8 El nivel de calidad en el servicio de operación e intermediación en Riobamba.	El 46,7% resultó ser regular el nivel de calidad para servicio de operación e intermediación en Riobamba, mientras que el 8,3% determinó ser malo, a diferencia que el 10% calificó de muy bueno, el 21,7% determinó un nivel de calidad bueno y el 13,3% de excelente.
9 La formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas.	El 28,3% de los encuestados menciona que la formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas es buena en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 31,7% calificó de regular a la formalidad con la que se manejan, un grupo de encuestados de 23,3% calificó de muy bueno, mientras que el 16,7% calificó de mala .
10 La accesibilidad en el precio a las diferentes actividades turísticas en Riobamba. (Museos, parques de diversiones, conciertos)	Según los datos recolectados al realizar las encuestas a los prestadores de servicio se obtienen los siguientes valores el 36,7% de los encuestados considera como regular a la accesibilidad en los precios a las diferentes actividades, por otro lado el 31,7% de los encuestados opina que el precio es bueno, se consideran como muy bueno con el 26,7%, aquellos con cifras menores son quienes consideran malo con el 5%
11 El nivel de especialización que tienen las actividades turísticas en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 6,7% califica de malo el nivel de especialización de las actividades turísticas, el 43,3% califica de regular al nivel de especialización, mientras que el 46,7% dio una calificación buena al nivel de especialización de las actividades en la ciudad y por último una calificación muy buena con un 3,3%.
12 El horario de atención al público que brindan las actividades turísticas en Riobamba.	El 23,3% de los encuestados menciona que el horario de atención que brindan las actividades turísticas es regular en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 53,3% califico de bueno al horario de atención, un grupo de encuestados de 10% calificó de muy bueno, mientras que el 13,3% calificoó malo al horario de atención.
13 El grado de equidad de género en la población y turistas en Riobamba	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 3,3% califica de malo al grado de equidad de género en la población y turistas, el 40% califica de regular al grado de equidad de género, mientras que el 36,7% dio una calificación buena al grado de equidad y por último una calificación muy buena con un 20%.
14 La atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba.	El 18,3% calificó de forma negativa la atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba, mientras tanto el 40% concordó que la atención es buena, el 10% calificó de muy buena y por último el 31,7% evaluó como regular.
15 El grado de impacto del turismo en la población de Riobamba.	El 38,3% de los encuestados menciona que el grado de impacto del turismo en la población es bueno en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 43,3% califico de regular al grado de impacto, un grupo de encuestados de 10% califico de muy bueno, mientras que el 8,3% calificó malo al grado de impacto.

16	La competitividad de las actividades turísticas que se desarrollan en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 3,39% califica de malo la existencia de competitividad de las actividades turísticas, el 42,37% califica de regular la competitividad de actividades, mientras que el 44,07% dió una calificación buena copetitividad y por último una calificación muy buena con un 10,17%.
17	Los beneficios económicos a la población y a la ciudad por el turismo en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 10% califica de malo al beneficio por turismo en la población, el 31,67% califica de regular a los beneficios por turismo en Riobamba, mientras que el 50% dió una calificación buena a los beneficios y por último una calificación muy buena con un 8,33%.
18	El grado de empleo en turismo y emprendimientos turísticos que existe en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el mayor porcentaje es 55% que califica de regular al grado de empleo en turismo en Riobamba, a diferencia el 3,33% califica de muy bueno el grado de empleabilidad, mientras que el 28,33% corresponde a una calificación buena.
19	La conservación de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.	El 45% de los encuestados menciona que el grado de conservación de los atractivos culturales es bueno, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 51,67% califico de regular al grado de conservación de los tractivos turísticos, mientras que el 3,33% calificó malo al grado de conservación de atractivos culturales.
20	El grado de educación ambiental que posee Riobamba para la conservación del medio ambiente.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 21,67% califica de malo al grado de educación ambiental, el 60% califica de regular al grado de educación para la conservación del medio ambiente, mientras que el 18,33% dió una calificación buena al grado de educación ambiental para la conservación del medio ambiente.
21	La disponibilidad de servicios básicos para la población y turistas en Riobamba.	El 30% de los encuestados menciona que la disponibilidad de servicios básicos para la población es buena en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 65% calificó de regular a la disponibilidad de servicios, mientras que el 5% calificó malo al grado de impacto..
22	El grado de satisfacción de los turistas y residentes del turismo en Riobamba.	El 1,67% calificó de forma negativa la satisfacción de turistas, mientras tanto el 38,33% concordó que el grado de satisfacción es bueno, el 6,67% calificó de muy buena y por último el 53,33% evaluó como regular.
23	El grado de conservación del patrimonio construido en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 13,33% califica de malo al grado de conservación del patrimonio, el 28,33% califica de regular a la conservación del patrimonio existente, mientras que el 51,67% dió una calificación buena al grado de conservación del patrimonio y por último una calificación excelente con un 6,67%.
24	La calidad de los prestadores de servicios turísticos en Riobamba.	El 45% de los encuestados menciona que la calidad de los prestadores de servicio es buena, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 51,67% calificó de regular la calidad de servicios, mientras que el 3,33% calificó mala calidad de los prestadores de servicio.

Fuente: Encuestas a prestadores de servicio
Realizado por: Alejandro Ortega

4.1.2 Encuesta de la variable Desarrollo Turístico – Población

Cuadro 6. Interpretación de encuestas de la variable dependiente

ITEM	INTERPRETACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL	
Género	Se observa que en la encuesta realizada el mes de marzo del 2020, a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba. Un 42,56% representa el género femenino mientras que el 57,44% representan el género masculino, entendiéndose que la mayoría de los pobladores encuestados de la ciudad de Riobamba pertenecen al género masculino.
Edad	La edad promedio de pobladores es de 31 a 40 años con un 48,56%. Por otra parte, el 26,11% tiene una edad entre 20 y 30 años que es una edad relativamente joven, entre 41 y 50 años se evidencia un 24,28% de un total de 383 encuestados. Los datos finalmente evidencian que la población económicamente activa tienen entre los 31 y 40 años.
Nivel de Instrucción	Realizadas las encuestas se pudo observar que el 10,97% tiene una educación secundaria, mientras que un 88,77% corresponde a la educación superior universitaria y por último el 0,26% tiene educación primaria dándonos como resultado que la mayoría de los pobladores tienen un nivel de instrucción superior universitario.
Variable Dependiente - Desarrollo Turístico	
1 La señalética turística con la que cuenta la ciudad de Riobamba.	El 23,50% calificó de forma regular a la señalética turística que cuenta la ciudad de Riobamba, mientras que el 44,91% calificó de buena la señalética turística, por otra parte el 7,05% menciona que la señalética turística es mala y por último el 23,24% afirma que la señalética es muy buena.
2 Las condiciones de uso, en cuanto a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba.	Las encuestas mencionan que el 20,63% corresponde a las condiciones regulares de uso a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba, mientras que el 21,15% equivale a una accesibilidad muy buena, el 49,35% calificó de bueno y un 7,05% de malo.
3 La información recibida de los sitios turísticos en Riobamba.	Según las encuestas aplicadas a la población económicamente activa en la ciudad de Riobamba se evidencia que el 40,21% recibe una información turística buena, mientras que el 34,20% menciona que la información recibida es regular, por otro lado el 6,53% recibió una información turística mala, de igual manera el 4,18% recibió una excelente información y por último el 14,88% considera una muy buena información recibida.
4 La valorización y estado de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.	De la población encuestada el 1,83% indicó que el estado en el que se encuentran los atractivos culturales en la ciudad de Riobamba es malo, mientras que el 22,98% calificó de regular, el 41,78% evaluó que se encuentra en buen estado y por último el 21,15% mencionaron que el estado de atractivos culturales es muy bueno.
5 El grado de innovación existente en los atractivos turísticos de Riobamba.	El 21,93% de los encuestados menciona que el grado de innovación de los atractivos turísticos en la ciudad de Riobamba es regular, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 43,60% calificó de bueno al grado de innovación, en un grupo de referentes el 22,98% calificó de muy bueno.
6 El grado de sostenibilidad que se encuentran los atractivos turísticos en Riobamba.	El 3,92% calificó de forma negativa al grado de sostenibilidad en los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba, mientras tanto el 46,48% concordó que el grado de sostenibilidad es bueno, el 16,45% calificó de muy buena y por último el 28,20% evaluó como regular.
7 El estado en el que se encuentran los establecimientos de alojamiento en Riobamba.	Según las encuestas a los pobladores de la ciudad, el mayor porcentaje es 18,54% que califica de regular el estado de los establecimientos en Riobamba, a diferencia el 21,67% califica de muy bueno el estado de los establecimientos de alojamiento, mientras que el 52,48% corresponde a una calificación buena.
8 El nivel de calidad en el servicio de operación e intermediación en Riobamba.	El 21,41% resultó ser regular el nivel de calidad para servicio de operación e intermediación en Riobamba, mientras que el 3,13% determinó ser malo, a diferencia que el 23,50% calificó de muy bueno, el 49,87% determinó un nivel de calidad bueno y el 2,09% de excelente.
9 La formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas.	El 43,60% de los encuestados menciona que la formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas es buena en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un grado de encuestados siendo 21,67% calificó de regular a la formalidad con la que se manejan, un grupo de encuestados de 25,33% calificó de muy bueno, mientras que el 4,18% evaluó de mala.
10 La accesibilidad en el precio a las diferentes actividades turísticas en Riobamba. (Museos, parques de diversiones, conciertos)	Según los datos recolectados al realizar las encuestas a los prestadores de servicio se obtienen los siguientes valores el 14,88% de los encuestados considera como regular a la accesibilidad en los precios a las diferentes actividades, por otro lado el 48,30% de los encuestados opina que el precio es bueno, se consideran como muy bueno con el 24,54%, aquellos con cifras menores son quienes consideran malo con el 5,22%.
11 El nivel de especialización que tienen las	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 1,04%

	actividades turísticas en Riobamba.	califica de malo el nivel de especialización de las actividades turísticas, el 15,93% califica de regular al nivel de especialización, mientras que el 49,61% dio una calificación buena al nivel de especialización de las actividades en la ciudad y por último una calificación muy buena con un 31,33%.
12	El horario de atención al público que brindan las actividades turísticas en Riobamba.	El 20,63% de los encuestados menciona que el horario de atención que brindan las actividades turísticas es regular en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 45,43% califico de bueno al horario de atención, un grupo de encuestados de 22,45% calificó de muy bueno, mientras que el 6,01% calificó malo al horario de atención.
13	El grado de equidad de género en la población y turistas en Riobamba	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 20,10% califica de regular al grado de equidad de género, mientras que el 46,48% dio una calificación buena al grado de equidad y por último una calificación muy buena con un 30,03%.
14	La atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba.	El 7,05% calificó de forma negativa la atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba, mientras tanto el 45,69% concordó que la atención es buena, el 19,58% califico de muy buena y por último el 24,02% evaluó como regular.
15	El grado de impacto del turismo en la población de Riobamba.	El 21,15% de los encuestados menciona que el grado de impacto del turismo en la población es malo en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 51,44% calificó de bueno al grado de impacto, un grupo de encuestados de 21,15% calificó de muy bueno, mientras que el 1,04% calificó excelente al grado de impacto.
16	La competitividad de las actividades turísticas que se desarrollan en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 1,57% califica de malo la existencia de competitividad de las actividades turísticas, el 26,89% califica de regular la competitividad de actividades, mientras que el 47,78% dio una calificación buena competitividad y por último una calificación muy buena con un 20,89%.
17	Los beneficios económicos a la población y a la ciudad por el turismo en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 2,61% califica de malo al beneficio por turismo en la población, el 26,63% califica de regular a los beneficios por turismo en Riobamba, mientras que el 49,87% dió una calificación buena a los beneficios y por último una calificación muy buena con un 16,97%.
18	El grado de empleo en turismo y emprendimientos turísticos que existe en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el mayor porcentaje es 44,65% que califica de bueno al grado de empleo en turismo en Riobamba, a diferencia el 15,14% califica de muy bueno el grado de empleabilidad, mientras que el 31,07% corresponde a una calificación regular.
19	La conservación de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.	El 43,86% de los encuestados menciona que el grado de conservación de los atractivos culturales es bueno, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 24,28% califico de regular al grado de conservación de los atractivos turísticos, mientras que el 6,79% calificó malo al grado de conservación de atractivos culturales.
20	El grado de educación ambiental que posee Riobamba para la conservación del medio ambiente.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 7,83% califica de malo al grado de educación ambiental, el 29,24% califica de regular al grado de educación para la conservación del medio ambiente, mientras que el 18,33% dió una calificación buena al grado de educación ambiental para la conservación del medio ambiente.
21	La disponibilidad de servicios básicos para la población y turistas en Riobamba.	El 30,81% de los encuestados menciona que la disponibilidad de servicios básicos para la población es regular en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 40,21% calificó de bueno a la disponibilidad de servicios, mientras que el 8,36% determinó malo al grado de impacto.
22	El grado de satisfacción de los turistas y residentes del turismo en Riobamba.	El 1,83% calificó de forma negativa la satisfacción de turistas, mientras tanto el 53% concordó que el grado de satisfacción es bueno, el 19,06% calificó de muy buena y por último el 23,50% evaluó como regular.
23	El grado de conservación del patrimonio construido en Riobamba.	Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 5,22% califica de malo al grado de conservación del patrimonio, el 20,89% califica de regular a la conservación del patrimonio existente, mientras que el 45,69% dió una calificación buena al grado de conservación del patrimonio y por último una calificación excelente con un 2,87%.
24	La calidad de los prestadores de servicios turísticos en Riobamba.	El 20,89% de los encuestados menciona que la calidad de los prestadores de servicio es regular, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 51,96% califico de buena la calidad de servicios, mientras que el 5,22% calificó mala calidad de los prestadores de servicio

Fuente: Encuestas a turistas.

Realizado por: Alejandro Ortega

4.2 Prueba de hipótesis

Esta investigación cuenta con hipótesis planteadas con el objetivo de saber si las variables tienen influencia entre sí, por lo que existe una hipótesis general y cuatro específicas, a continuación, se muestran los resultados arrojados y la toma de decisión adecuada tras haber aplicado el proceso estadístico con la herramienta del IBM SPSS Statistics versión 25.

4.2.1 Prueba de hipótesis general

1. **H_i**: La oferta turística influye en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.
2. **H₀**: La oferta turística no influye en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
3. $\alpha = 0,05$
4. Prueba de chi-cuadrado

Tabla 3. Chi-cuadrado hipótesis general
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	425,536 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	280,593	16	,000
Asociación lineal por lineal	184,783	1	,000
N de casos válidos	383		

a. 16 casillas (64,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Elaboración: Alejandro Ortega

5. **Toma de decisión:** Puesto que el grado de significancia asíntota es menor a alfa con $0.000 < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir que la oferta turística influye en el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba.

4.2.2 Prueba de hipótesis específica 1:

1. **H₁**: Las facilidades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
2. **H₀**: Las facilidades no influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
3. $\alpha = 0,05$
4. Prueba de chi-cuadrado

Tabla 4. Chi-cuadrado hipótesis específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	294,230 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	162,476	16	,000
Asociación lineal por lineal	110,146	1	,000
N de casos válidos	383		

a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Elaboración: Alejandro Ortega

5. **Toma de decisión:** Dado el caso que la significancia asíntota es menor a alfa con $0.000 < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la primera hipótesis específica de investigación es decir que las facilidades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.

Prueba de hipótesis específica 2:

1. **H₁**: Los servicios influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
2. **H₀**: Los servicios no influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
3. $\alpha = 0,05$
4. Prueba de chi-cuadrado.

Tabla 5. Chi-cuadrado hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			Significación
	Valor	df	asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	267,789 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	198,539	16	,000
Asociación lineal por lineal	147,964	1	,000
N de casos válidos	383		

a. 16 casillas (64,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Elaboración: Alejandro Ortega

5. **Toma de decisión:** Dado el caso que la significancia asintota es menor a alfa con $0.000 < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica de investigación es decir que los servicios influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.

Prueba de hipótesis específica 3:

1. **H₁:** Los atractivos influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
2. **H₀:** Los atractivos no influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
3. $\alpha = 0,05$
4. Prueba de chi-cuadrado.

Tabla 6. Chi-cuadrado hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			Significación
	Valor	df	asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	270,113 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	256,412	16	,000
Asociación lineal por lineal	168,241	1	,000
N de casos válidos	383		

a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Elaboración: Alejandro Ortega

5. **Toma de decisión:** Dado el caso que la significancia asintota es menor a alfa con $0.000 < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la tercera hipótesis específica de investigación es decir que los atractivos influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.

Prueba de hipótesis específica 4:

1. **H_i:** Las actividades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
2. **H₀:** Las actividades no influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
3. $\alpha = 0,05$
4. Prueba de chi-cuadrado.

Tabla 7. Chi-cuadrado hipótesis específica 4

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	261,610 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	237,506	16	,000
Asociación lineal por lineal	138,884	1	,000
N de casos válidos	383		

a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Fuente: IBM SPSS Statistics 25

Elaboración: Alejandro Ortega

5. **Toma de decisión:** Dado el caso que la significancia asintota es menor a alfa con $0.000 < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la cuarta hipótesis específica de investigación es decir que las actividades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.

4.3 Presentación de resultados

Para la investigación se han utilizado procesos estadísticos, como son Microsoft Excel e IBM SPSS Statistics versión 25 siendo fuentes confiables que responden al proceso de recolección de datos, de la variable independiente, que es oferta turística y dependiente desarrollo turístico, para los programas estadísticos se ha realizado el χ^2 para la comprobación de hipótesis, tanto general como cuatro específicas arrojando un resultado de aceptación de las hipótesis con argumentos suficientes y confiables.

Hipótesis general: Se demuestra que existe influencia entre la variable independiente oferta y la variable dependiente desarrollo turístico, dado que la significancia asíntota es menor que alfa siendo $0.000 < 0.05$, es decir que la hipótesis nula se rechaza.

Hipótesis específica 1: Se valida que existe influencia entre la variable dependiente desarrollo turístico y la primera dimensión facilidades, dado que la significancia asíntota es menor que alfa, siendo $0.000 < 0.05$, es decir que la hipótesis nula se rechaza.

Hipótesis específica 2: Se evidencia de acuerdo al análisis estadístico con la herramienta del SPSS que existe influencia entre la variable dependiente desarrollo turístico y la segunda dimensión servicios, dado que la significancia asíntota es menor que alfa siendo $0.000 < 0.05$, es decir que la hipótesis nula ha sido rechazada.

Hipótesis específica 3: Se demuestra que existe influencia entre la variable dependiente desarrollo turístico y la tercera dimensión atractivos, dado que la significancia asíntota es menor que alfa siendo $0.000 < 0.05$, es decir que la hipótesis nula tras el análisis estadístico ha sido rechazada.

Hipótesis específica 4: Se evidencia de acuerdo al análisis estadístico con la herramienta del SPSS que existe influencia entre la variable dependiente desarrollo turístico y la cuarta dimensión actividades, dado que la significancia asintota es menor que alfa siendo $0.000 < 0.05$, es decir que la hipótesis nula ha sido rechazada.

CONCLUSIONES

- Se pudo determinar la influencia de la oferta en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba obtenido en las distintas técnicas específicas para recolección de datos aplicadas en esta investigación proyectó que la oferta turística influye significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
- En cuanto cómo las facilidades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba, se concluyó que con un porcentaje del 41,67% la señalética y accesibilidad son elementos fundamentales para el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba, facilitando la localización y movilización por los diferentes atractivos que poseen.
- También se pudo analizar de qué manera los servicios influyen desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba, haciendo énfasis en los servicios turísticos que se ofertan en la ciudad con un 47% de los turistas no se encontraron satisfechos con los servicios recibidos en intermediación, operación y transporte.
- Se logro definir cómo los atractivos que influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba, donde un 43,33% de turistas manifestaron que la innovación de los atractivos turísticos es buena, y la atraktividad que poseen estos atractivos turísticos no superan sus expectativas.
- Se estableció qué las actividades influyen en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba y se evidenció en las actividades turísticas que el 43,33% de encuestados muestran que no hay un buen nivel de especialización para el correcto desarrollo de las actividades en la ciudad de Riobamba.
- Finalmente se desarrollo una propuesta adecuada que permita dar solución a la problemática y mejorar el turismo en la ciudad, el cual permita crecer y ser atractivo para el turista nacional y extranjero.

RECOMENDACIONES

- Es importante que la ciudadanía comprenda que la oferta turística, es fundamental para el desarrollo de la ciudad de Riobamba, razón por la cual se debe innovar los atractivos turísticos que posee la ciudad a través de la inclusión de los sitios tradicionales como elaboración de artesanías y sitios representativos propios de la ciudad.
- Es fundamental que las autoridades pertinentes de la ciudad de Riobamba, mantengan en buen estado la señalética y accesibilidad a los atractivos turísticos, ya que se aclaró que estos son fundamentales al momento de facilitar la visita a los diferentes atractivos turísticos.
- Un buen servicio sin duda es la mejor carta de presentación el cual garantiza el retorno del turismo, por ello se sugiere mejorar el servicio tanto en atención y prestación del mismo.
- Es esencial crear un programa de conservación e innovación de los atractivos turísticos, de tal manera que esta mantenga su esencia cultural y originalidad tomando en cuenta que a muchos turistas les atrae estas características particulares.
- Es importante la creación de actividades turísticas, y ampliar investigaciones para obtener más información que permitan la creación de emprendimientos como una alternativa para el desarrollo turístico, teniendo en cuenta que está influye positivamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Riobamba.
- Con la propuesta se pretende establecer un producto turístico deportivo innovador, con la participación de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Riobamba y profesionales, siendo que estos son los que mantienen un contacto directo con los turistas.

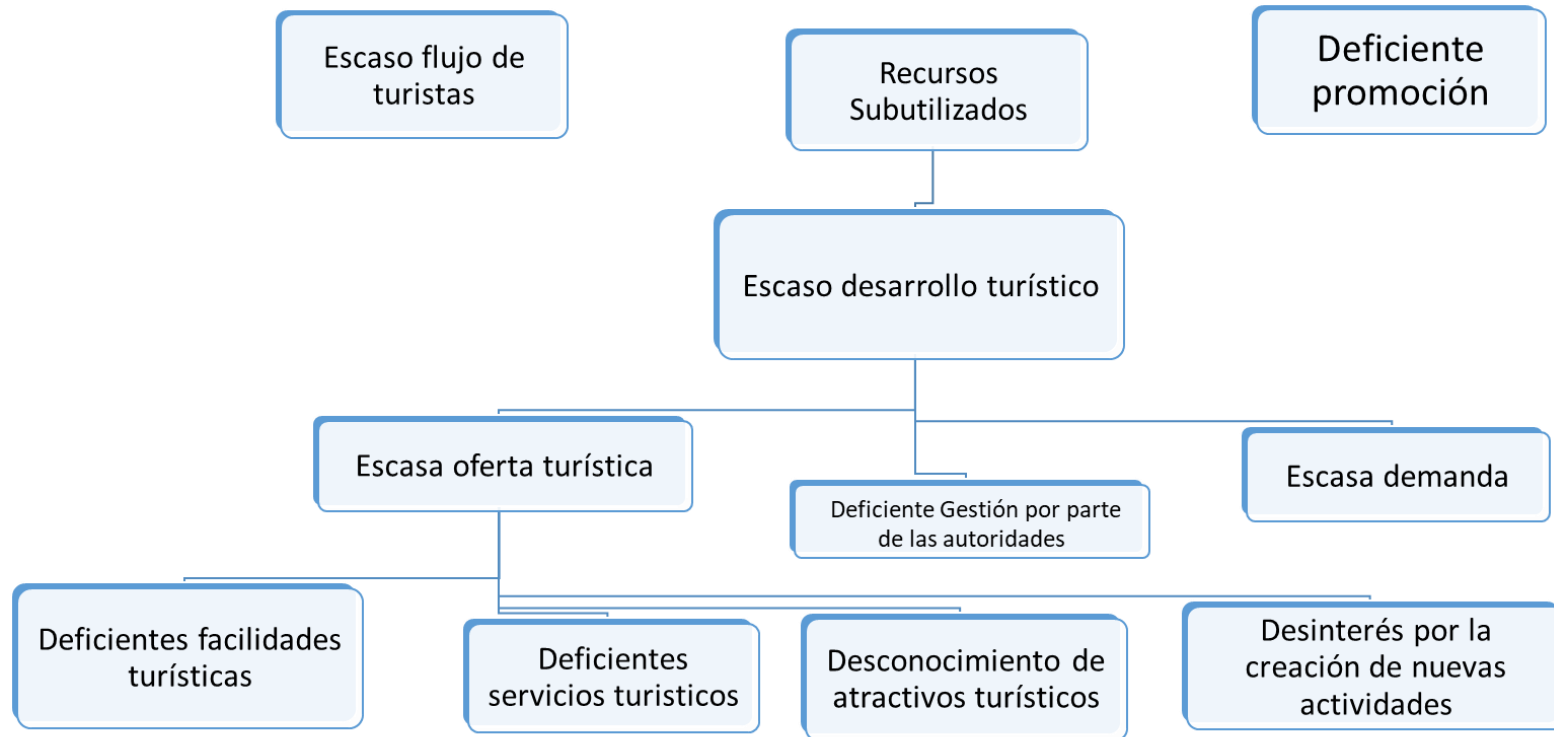
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arismendi, T. O. (2017). El Turismo urbano como oferta turística alternativa en Medellín: comportamientos espaciales de la ciudad como destino turístico.
- Bigné, F. A. (2000). Los procesos de mundialización, liberalización y descentralización.
- Bonilla, R. C. (2019). *D-Space*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5788>. (p. 15, Editor)
- Cardet, G. I. (2017). Turismo y patrimonio a favor del desarrollo local, para diferenciar el destino Holguín.
- Cebrián. (2008). La implantación y desarrollo turístico.
- Covarrubias Ramírez, V. V. (2018). Satisfacción de residentes con el desarrollo de la actividad turística en los pueblos mágicos de México: un indicador de competitividad. Casos de Cómala en Colima y de real de asientos en Aguascalientes.
- Crosby. (2009). Epistemología desarrollo turístico.
- Ferrero, Z. M. (2017). Los Museos, oferta consolidada para el turismo sostenible y la calidad del paisaje.
- Manfugás, B. N. (2017). Contribución de la gastronomía típica al desarrollo turístico del destino Cuba.
- Mintur. (2016). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5788>
- Montero, M. (2019). “Gestión y oferta turística en la comunidad Atillo, parroquia Cebadas, cantón Guamote”. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6142>
- Navarro. (2014). Un enfoque político y estratégico.
- Ojeda, T. M. (2017). *D-Space*. (p. 26, Ed.) Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4234>
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *La oferta turística*.

- Parra, P. (2019). "Establecer la influencia de la gestión local en el desarrollo turístico de la parroquia Pungalá.". Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5883>
- Pérez, G. Q. (2017). La Estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos rurales. Caso de estudio: el Valle de Ricote (Murcia).
- Quezada. (2010). Epistemología de la oferta turística.
- Ramírez, R. C. (8 de 11 de 2019). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/oferta-turistica.htm>
- Rojas, M. &. (2017). La integración de los productos agroalimentarios de las tiendas “Gourmet” en la oferta turística gastronómica de la ciudad de Córdoba.
- Rojas, Mateos, & Torre. (2017). La integración de los productos agroalimentarios de las tiendas “Gourmet” en la oferta turística gastronómica de la ciudad de Córdoba.
- Santos, G. &. (2018). Reflexiones acerca del desarrollo del turismo: Caso de estudio observatorio de turismo para la provincia de Pichincha.
- Servicio Nacional de Turismo. (2018). *Servicios Turísticos*. Chile.
- Tibalombo. (2019). “Oferta de los atractivos y prestadores de servicios turísticos de la parroquia Simiatug”.
- Ulloa. (2019). “Desarrollo turístico del cantón Chimbo y la inadecuada planificación en función al turismo”.
- <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales>. (2010).

ANEXOS

Anexo. 1 Árbol de problemas



Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2 Propuesta

2.1 Título de la propuesta

“ELABORACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO DEPORTIVO “PLAYOFFS JAM DE LEONES” PARA INCREMENTAR LA OFERTA TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

2.2 Introducción

El turismo deportivo se está posicionando a nivel mundial, siendo un tipo de turismo fundamental, ya que cada vez los turistas de cada lugar del mundo desean obtener aventuras, lo que ha ocasionado que más personas realicen viajes a lugares donde puedan practicar su deporte preferido, creando una opción creativa que atrae a los turistas debido a su modo interesante de visitar un país. Por esta razón, el turismo deportivo se debe realizar en espacios que cuenten con todas las condiciones para realizar deporte, en lugares naturales, los turistas tienen como objetivo obtener adrenalina al realizar esta opción de turismo. Ecuador definitivamente es un destino para practicar deporte ya que cuenta con las condiciones adecuadas por su ubicación privilegiada, esto genera una gran ventaja sobre el resto de países. En el caso de la ciudad de Riobamba posee una gran variedad de atractivos turísticos naturales, culturales y deportivos, ya que vinculados con las actividades, facilidades y servicios sean aprovechados para poder realizar actividades de turismo. Con la propuesta del diseño de un producto turístico deportivo se pretende dar a conocer los recursos turísticos que posee la ciudad y dar otra opción de turismo para beneficiar a la población y al desarrollo socioeconómico que se realizará al implementar esta opción de turismo para alcanzar más demanda turística.

Para la propuesta de un producto turístico deportivo se analizaron los lugares más adecuados para poder practicar deportes, en este caso un evento deportivo de baloncesto, además los implementos necesarios para su infraestructura, los espacios del área que se va a ocupar

dentro de cada actividad turística y la actividad deportiva con fines recreativos, importantes para llamar la atención de los turistas que gustan de este fabuloso deporte. Además se indican los equipos deportivos y servicios requeridos para la actividad deportiva con propósitos recreativos, para el diseño de un producto turístico deportivo y se detallarán las actividades que el turista puede realizar. Un producto turístico deportivo bien planeado está dirigido para el entretenimiento de todas las personas y es una buena alternativa de turismo para las personas que les gusta esta opción de turismo y para que visiten la ciudad.

2.3 Justificación

Esta investigación tiene como objetivo principal la propuesta de un producto turístico deportivo de baloncesto en la ciudad de Riobamba ya que en la actualidad el turismo deportivo, crea una gran demanda económica de gran importancia y aceptación, para los visitantes que quieren practicar una actividad física y son amantes del baloncesto creando experiencias y emociones. Y de esta manera ayudar a fortalecer la imagen de la ciudad como un sitio donde se pueda realizar esta opción de turismo y crear fuentes de trabajo en beneficio de la población ya que se generará actividad turística (guías expertos, equipos especializados, servicios turísticos).

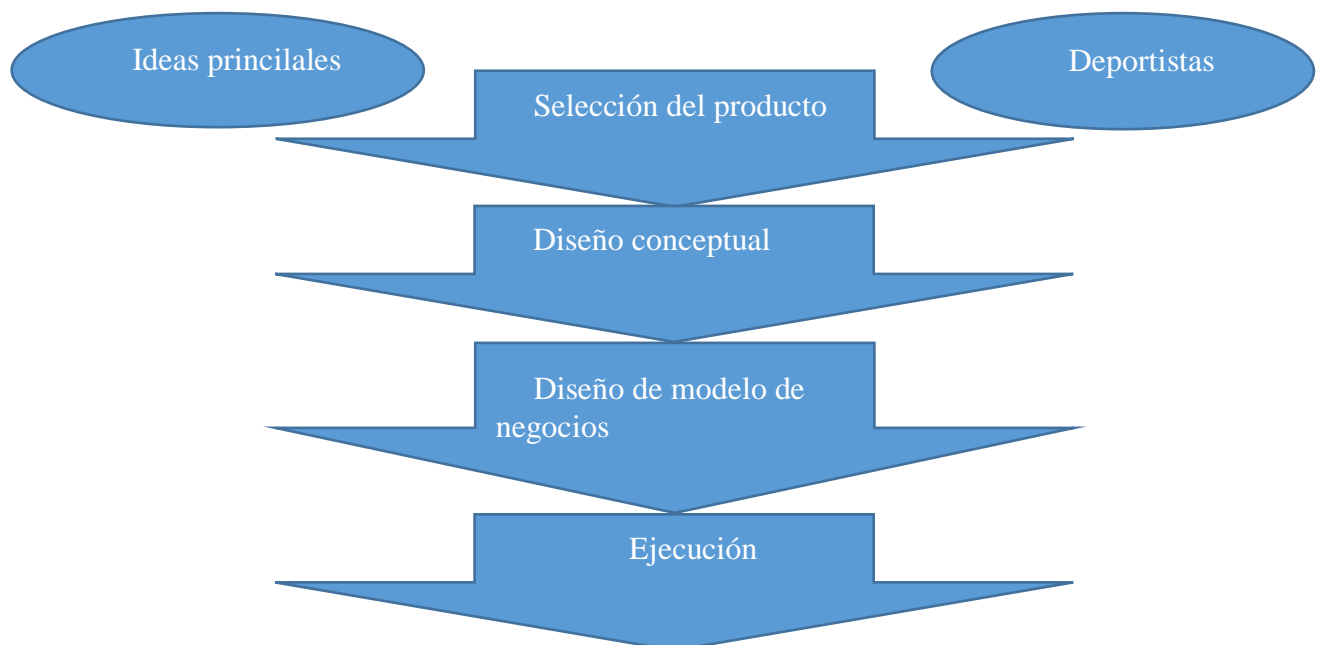
La presente investigación nace de la innovación y análisis de campo turístico de la ciudad, es por este motivo basándose en la propuesta de un producto turístico deportivo en un lugar sub utilizado del país que cuenta con todas las condiciones para la implementación de esta alternativa de turismo. La propuesta de un producto turístico deportivo fue creada con la finalidad de fomentar la actividad física e incentivar al baloncesto creando un desarrollo turístico, y junto con los atractivos culturales obtener un posicionamiento para alcanzar el aumento de afluencia turística. Riobamba cuenta con una variedad de lugares para realizar este tipo de turismo deportivo conociendo así otros

atractivos de la ciudad y sus alrededores. La elaboración de esta propuesta ayudará a la ciudad de Riobamba a ubicarse en un lugar turístico privilegiado, para crear una nueva alternativa de turismo en la población y visitantes, ya que se encontrarán con una gran variedad de sitios turísticos donde pueden realizar turismo deportivo, cultural con amigos y familia disfrutando así los recursos que posee Riobamba.

2.3.1 Procedimiento metodológico para el diseño del producto turístico

A continuación se detallan las tareas más relevantes a realizar:

Gráfico 1. Selección del proyecto



Fuente: Secretaría Nacional de Turismo de Chile

Elaborado por: Alejandro Ortega

Para desarrollar un producto turístico debe ser planificado desde una estrategia, con un plan que vincule a los prestadores de servicio al presente producto, para que cumplan los objetivos de esta iniciativa y se generen mecanismos de comercialización y relación con el cliente, turista o deportista.

En el transcurso de elaboración del producto, es necesario considerar que cualquier proyecto no surge a la perfección, sino que se presentaran situaciones imprevistas, que conlleven a una resiliencia para alcanzar el producto final esperado.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo general

Elaborar un producto turístico deportivo “Playoffs jam de leones” para incrementar la oferta turística en la ciudad de Riobamba.

2.4.2 Objetivos específicos

- Identificar el tipo de proyecto para su ejecución considerando el sector turístico objetivo.
- Establecer un diseño conceptual para determinar actividades innovadoras culturales y deportivas a desarrollarse en Riobamba.
- Definir el modelo de producto turístico que será aplicado como innovador en los prestadores de servicio.

2.5 Desarrollo

2.5.1 Reseña Histórica

Riobamba conocida como “la Ciudad de las primicias”, “Sultana de los Andes”, “Corazón de la Patria” por su historia y belleza, el actual nombre de la ciudad en lengua autóctona significa “llanura por donde se va” o “llanura por donde se sale”. Fundada en 1534 constituyó la primera capital del Ecuador. Rodeado de majestuosos nevados como el Chimborazo y volcanes, cuenta con diferentes ferias indígenas que llaman la atención por el sin número de

artesanías que se comercializan, las más famosas son la Feria de la Concepción, Santa Rosa, San Francisco y más, sus calles son estrechas y adoquinadas.

El 11 de noviembre de 1820, después de conocer los esfuerzos de otras ciudades por su libertad, Riobamba se adhirió a la independencia proclamada en Guayaquil y se empeñó también en la lucha por la libertad. Riobamba es una ciudad turística por excelencia gracias a todos sus atractivos museos religiosos, mercados indígenas, ferias artesanales, canchas deportivas que se unen a una arquitectura deportiva y civil. Durante el transcurso del año se celebra importantes fiestas cívicas, religiosas y populares. El Parque Pedro Vicente Maldonado es uno de los lugares preferidos por los visitantes. Otros puntos de interés son el museo didáctico de Ciencias Naturales del Colegio Maldonado, el museo de arte religioso del convento de la Concepción, el museo del Banco Central, la Catedral, la iglesia de San Antonio, la Basílica y La Merced.

1940: Chimborazo y su capital Riobamba, sede del Primer Campeonato Nacional de Básquet Femenino y Segundo Campeonato Nacional de Básquet varones. “Teodoro Gallegos Borja” en la Presidencia de Federación Deportiva de Chimborazo, acompañado de un gran equipo de colaboradores en el directorio: Dr. Luis Erazo F., Aurelio Samaniego., Luis A. Larrea, Carlos B. Gallegos, Julio Carpio, Jorge Pozo, Julio Mancheno, Srta. Amelia Gallegos O., Ángel Fernando Guadalupe, Bolívar Chiriboga y Edmundo Chiriboga. En aquel entonces Federación Deportiva no contaba con local propio para sus sesiones, éstas las realizaba en un lugar prestado por el Concejo Cantonal de Riobamba, tampoco tenía un escenario deportivo para la realización de estos dos campeonatos de básquet. Las circunstancias anotadas no fueron obstáculo, con Teodoro Gallegos y Bolívar Chiriboga la tarea “imposible” comenzó a la par y Chimborazo propuso ser sede de estos campeonatos; junto al entusiasmo y esfuerzo de dirigentes había el respaldo unánime e incondicional de la ciudadanía y en forma especial de los Sres. Cornelio Dávalos, Arturo Cordovés, Temístocles Gallegos, Alfredo Gallegos,

Gualberto Gallegos, Alejandro Chiriboga, Pacífico Gallegos de entre otras personalidades de la Sultana de los Andes, que hicieron causa común con el compromiso de la provincia y es así como consiguen el apoyo del Sr. Galo Plaza Lasso, quien en aquel tiempo era Ministro de Defensa, relacionado en la época con Educación y Deportes.

El primer Coliseo abierto con cancha de piso de madera era el escenario deportivo que sirvió para los campeonatos de 1940; se construyó en un predio que se utilizaba para pequeños espectáculos taurinos que se le conocía como la Plaza de Toros “La Giralda” en la esquina de las calles Primera Constituyente y Pichincha que posteriormente fue el Apart Hotel Liribamba y en la planta baja funcionaba las oficinas de la Ford propiedad del señor Alfredo Gallegos. Finalmente hoy es propiedad de la Corte Superior de Justicia de Chimborazo. Razón a todo lo anterior el pequeño Coliseo abierto después del Campeonato de Básquet de 1940 desapareció.

2.5.1.1 Selección del producto

Cuadro 7. Selección del producto

Proyectos	Potencialidades
Impulsar al turismo deportivo en la ciudad de Riobamba.	Existen sectores estratégicos de turistas que son atraídos por esta modalidad de turismo difundidos a nivel mundial.
Crear nuevas actividades turísticas que integren los atractivos culturales y deportivos de la ciudad de Riobamba	La ciudad posee atractivos culturales y deportivo con basta información para el desarrollo de un producto turístico Interés de los protagonistas en la aplicación del producto. Los prestadores de servicio pueden poner en marcha a través de su comercialización
Incentivar a desarrollar propuestas innovadoras en esta modalidad de turismo	Se cuenta con la información necesaria para el desarrollo de las actividades Está diseñado para un turista activo que guste de la competitividad en esta disciplina

Elaborado por: Alejandro Ortega

2.5.2 Diseño conceptual

2.5.2.1 Turismo:

Para Toda Cultura, (2018), se define desde los sectores económicos, por el capital, ha perdido el romanticismo inicial, y este fenómeno socioeconómico ha sido estudiado, legislado y explotado, por lo que en la actualidad se establecen distintas clases de turismo, destinados a uno u otro público, en referencia a su poder adquisitivo, económico, gustos, preferencias, e inquietudes.

2.5.2.2 Turismo deportivo

Para Hall, D.(1992, p. 147) el turismo deportivo o sport tourism se define como: “aquellos desplazamientos realizados por razones recreativas (no comerciales) para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual”

2.6 Diseño del modelo de negocio

Se propone el siguiente modelo de negocio:

Cuadro 8. Diseño del modelo de negocio

Área	Turismo
Actividad	Venta y promoción del producto turístico “Playoffs Jam de Leones” para turistas nacionales y extranjeros.
Segmento de turistas enfocados	Las personas que haran uso de este producto estan posicinadas en una escala económicamente media y alta, permitiendo que sus ingresos permitan cubrir sus servicios. Dentro de esta categoría están los turistas que realizan actividades físicas deportivas y gustan conocer la cultura del lugar
Canales de distribución	Se tomaran en cuenta diferentes prestadores de servicio como agencias de viaje, operadoras, transporte, entre las más destacadas para adquirir el producto a los turistas o deportistas que así lo requieran.
	Venta del producto turístico

Fuentes de ingreso

El producto turístico incluye un presupuesto realizado en base a costos reales aplicados en la ciudad de Riobamba

Costos

Elaborado por: Alejandro Ortega

2.7 Ejecución

Para la ejecución de este producto turístico se presentan los atractivos turísticos, actividades que se van a trascender con el tiempo estimado, previsto en base a datos del catastro de Riobamba.

Cuadro 9. Ejecución del producto turístico.

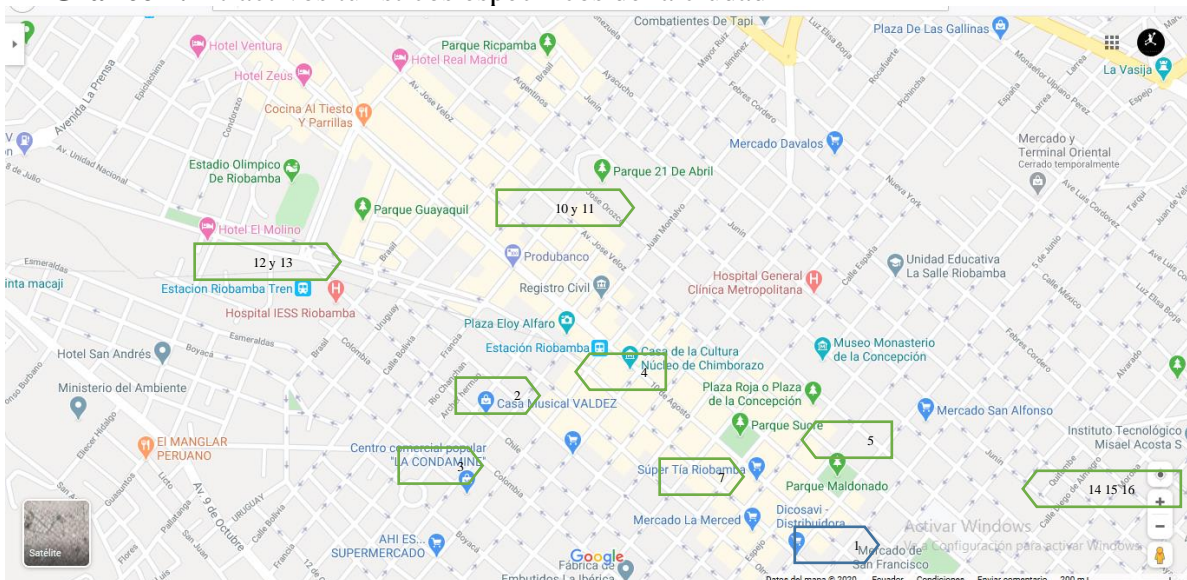
Playoffs Jam de Leones	Seis días cinco noches	<ul style="list-style-type: none">• Riobamba• Nevado Chimborazo
------------------------	------------------------	--

Elaborado por: Alejandro Ortega

2.7.1 Productos turísticos

Es aquel elemento que por sí mismo y en combinación con otros elementos, despierta el interés de visita de un grupo de personas a una determinada zona o región. Es el punto de inicio de las acciones complementarias que agregarán valor turístico y deportivo.

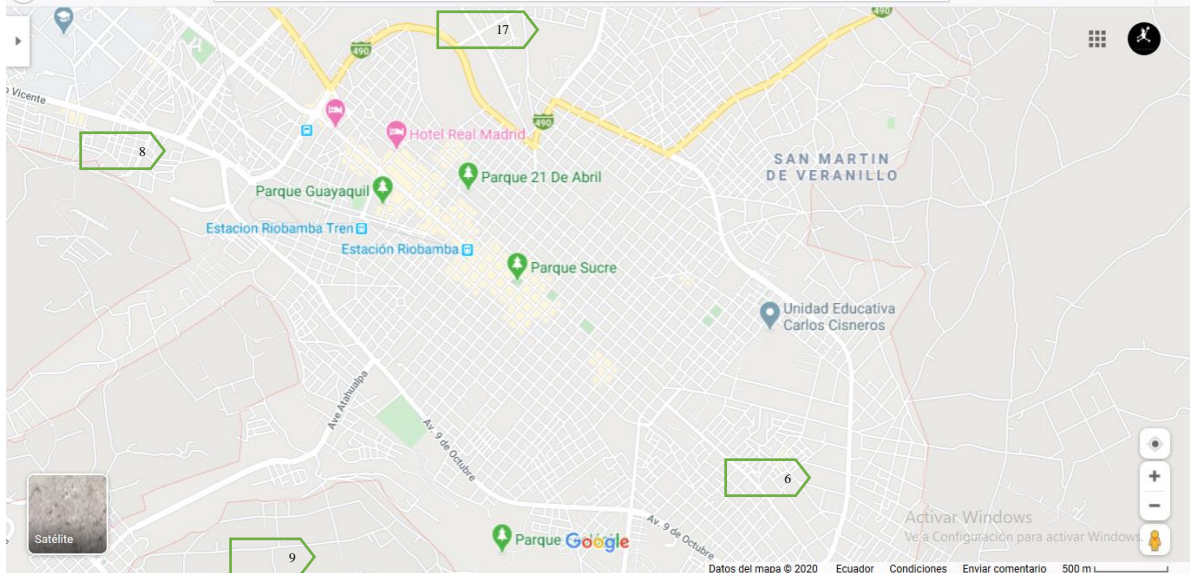
Gráfico 2. Atractivos turísticos específicos de la ciudad



Fuente: Google maps,2020

Elaborado por: Alejandro Ortega

Gráfico 3. Atractivos turísticos específicos de la ciudad



Fuente: Google maps, 2020

Elaborado por: Alejandro Ortega

2.7.2 Atractivos seleccionados

1. Taller de talabartería
2. Taller de trompos
3. Taller de caretas
4. Plaza Alfaro
5. Polideportivo
6. Centro Histórico
7. Sesquicentenario
8. Loma de Quito
9. Parque 21 de abril
10. Estadio Olímpico de Riobamba
11. Parque Guayaquil
12. Basílica de Riobamba
13. Parque La Libertad
14. Iglesia San Felipe

El siguiente producto turístico se realizó con el propósito de diversificar la oferta turística, basadas en las estadísticas facilitadas por la Dirección de Turismo de Riobamba y a los resultados de las encuestas realizadas previamente a los prestadores y pobladores de la ciudad de Riobamba.

A continuación se detalla el producto

- **Producto turístico “Playoffs Jam de Leones”**

Producto ideal para disfrutar con la familia y amigos para conocer más de la cultura de Riobamba ya que por ser pionera en deportes tiene gran importancia. Visite lugares como el primer estadio olímpico del Ecuador, los principales atractivos culturales de la urbe y de igual manera practicar los deportes de aventura que se desarrollan y conozca más de la ciudad conocida como “Ciudad de la Primicias” y de sus alrededores llenos de encantos naturales y culturales. Rodeado de volcanes.

Gráfico 4. Playoffs Jam de Leones



Elaborado por: Alejandro Ortega

Itinerario

A continuación se muestra el itinerario por día que se realizará dentro de la ciudad y a los respectivos atractivos, de igual manera se muestran los juegos programados dentro del producto.

Cuadr 10. Itinerario a desarrollarse

Denominación: Playoffs Jam de Leones

N°	Actividades	Entradas	Salidas
Día 1			
1	Check In – Desayuno en la hostería El Troje	8:00	9:00
2	Primero se visitará el taller de talabartería lugar tradicional de Riobamba.	9:30	10:00
3	Visita taller de fabricación de caretas del diablo de lata en el histórico mercado de Santa Rosa	10:30	11:00
4	Llegada al taller de trompos en La Estación sitio representativo de la ciudad.	11:30	12:00
5	Visita y compra de artesanías en La Estacion del Tren	12:30	13:00
6	Retorno a la hostería y almuerzo	13:30	14:30
7	Visita al museo de las madres Conceptas en la iglesia de La Concepción	15:00	16:00
8	Retorno a la hostería para equipamiento	16:30	18:00
9	Primer juego de Baloncesto en la fabulosa cancha del parque Polideportivo	19:00	21:00
10	Retorno a la hostería y cena	21:30	22:00
N°	Actividades	Entradas	Salidas
Día 2			
11	Desayuno en la hostería	8:00	9:00
12	Visita al Centro Histórico de Riobamba en ciclovías. (Parque Sucre, Parque Maldonado, Correo, La Concepción, San Alfonso,)	9:30	12:00
13	Degustación de los tradicionales helados de San Francisco	12:30	13:00
14	Retorno a la hostería y almuerzo	13:30	14:30
15	Visita a la Casa Museo de la ciudad	15:00	16:00
16	Retorno a la hostería para equipamiento	16:30	18:00
17	Segundo juego de baloncesto realizado en el parque Sesquicentenario	19:00	21:00
18	Retorno a la hostería y cena	21:30	22:00
N°	Actividades	Entradas	Salidas
Día 3			
19	Desayuno en la hostería	8:00	9:00
20	Partida hacia el estadio olímpico para la práctica de escalada	10:00	13:00
21	Retorno a la hostería y almuerzo	14:00	15:00
22	Visita a la iglesia Loma de Quito y parque 21 de abril	15:30	16:30
23	Retorno a la hostería para equipamiento	17:00	18:00
24	Tercer juego de baloncesto disputado en las canchas del parque La Politécnica	19:00	21:00
25	Retorno a la hostería y cena	21:30	22:00
N°	Actividades	Entradas	Salidas
Día 4			

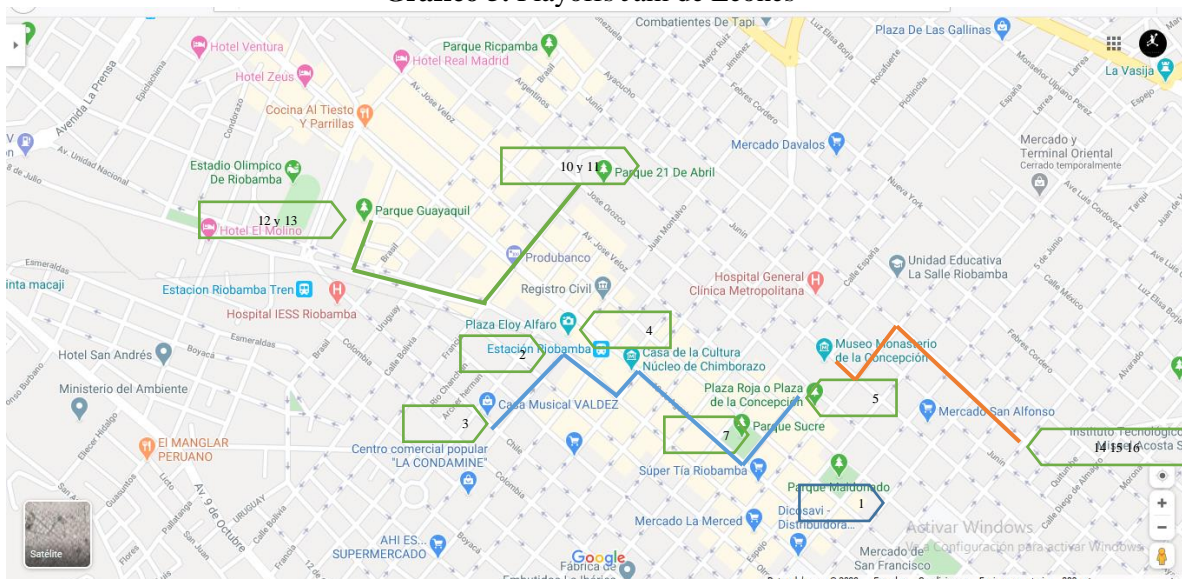
26	Desayuno en la hostería	8:00	9:00
27	Visita al primer estadio Olímpico de la ciudad de Riobamba y mañana recreativa en el parque Guayaquil	9:30	12:00
28	Almuerzo y degustación de el platillo típico de Riobamba el hornado en el popular mercado de La Merced	13:00	14:00
29	Tarde de fotografía en La Basílica, iglesia del colegio San Felipe, parque La Libertad	14:30	16:00
30	Retorno a la hostería para el equipamiento	16:30	18:00
31	Cuarto juego de baloncesto desarrollado en las canchas del parque Ecológico	19:00	21:00
N°	Actividad	Entradas	Salidas
Día 5			
32	Desayuno en la hostería	8:00	9:00
33	Compras en los principales centros comerciales de Riobamba (Paseo shopping, Multiplaza)	9:30	12:00
34	Retorno a la hostería y almuerzo	12:30	13:30
35	Uso de instalaciones y relajación en la hostería el Troje	14:00	18:00
36	Juego final de baloncesto disputado en el coliseo de la ciudad "Teodoro Gallegos Borja"	19:00	21:00
37	Retorno a la hostería y cena	21:30	22:00
N°	Actividad	Entrada	Salida
Día 6			
38	Desayuno en la hostería	8:00	9:00
39	Partida hacia el majestuoso nevado Chimborazo donde se realizará ascenso al primer refugio	10:00	13:00
40	Almuerzo en el refugio del nevado Chimborazo	13:30	14:30
41	Descenso en bicicleta desde el refugio hasta la carretera	15:00	17:00
42	Retorno a la hostería y uso de las instalaciones	18:00	19:00
43	Premiación al flamante campeón de los Playoffs Jam de Leones en el bar-discoteca Cocoa	20:00	00:00
N°	Actividad	Entrada	Salida
44	Desayuno en la hostería y fin de los servicios	8:00	9:00

Elaborado por: Alejandro Ortega

Hoja de ruta

En la siguiente hoja de ruta se muestran todos los atractivos deportivos y culturales que van a ser visitados dentro de este producto, de igual manera las actividades a realizarse en cada sitio donde existe la señalética adecuada para la ejecución de cada una de ellas.

Gráfico 5. Playoffs Jam de Leones



Elaborado por: Alejandro Ortega

Tabla de costos

Se ha diseñado una tabla de costos de producción con el fin de conocer los precios de cada actividad y por último se detalla el costo total del producto.

Tabla 8. Costos del producto turístico

Actividades	General	Costos	Precio
Check In – Desayunos en la hostería		10,00	12,00
Entradas a iglesias y museos de la ciudad		5,00	5,00
Almuerzos en la hostería		25,00	30,00
Degustacion de helados		0,45	0,50
Plato típico de la ciudad Hornado		3,00	4,00
Servicio de escalada		5,00	5,00
Llegada al primer refugio del Chimborazo		2,50	3,00
Visita taller de trompos		0,00	0,00
Visita taller de caretas		0,00	0,00
Visita taller de talabartería		0,00	0,00
Visita al estadio olímpico de Riobamba		0,00	0,00
Vista a las difernetes canchas de baloncesto		0,00	0,00
Cenas en la hostería		2,50	3,00
Transporte	150	9,00	10,00
Guia	80	5,00	8,00
Total		67,45	80,50

Elaborado por: Alejandro Ortega

Medio de comercialización

Para la comercialización y difusión del producto turístico “Playoffs Jam de Leones”, se ha escogido la plataforma de facebook, ya que es la más usada por los prestadores, para comercializar sus servicios, también la más frecuentada por turistas y personas que buscan nuevas formas de turismo.

Gráfico 6. Página oficial de facebook Playoffs Jam de Leones



Elaborado por: Alejandro Ortega

2.8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La ciudad de Riobamba, es conocido como la ciudad de la Primicias, está ubicado en la zona céntrica del país, desde este punto se puede dirige a las diferentes ciudades, pero no es un lugar donde los turistas desean permanecer, debido principalmente por la falta de productos turísticos en los cuales den a conocer los atractivos turísticos de la zona.
- Se pudo determinar en base a la investigación que varios atractivos de la urbe estan subutilizados por lo que existe desconocimiento de la población y de ciertos prestadores de servicio, por lo que este producto llegará a dinamizar el desarrollo turistico en la ciudad.
- Los costos de movilización, alojamiento y alimentación son relativamente inferiores comparados con otras ciudades, por lo que al crear un productos turísticos se puedo establecer un precio idóneo para las tres clases de turistas clasificados según sus recursos económicos.

Recomendaciones

- Se recomienda a las autoridades del cantón Riobamba, realizar una campaña de concientización de los atractivos turísticos con la finalidad de establecer a la ciudad como un punto de turismo fijo en la región, en base a estas acciones fomentar el deporte y consumo del producto turístico diseñado como parte de la propuesta.
- Promocionar el producto a través de las redes sociales, que se han convertido en el medio de comunicación más efectivo en la difusión de productos turísticos.

Anexo 3. Resultado de las encuestas

1. Variable Oferta Turística

Datos Generales

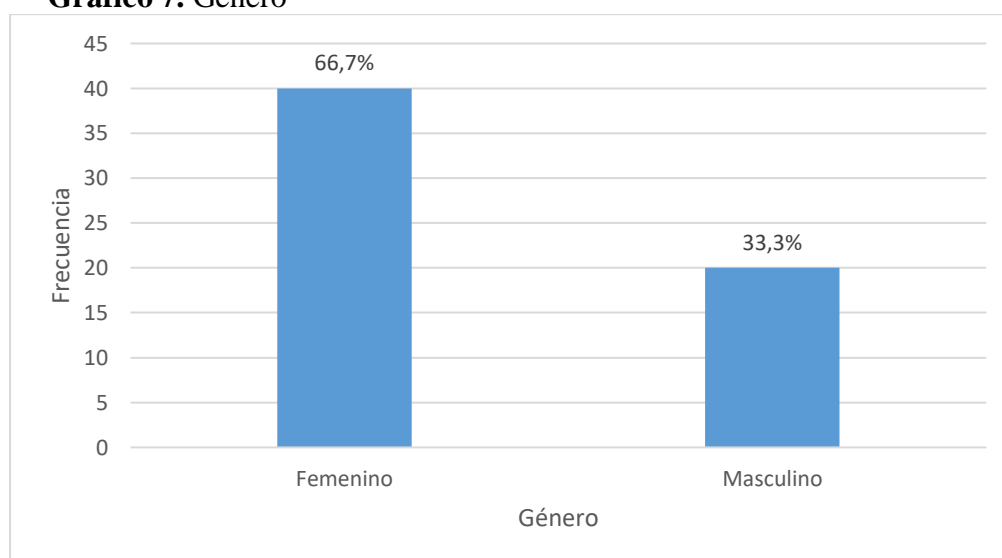
Tabla 9. Género

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	40	66,7
	Masculino	20	33,3
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 7. Género



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Se observa que en la encuesta realizada el mes de marzo del 2020, a los prestadores de servicio turístico de la ciudad de Riobamba. Un 66,7% representa el género femenino mientras que el 33,3% representa el género masculino, entendiendo que la mayoría de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Riobamba pertenecen al género femenino

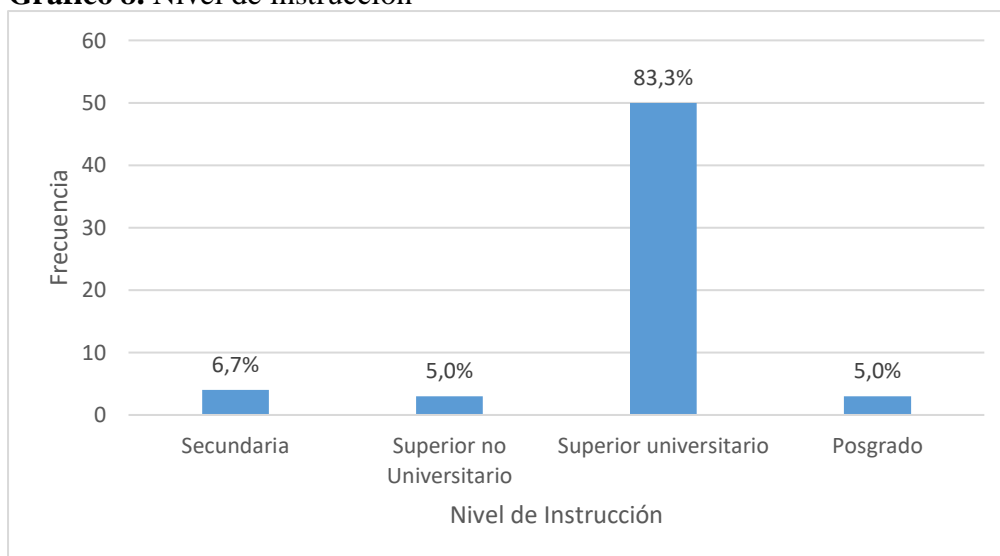
Tabla 10 . Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Secundaria	4	6,7
Superior no Universitario	3	5,0
Superior universitario	50	83,3
Posgrado	3	5,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 8. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Realizadas las encuestas se pudo observar que el 6,7% tiene una educación secundadria, el siguiente grupo de encuestados corresponde al 5,0% de superior no universitario, mientras que un 83,3% corresponde a la educación superior universitaria y por último el 5,0% tiene posgrado ándonos como resultado que la mayoría de los prestadores de servicio turístico tienen un nivel de instrucción superior universitario.

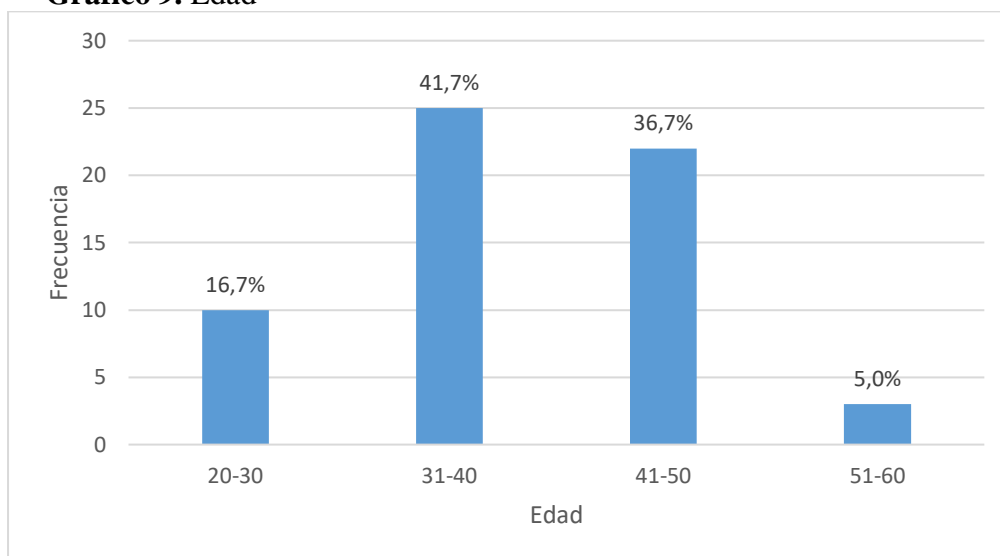
Tabla 11 . Edad

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	20-30	10
	31-40	25
	41-50	22
	51-60	3
	Total	60

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 9. Edad



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

La edad promedio de prestadores de servicio encuestada es de 31 a 40 años con un 41,7%. Por otra parte, el 16,7% tiene una edad entre 20 y 30 años que es una edad relativamente joven, entre 41 y 50 años se evidencia un 36,7% de un total de 60 encuestados. Los datos finalmente evidencian que los prestadores de servicio turístico tienen entre los 31 y 40 años.

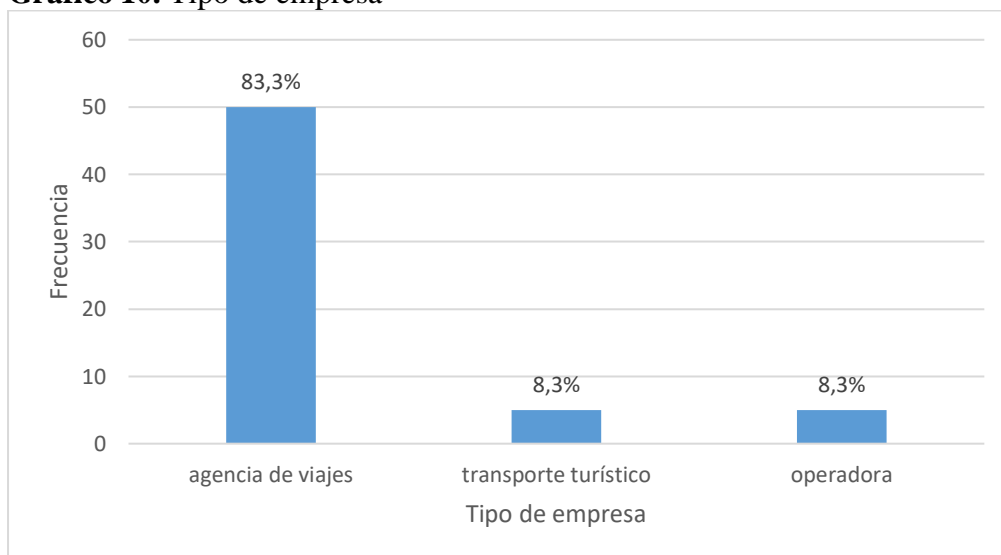
Tabla 12 . Tipo de empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
agencia de viajes	50	83,3
transporte turístico	5	8,3
operadora	5	8,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 10. Tipo de empresa



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Una vez aplicadas las respectivas encuestas se pudo observar que, el 83,3% pertenecen a agencias de viaje, por otro lado existe un mismo porcentaje del 8,3% entre transporte turístico y operadoras. Teniendo en cuenta que se tomó como referencia a los prestadores de servicio turístico con más experiencia en el ámbito turístico.

Cuestionario aplicado a prestadores de servicio turístico (Escala de likert)

Tabla 13 . Señalética Turística

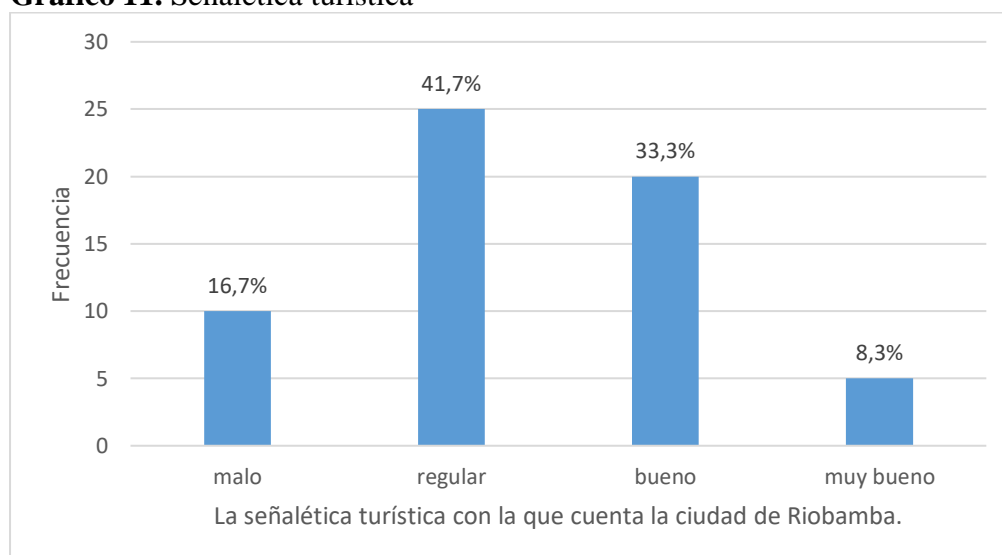
1. La señalética turística con la que cuenta la ciudad de Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido malo	10	16,7
regular	25	41,7
bueno	20	33,3
muy bueno	5	8,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 11. Señalética turística



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 41,7% calificó de forma regular a la señalética turística que cuenta la ciudad de Riobamba, mientras que el 33,3% evaluó de buena la señalética turística, por otra parte el 16,7% menciona que la señalética turística es mala y por último el 8,3% afirma que la señalética es muy buena.

Tabla 14 . Accesibilidad

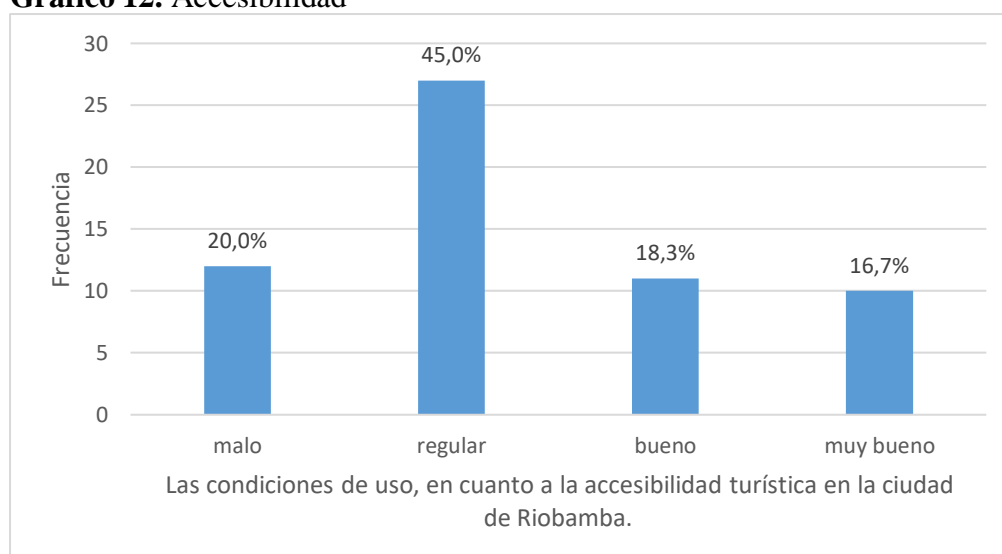
2. Las condiciones de uso, en cuanto a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	12	20,0
	regular	27	45,0
	bueno	11	18,3
	muy bueno	10	16,7
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 12. Accesibilidad



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Las encuestas mencionan que el 45,0% corresponde a las condiciones regulares de uso a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba, mientras que el 16,7% equivale a una accesibilidad muy buena. Lo que significa que se debe mejorar la accesibilidad que brinde nuestra ciudad.

Tabla 15 . Información turística

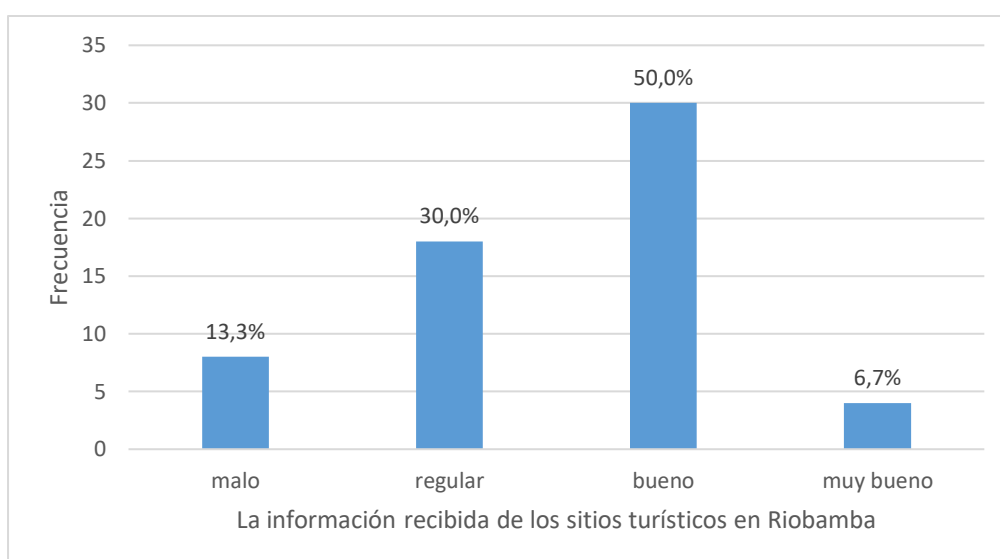
3. La información recibida de los sitios turísticos en Riobamba

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	8	13,3
	regular	18	30,0
	bueno	30	50,0
	muy bueno	4	6,7
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 13. Información turística



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas aplicadas a los prestadores de servicio turístico en la ciudad de Riobamba se evidencia que el 50,0% recibe una información turística buena, mientras que el 30% menciona que la información recibida es regular, por otro lado el 13,3% recibió una información turística mala y por último el 6,7% considera una muy buena información recibida

Tabla 16 . Valorización de atractivos

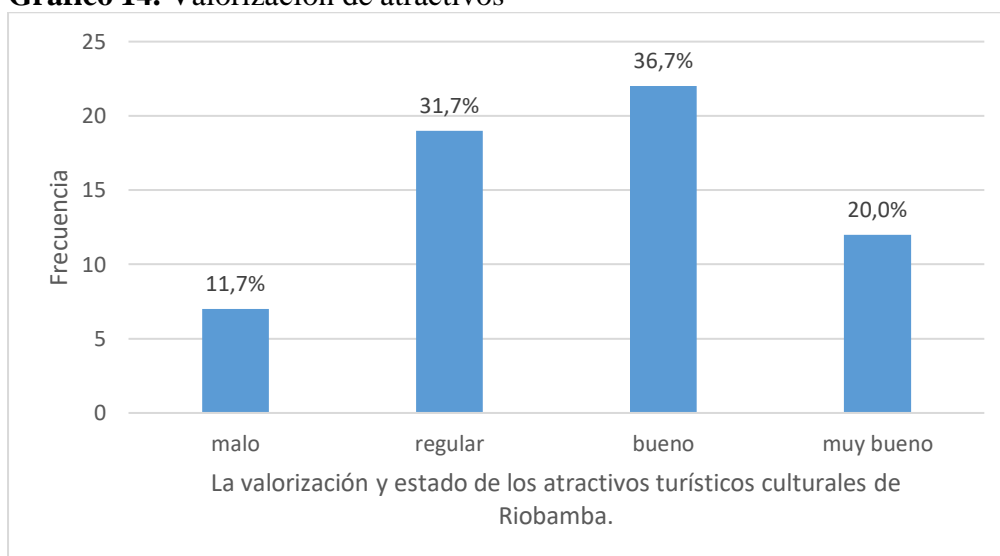
4. La valorización y estado de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
malo	7	11,7
regular	19	31,7
bueno	22	36,7
muy bueno	12	20,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 14. Valorización de atractivos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

De los prestadores de servicios turísticos encuestados el 11,7% indicó que el estado en el que se encuentran los atractivos culturales en la ciudad de Riobamba es malo, mientras que el 31,7% calificó de regular, el 36,7% evaluó que se encuentra en buen estado y por último el 20,0% mencionaron que el estado de atractivos culturales es muy bueno.

Tabla 17 . Grado de innovación en los atractivos

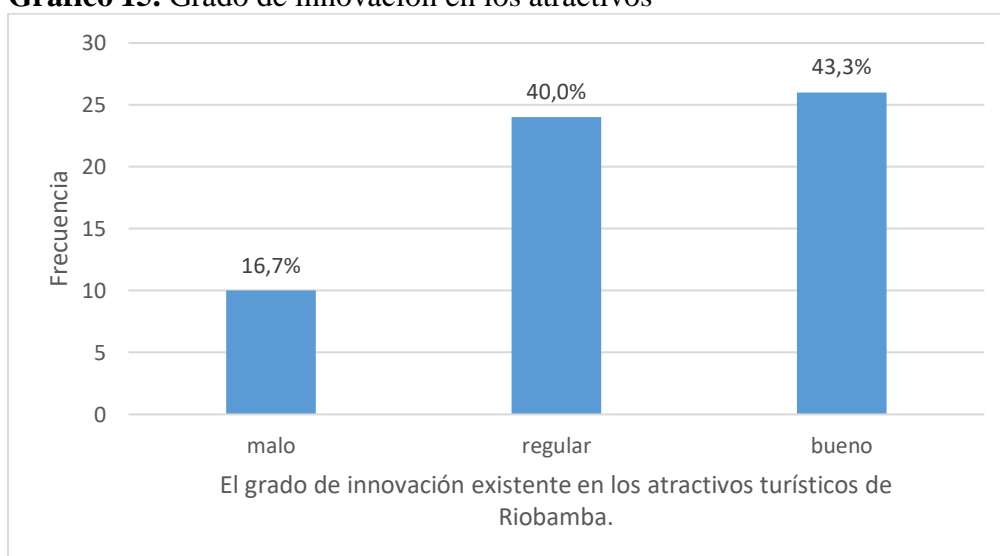
5. El grado de innovación en los atractivos turísticos de Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
malo	10	16,7
regular	24	40,0
bueno	26	43,3
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 15. Grado de innovación en los atractivos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 16,7% de los encuestados menciona que el grado de innovación de los atractivos turísticos en la ciudad de Riobamba es regular, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 43,3% calificó de bueno al grado de innovación, en un grupo de referentes el 40,0% resultó ser muy bueno.

Tabla 18 . Grado de sostenibilidad

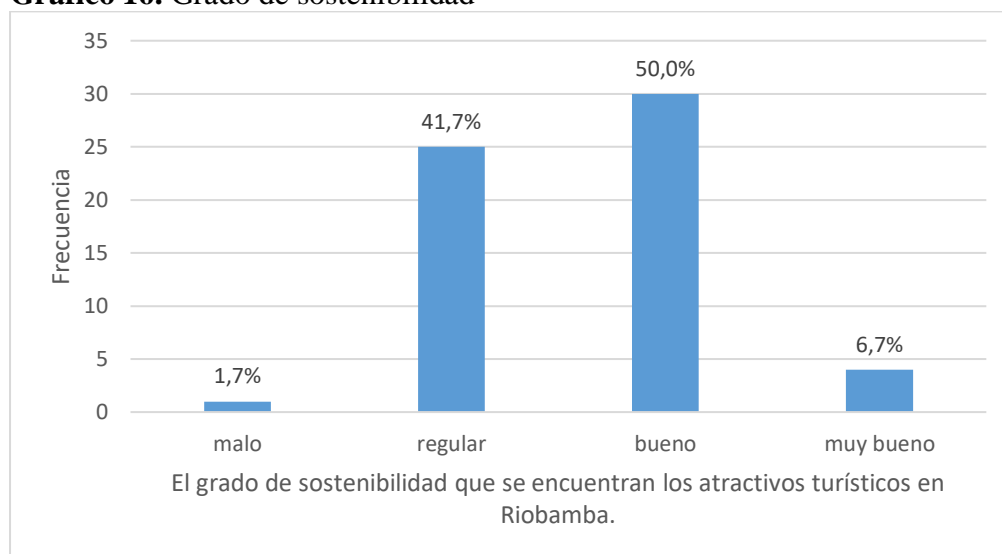
6. El grado de sostenibilidad que se encuentran los atractivos turísticos en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	1	1,7
	regular	25	41,7
	bueno	30	50,0
	muy bueno	4	6,7
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 16. Grado de sostenibilidad



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 1,7% calificó de forma negativa al grado de sostenibilidad en los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba, mientras tanto el 50% concordó que el grado de sostenibilidad es bueno, el 6,7% corresponde a muy bueno y por último el 41,7% evaluó como regular.

Tabla 19. Estado de los establecimientos de alojamiento

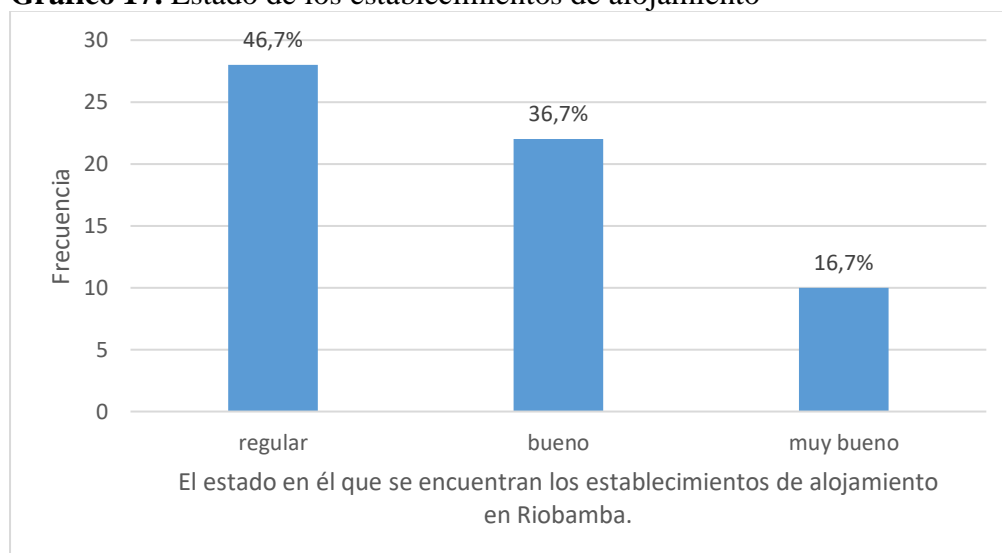
7. El estado en él que se encuentran los establecimientos de alojamiento en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	regular	28	46,7
	bueno	22	36,7
	muy bueno	10	16,7
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 17. Estado de los establecimientos de alojamiento



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el mayor porcentaje es 46,7% que califica de regular el estado de los establecimientos en Riobamba, a diferencia el 16,7% califica de muy bueno el estado de los establecimientos de alojamiento, mientras que el 36,7% corresponde a una calificación buena

Tabla 20 . Calidad de servicio

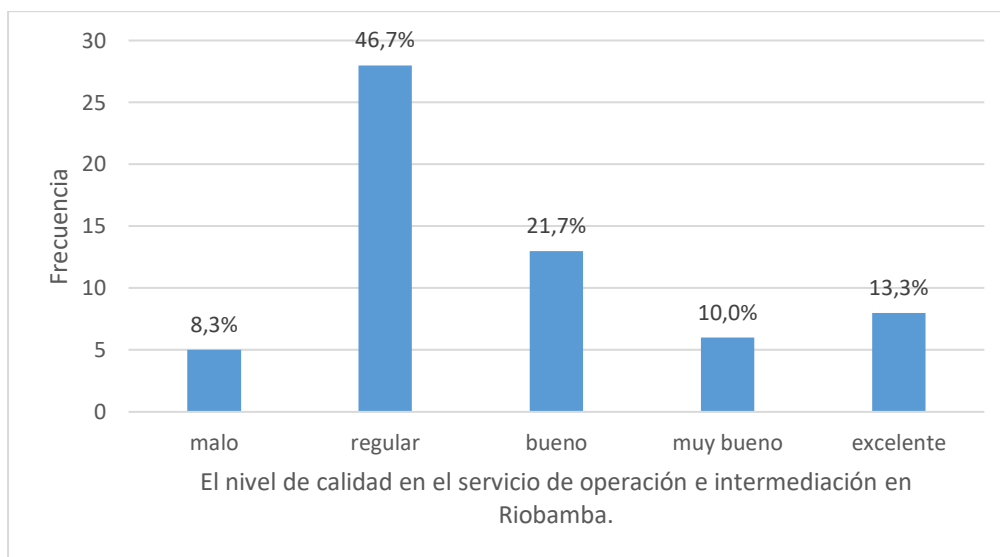
8. El nivel de calidad en el servicio de operación e intermediación en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	5	8,3
	regular	28	46,7
	bueno	13	21,7
	muy bueno	6	10,0
	excelente	8	13,3
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 18. Calidad de servicio



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 46,7% resultó ser regular el nivel de calidad para servicio de operación e intermediación en Riobamba, mientras que el 8,3% determinó ser malo, a diferencia que el 10% calificó de muy bueno, el 21,7% determinó un nivel de calidad bueno y el 13,3% de excelente.

Tabla 21 . Formalidad de establecimientos de alimentos y bebidas

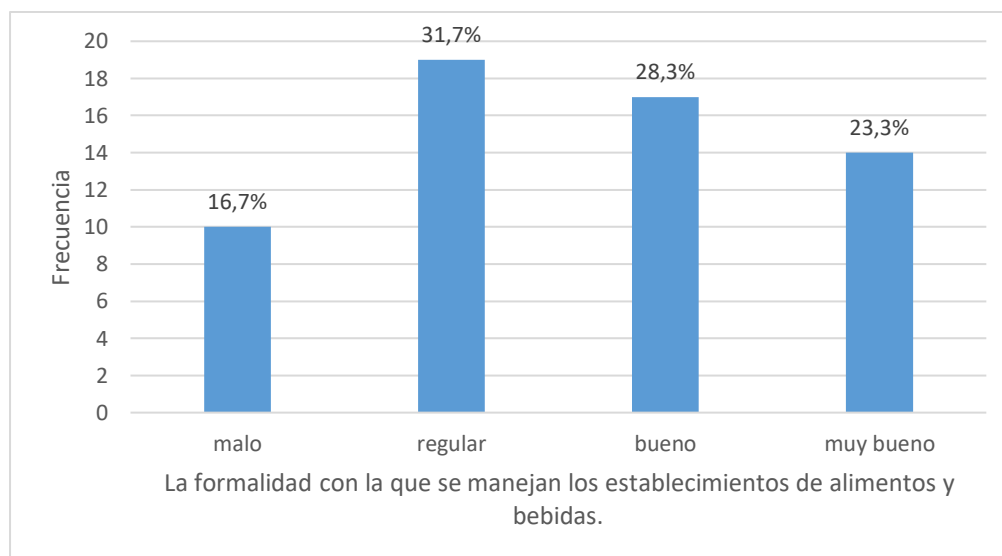
9. La formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	10	16,7
	regular	19	31,7
	bueno	17	28,3
	muy bueno	14	23,3
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 19. Formalidad de establecimientos de alimentos y bebidas



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 28,3% de los encuestados menciona que la formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas es buena en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 31,7% calificó de regular a la formalidad con la que se manejan, un grupo de encuestados de 23,3% evaluó de muy bueno, mientras que el 16,7% determinó ser mala .

Tabla 22 . Accesibilidad en el precio

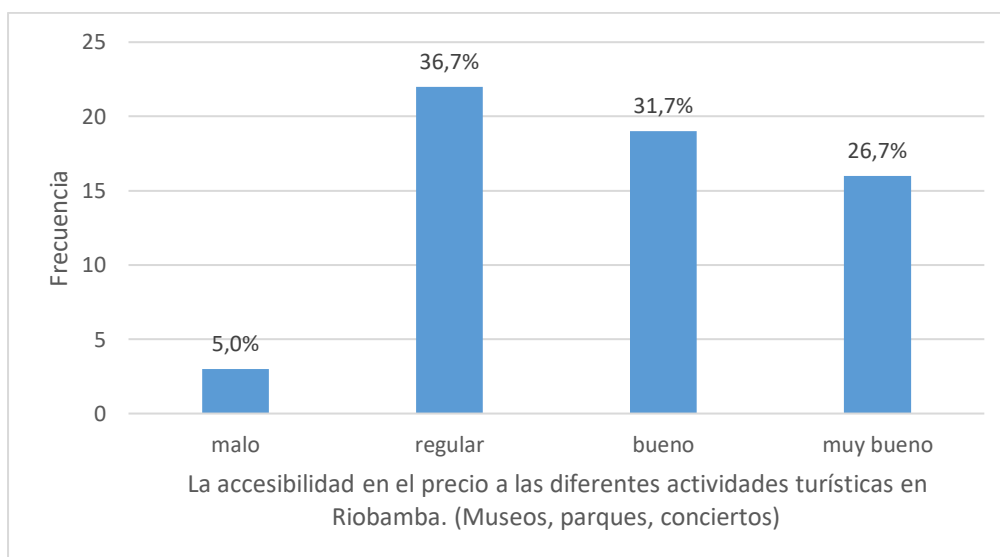
10. La accesibilidad en el precio a las diferentes actividades turísticas en Riobamba. (Museos, parques, conciertos)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	3	5,0
	regular	22	36,7
	bueno	19	31,7
	muy bueno	16	26,7
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 20 . Accesibilidad en el precio



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según los datos recolectados al realizar las encuestas a los prestadores de servicio se obtienen los siguientes valores el 36,7% de los encuestados considera como regular a la accesibilidad en los precios a las diferentes actividades, por otro lado el 31,7% de los encuestados opina que el precio es bueno, se consideran como muy bueno con el 26,7%, aquellos con cifras menores son quienes consideran malo con el 5,0% .

Tabla 23 . Nivel de especialización

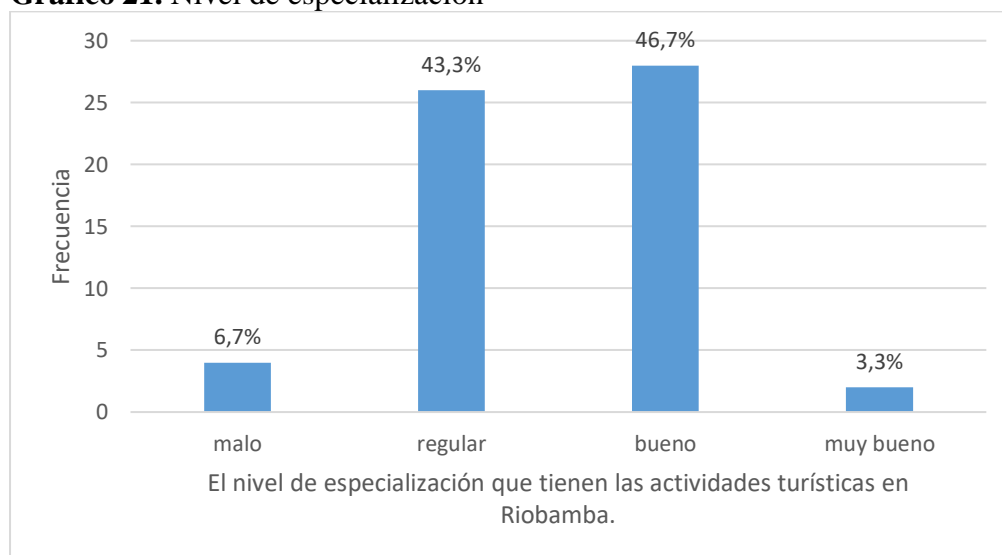
11. El nivel de especialización que tienen las actividades turísticas en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	4	6,7
	regular	26	43,3
	bueno	28	46,7
	muy bueno	2	3,3
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 21. Nivel de especialización



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 6,7% evalúa de malo el nivel de especialización de las actividades turísticas, el 43,33% califica de regular al nivel de especialización, mientras que el 46,7% dio una calificación buena al nivel de especialización de las actividades en la ciudad y por último una calificación muy buena con un 3,3%

Tabla 24 . Horario de atención

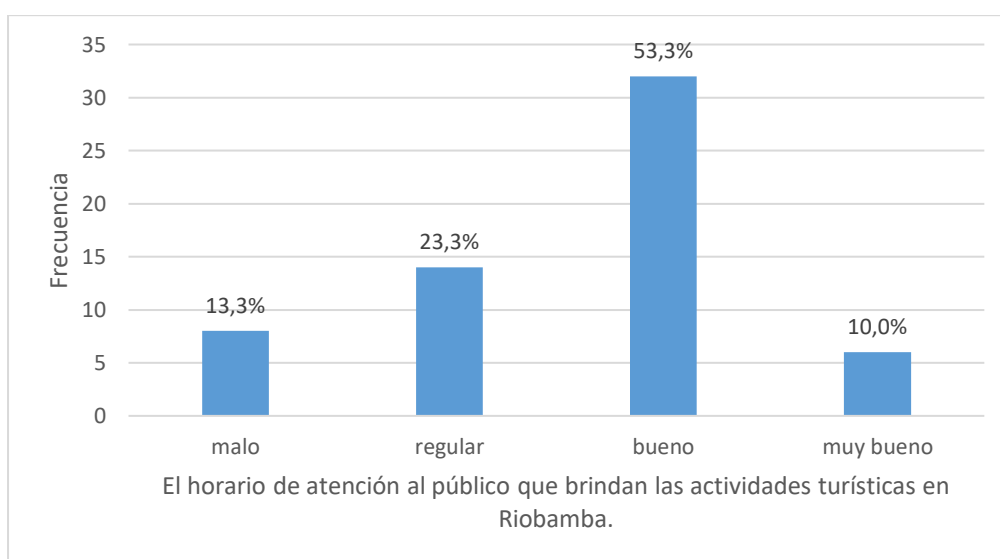
12. El horario de atención al público que brindan las actividades turísticas en Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
malo	8	13,3
regular	14	23,3
bueno	32	53,3
muy bueno	6	10,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 22 . Horario de atención



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 23,3% de los encuestados menciona que el horario de atención que brindan las actividades turísticas es regular en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 53,3% calificó de bueno al horario de atención, un grupo de encuestados e 10,0% determinó ser muy bueno, mientras que el 13,3% calificó malo al horario de atención.

Tabla 25 . Equidad de género

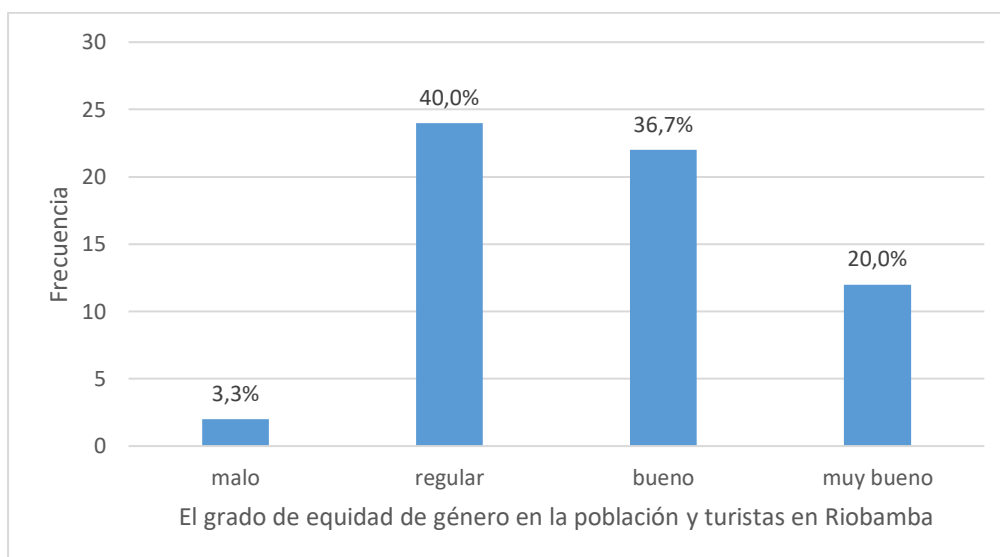
13. El grado de equidad de género en la población y turistas en Riobamba

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	2	3,3
	regular	24	40,0
	bueno	22	36,7
	muy bueno	12	20,0
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 23. Equidad de género



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 3,3% califica de malo al grado de equidad de género en la población y turistas, el 40,0% resulta ser regular al grado de equidad de género, mientras que el 36,7% dió una calificación buena al grado de equidad y por último una calificación muy buena con un 20,0%

Tabla 26 . Atención en salud pública

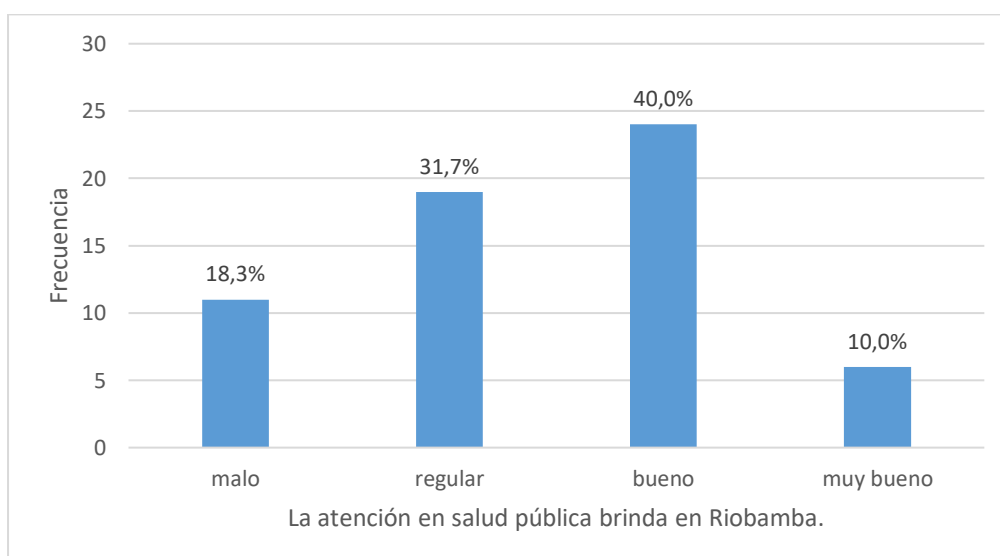
14. La atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	11	18,3
	regular	19	31,7
	bueno	24	40,0
	muy bueno	6	10,0
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 24. Atención en salud pública



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 18,3% calificó de forma negativa la atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba, mientras tanto el 40,0% concordó que la atención es buena, el 10,0% calificó de muy buena y por último el 31,7% evaluó como regular.

Tabla 27 . Grado de impacto del turismo

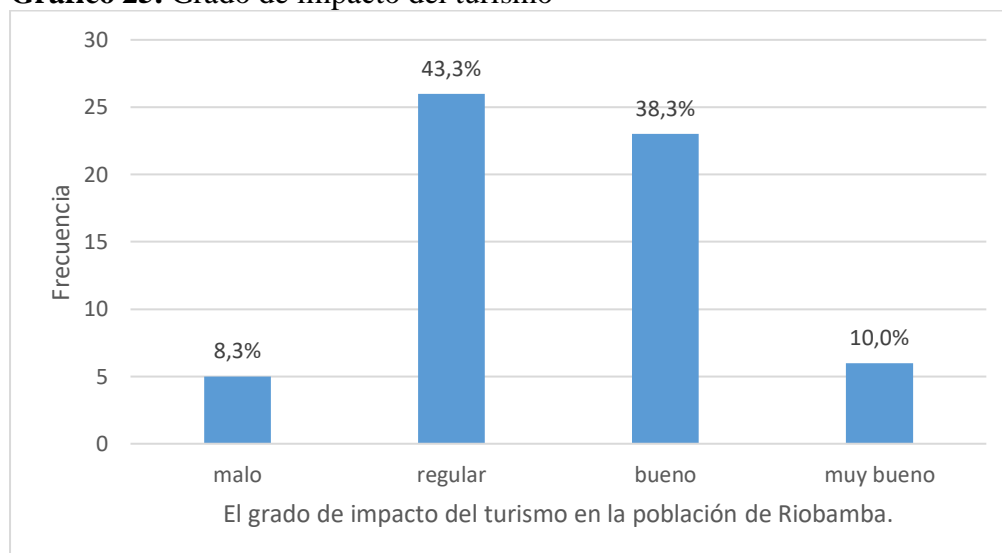
15. El grado de impacto del turismo en la población de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	5	8,3
	regular	26	43,3
	bueno	23	38,3
	muy bueno	6	10,0
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 25. Grado de impacto del turismo



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 38,3% de los encuestados menciona que el grado de impacto del turismo en la población es bueno en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 43,3% calificó de regular al grado de impacto, un grupo de encuestados de 10,0% resultó ser muy bueno, mientras que el 8,3% calificó malo al grado de impacto.

Tabla 28 . Competitividad de las actividades turísticas

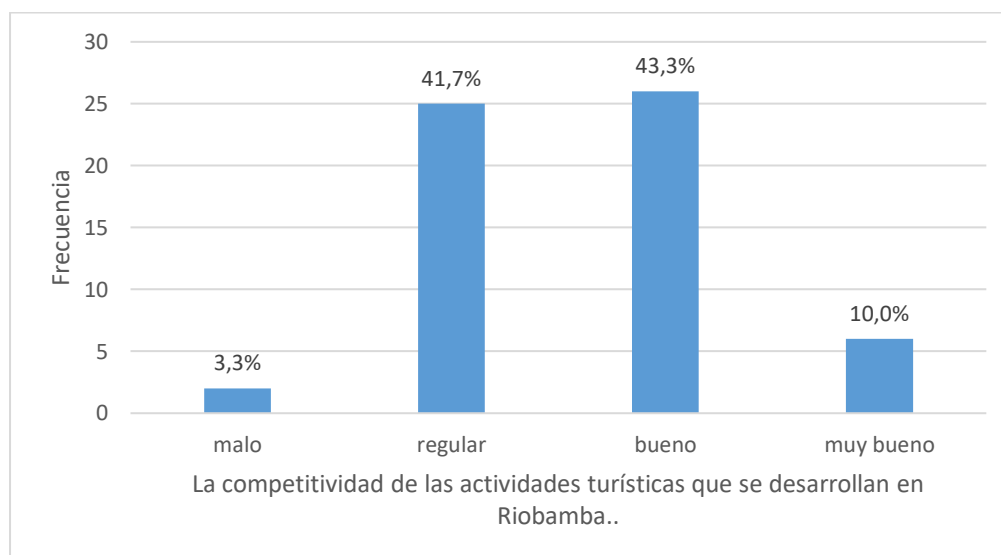
16. La competitividad de las actividades turísticas que se desarrollan en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	2	3,3
	regular	25	41,7
	bueno	26	43,3
	muy bueno	6	10,0
	Total	59	98,3
Perdidos	Sistema	1	1,7
Total		60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 26. Competitividad de las actividades turísticas



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 3,3% califica de malo la existencia de competitividad de las actividades turísticas, el 43,3% califica de regular la competitividad de actividades, mientras que el 41,7% dió una calificación buena y por último una calificación muy buena con un 10,0%

Tabla 29 . Beneficios económicos a la población

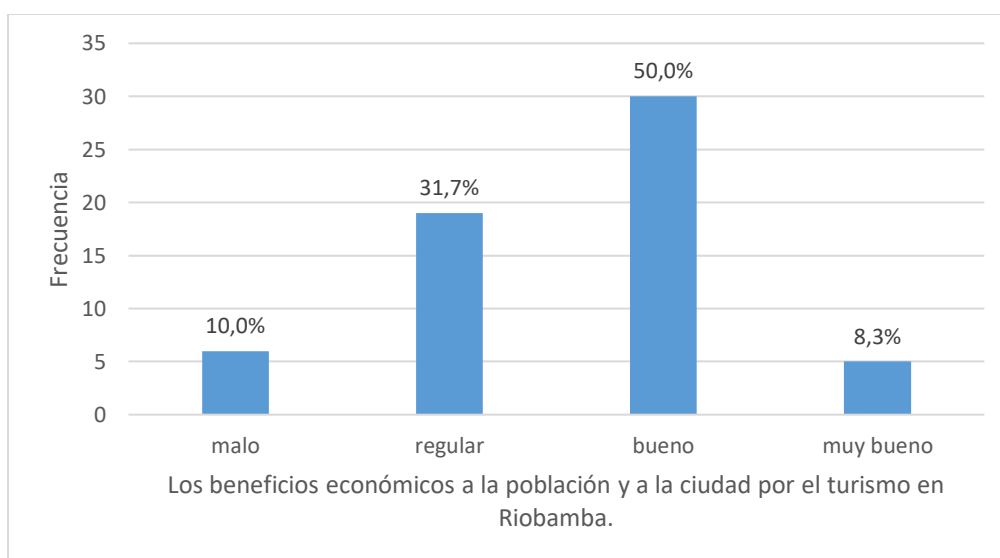
17. Los beneficios económicos a la población y a la ciudad por el turismo en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	6	10,0
	regular	19	31,7
	bueno	30	50,0
	muy bueno	5	8,3
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 27. Beneficios económicos a la población



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 10,0% califica de malo al beneficio por turismo en la población, el 31,7% califica de regular a los beneficios por turismo en Riobamba, mientras que el 50,0% dió una calificación buena a los beneficios y por último una calificación muy buena con un 8,3%.

Tabla 30 . Empleo y emprendimientos en turismo

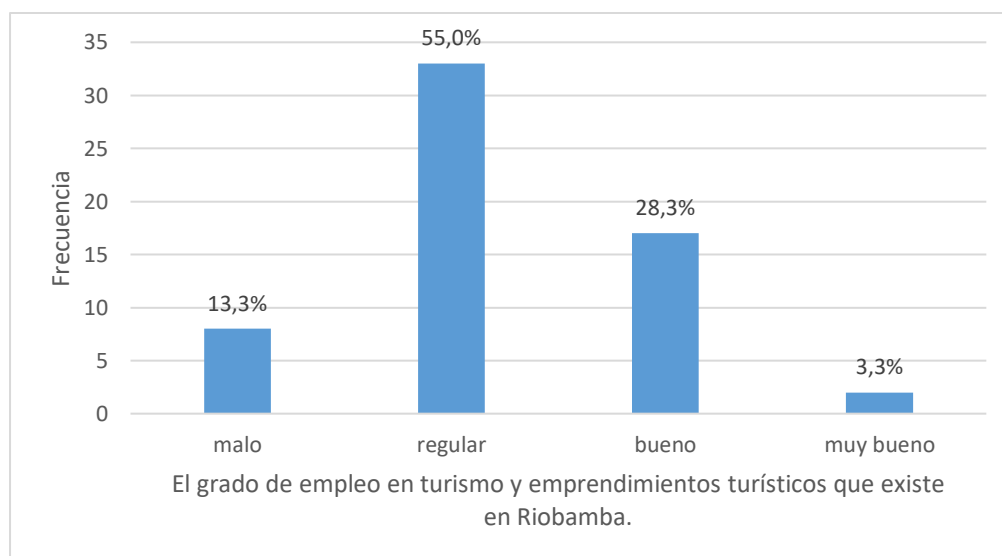
18. El grado de empleo en turismo y emprendimientos turísticos que existe en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	8	13,3
	regular	33	55,0
	bueno	17	28,3
	muy bueno	2	3,3
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 28. Empleo y emprendimientos en turismo



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el mayor porcentaje es 55,0% que califica de regular al grado de empleo en turismo en Riobamba, a diferencia el 3,3% califica de muy bueno el grado de empleabilidad, mientras que el 28,3% corresponde a una calificación buena

Tabla 31 . Conservacion de atractivos culturales

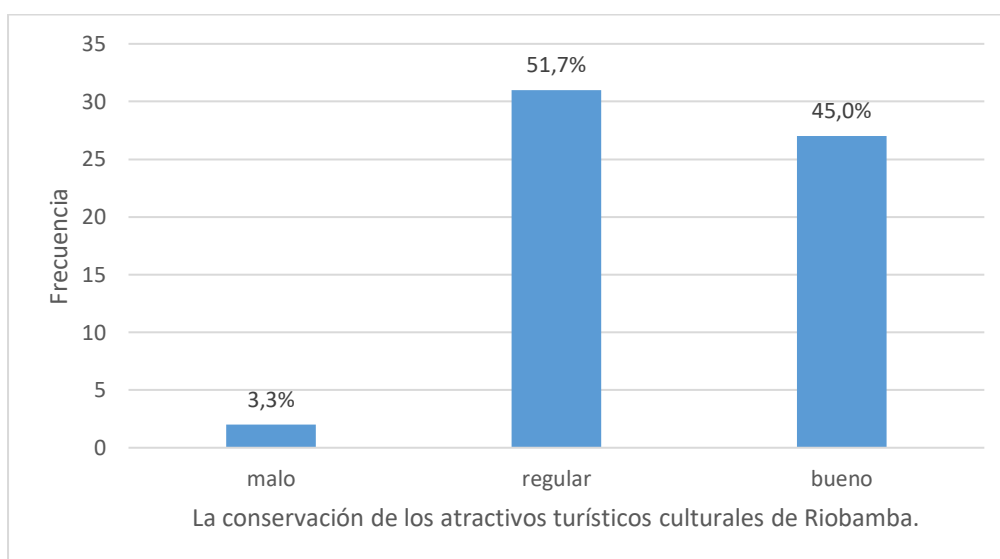
19. La conservación de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
malo	2	3,3
regular	31	51,7
bueno	27	45,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 29. Conservacion de atractivos culturales



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 45,0% de los encuestados menciona que el grado de conservación de los atractivos culturales es bueno, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 51,7% calificó de regular al grado de conservación de los atractivos turísticos, mientras que el 3,3% calificó malo al grado de conservación de atractivos culturales.

Tabla 32 . Educación ambiental

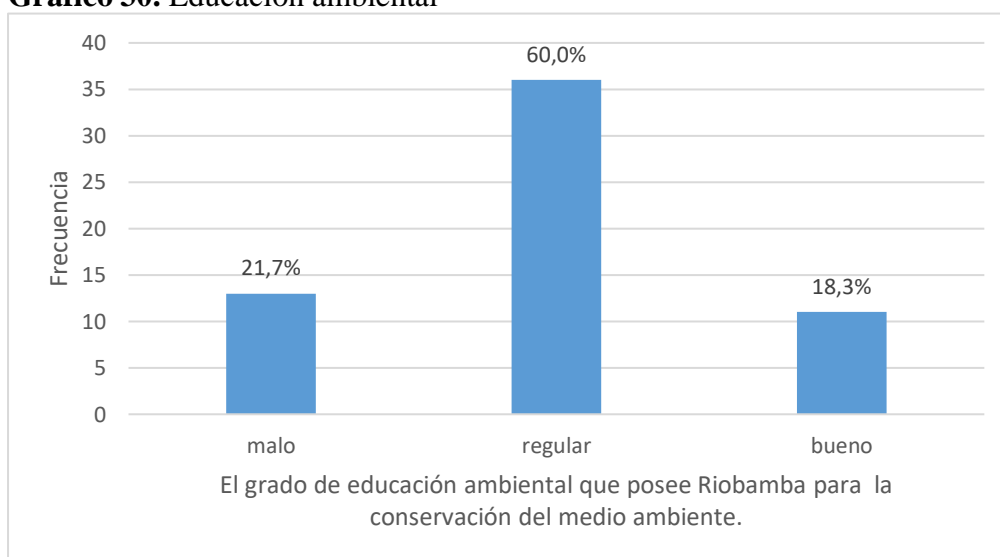
20. El grado de educación ambiental que posee Riobamba para la conservación del medio ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	13	21,7
	regular	36	60,0
	bueno	11	18,3
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 30. Educación ambiental



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 21,7% califica de malo al grado de educación ambiental, el 60,0% califica de regular al grado de educación para la conservación del medio ambiente, mientras que el 18,3% dio una calificación buena al grado de educación ambiental para la conservación del medio ambiente

Tabla 33 . Disponibilidad de servicios básicos

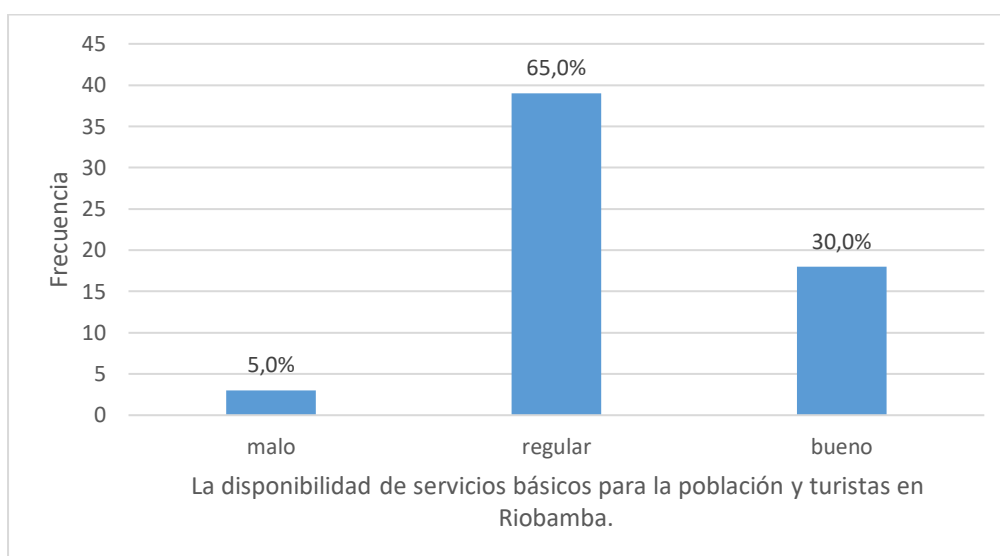
21. La disponibilidad de servicios básicos para la población y turistas en Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
malo	3	5,0
regular	39	65,0
bueno	18	30,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 31. Disponibilidad de servicios básicos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 30,0% de los encuestados menciona que la disponibilidad de servicios básicos para la población es buena en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 65,0% calificó de regular a la disponibilidad de servicios, mientras que el 5,0% calificó malo al grado de impacto

Tabla 34 . Grado de satisfacción

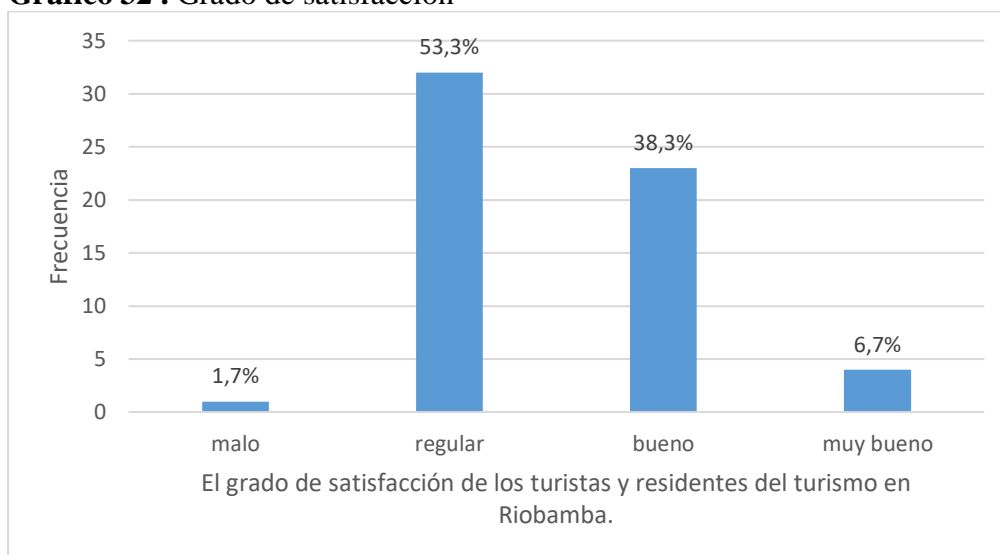
22. El grado de satisfacción de los turistas y residentes del turismo en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	1	1,7
	regular	32	53,3
	bueno	23	38,3
	muy bueno	4	6,7
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 32 . Grado de satisfacción



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 1,7% calificó de forma negativa la satisfacción de turistas, mientras tanto el 38,3% concordó que el grado de satisfacción es bueno, el 6,7% calificó de muy buena y por último el 53,3% evaluó como regular

Tabla 35 . Conservacion del patrimonio

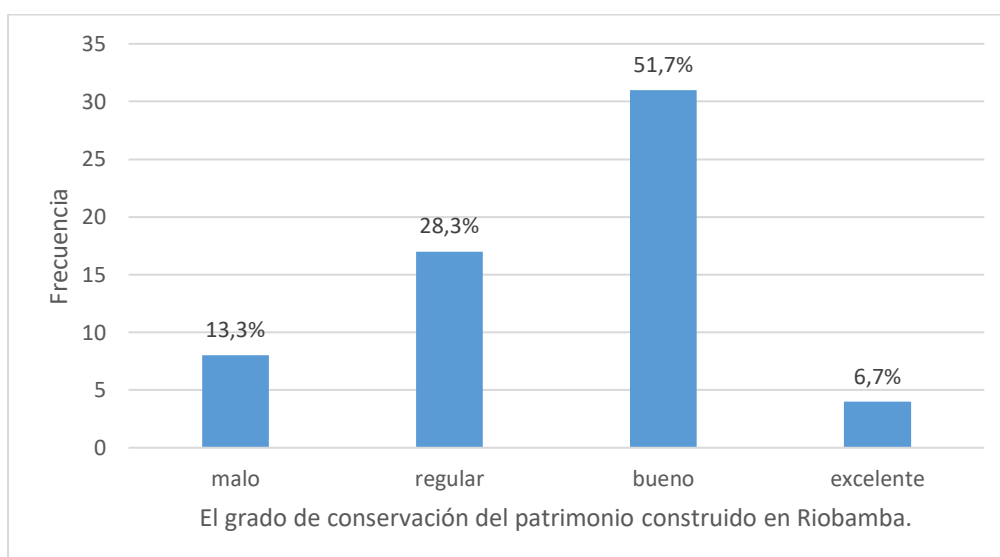
23. El grado de conservación del patrimonio existente en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	8	13,3
	regular	17	28,3
	bueno	31	51,7
	excelente	4	6,7
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 33. Conservacion del patrimonio



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 13,3% califica de malo al grado de conservación del patrimonio, el 28,3% califica de regular a la conservación del patrimonio existente, mientras que el 51,7% dio una calificación buena al grado de conservación del patrimonio y por último una calificación excelente con un 6,7%.

Tabla 36. Calidad de los prestadores

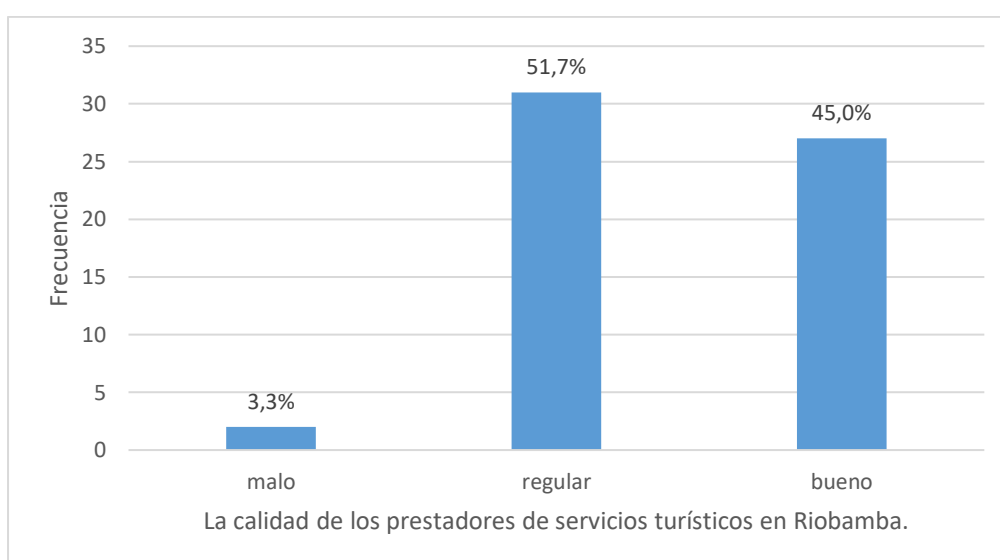
24. La calidad de los prestadores de servicios turísticos en Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
malo	2	3,3
regular	31	51,7
bueno	27	45,0
Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 34. Calidad de los prestadores



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 45,0% de los encuestados menciona que la calidad de los prestadores de servicio es buena, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 51,7% calificó de regular la calidad de servicios, mientras que el 3,3% calificó mala calidad de los prestadores de servicio.

Información complementaria

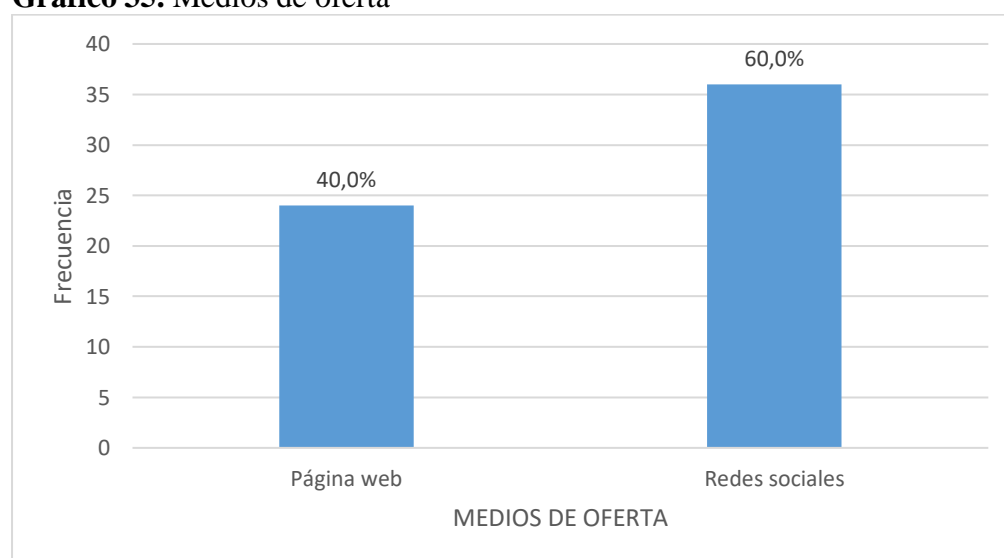
Tabla 37 . Medios de oferta

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Página web	24	40,0
	Redes sociales	36	60,0
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 35. Medios de oferta



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 60,0% menciona que oferta sus servicios a través de redes sociales y por último el 40,0% oferta a través de paginas web.

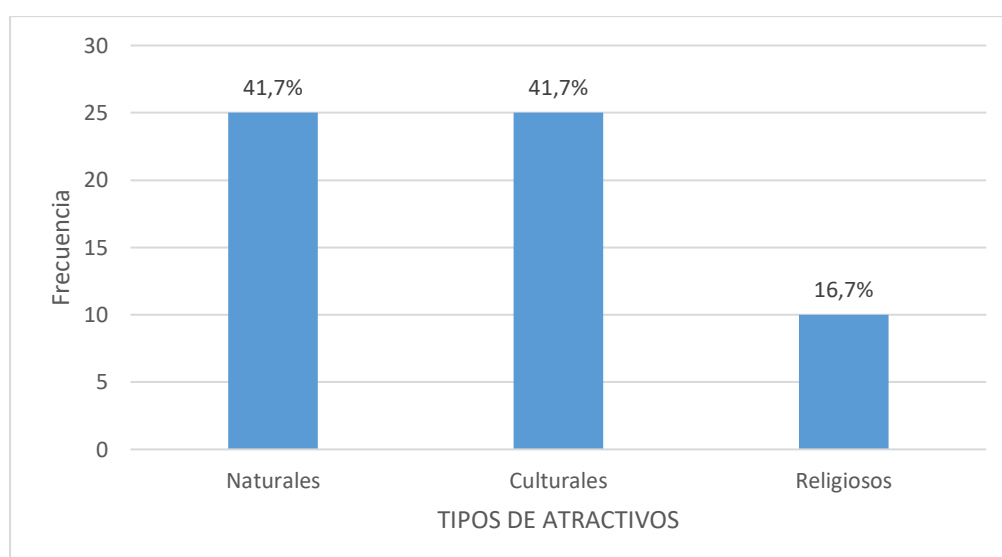
Tabla 38 . Tipos de atractivos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Naturales	25	41,7
	Culturales	25	41,7
	Religiosos	10	16,7
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 36. Tipos de atractivos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 41,7% de los encuestados mencionan que oferta atractivos turísticos naturales y culturales, por otro lado, el 16,7% oferta atractivos religiosos.

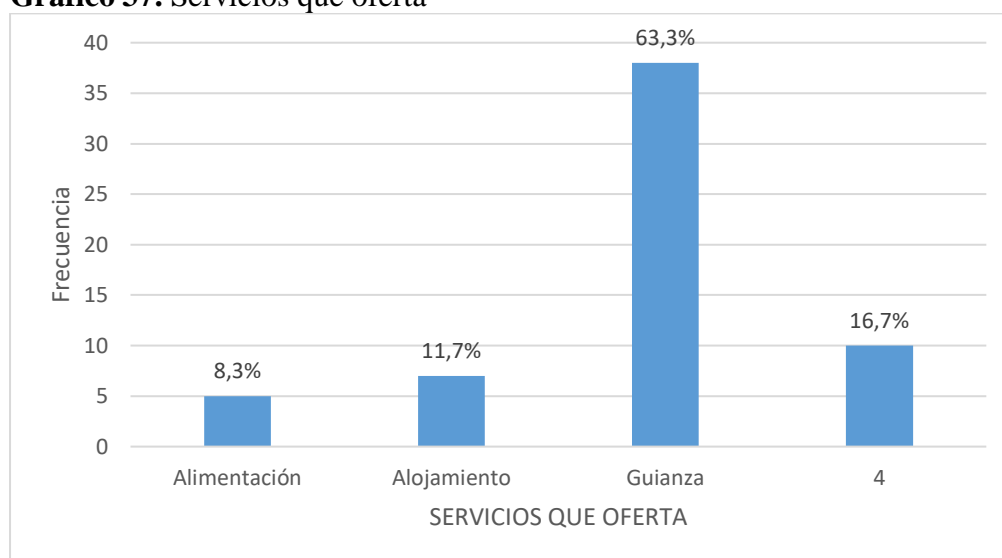
Tabla 39. Servicios que oferta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alimentación	7	11,7
	Alojamiento	11	18,3
	Guianza	42	70,0
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 37. Servicios que oferta



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 8,3% menciona que oferta servicios de alimetación, por otro lado el 11,7% oferta servicios de alojamiento y por último el 63,3% oferta servicios de guianza, el 16,7% oferta otros servicios.

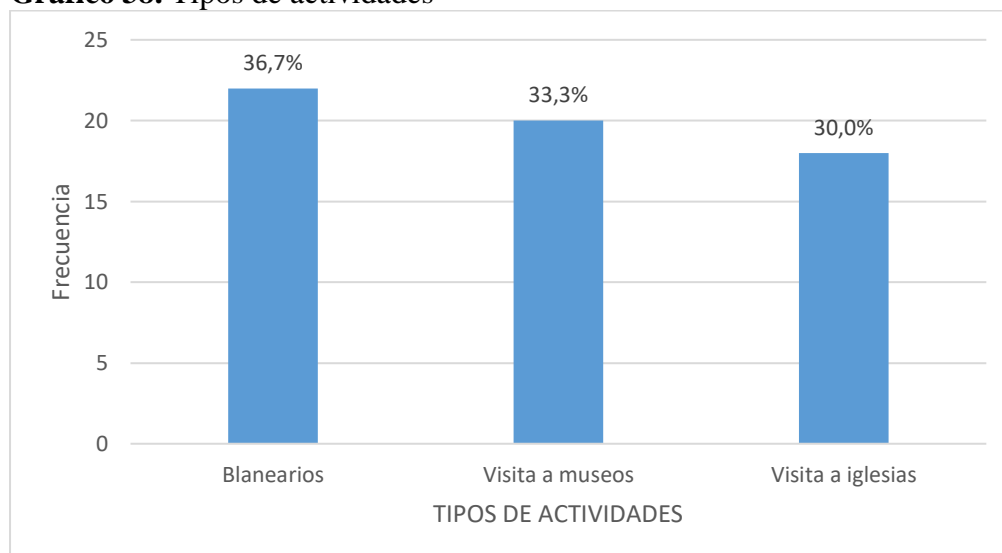
Tabla 40 . Tipos de actividades

TIPOS DE ACTIVIDADES			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Blanearios	22	36,7
	Visita a museos	20	33,3
	Visita a iglesias	18	30,0
	Total	60	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 38. Tipos de actividades



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 36,7% menciona que oferta blanearios dentro de sus paquetes, por otro lado el 33,3% oferta museos dentro de sus paquetes y por último el 30,0% oferta iglesias dentro de sus paquetes.

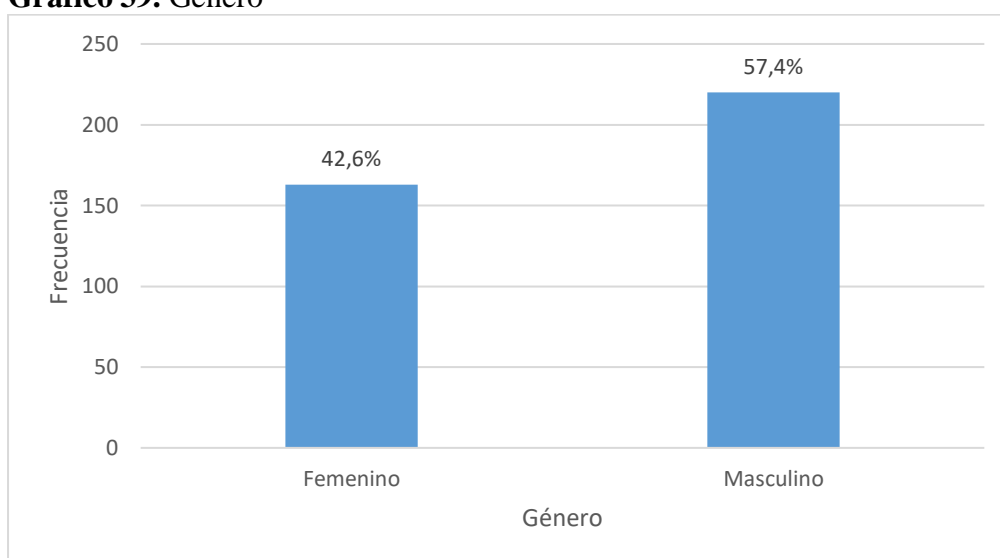
2. Variable desarrollo turístico

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	163	42,6
	Masculino	220	57,4
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 39. Género



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Se observa que en la encuesta realizada el mes de marzo del 2020, a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba. Un 42,6% representa el género femenino mientras que el 57,4% representará el género masculino, entendiéndose que la mayoría de los pobladores encuestados de la ciudad de Riobamba pertenecen al género masculino.

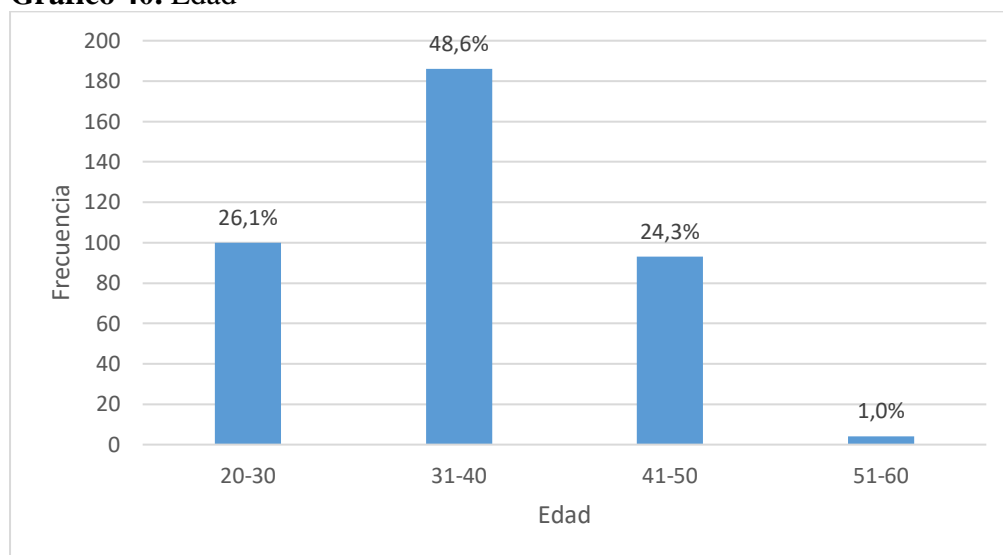
Tabla 42 . Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-30	100	26,1	26,1	26,1
	31-40	186	48,6	48,6	74,7
	41-50	93	24,3	24,3	99,0
	51-60	4	1,0	1,0	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 40. Edad



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

La edad promedio de pobladores es de 31 a 40 años con un 48,6%. Por otra parte, el 26,1% tiene una edad entre 20 y 30 años que es una edad relativamente joven, entre 41 y 50 años se evidencia un 24,3% de un total de 383 encuestados. Los datos finalmente evidencian que la población económicamente activa tienen entre los 31 y 40 años.

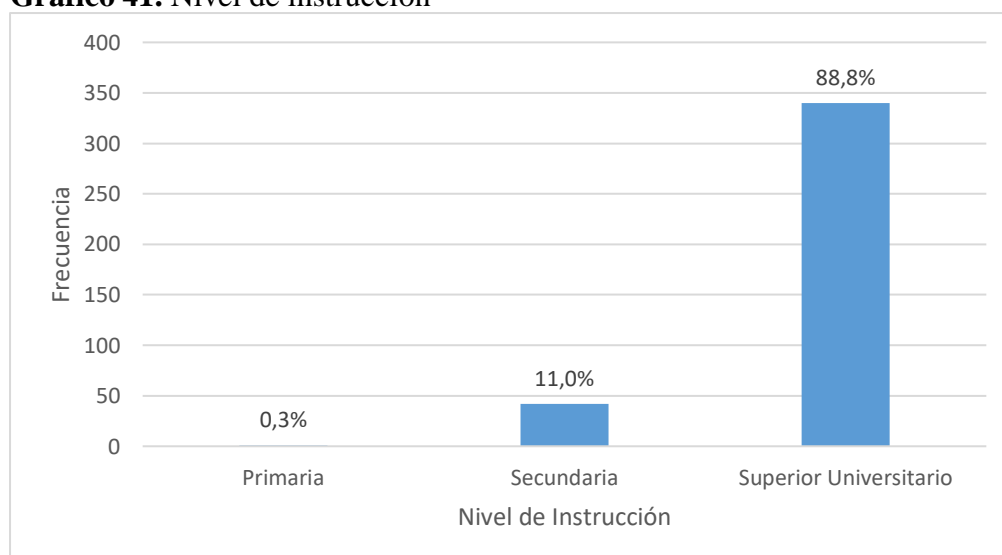
Tabla 43. Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	1	,3	,3
	Secundaria	42	11,0	11,2
	Superior Universitario	340	88,8	100,0
	Total	383	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 41. Nivel de instrucción



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Realizadas las encuestas se pudo observar que el 11,0% tiene una educación secundadria, mientras que un 88,8% corresponde a la educación superior universitaria y por último el 0,3% tiene educación primaria dándonos como resultado que la mayoría de los pobladores tienen un nivel de instrucción superior universitario.

Cuestionario aplicado a la población económicamente activa (Escala de likert)

Tabla 44 . Señalética Turística

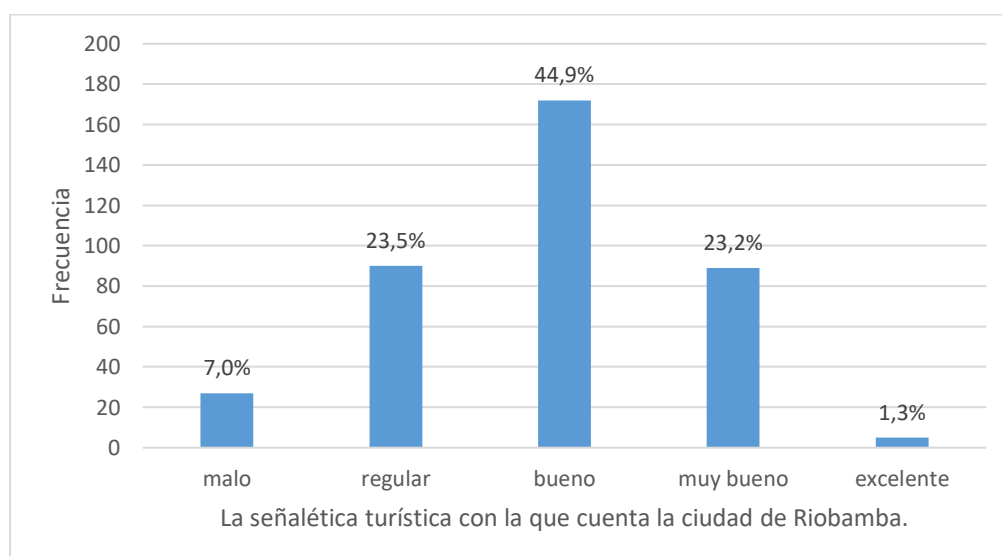
1. La señalética turística con la que cuenta la ciudad de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	27	7,0
	regular	90	23,5
	bueno	172	44,9
	muy bueno	89	23,2
	excelente	5	1,3
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 42. Señalética turística



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 23,5% calificó de forma regular a la señalética turística que cuenta la ciudad de Riobamba, mientras que el 44,9% calificó de buena la señalética turística, por otra parte el 7,0% menciona que la señalética turística es mala y por último el 23,2% afirma que la señalética es muy buena.

Tabla 45. Accesibilidad

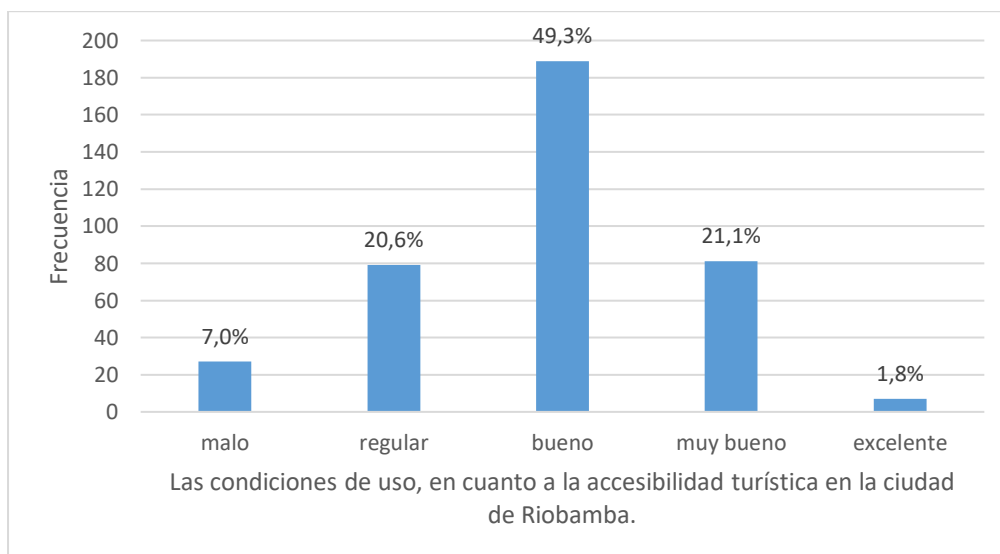
2. Las condiciones de uso, en cuanto a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	27	7,0
	regular	79	20,6
	bueno	189	49,3
	muy bueno	81	21,1
	excelente	7	1,8
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 43. Accesibilidad



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Las encuestas mencionan que el 20,6% corresponde a las condiciones regulares de uso a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba, mientras que el 21,1% equivale a una accesibilidad muy buena, el 49,3% calificó de bueno y un 7,0% de malo.

Tabla 46. Información turística

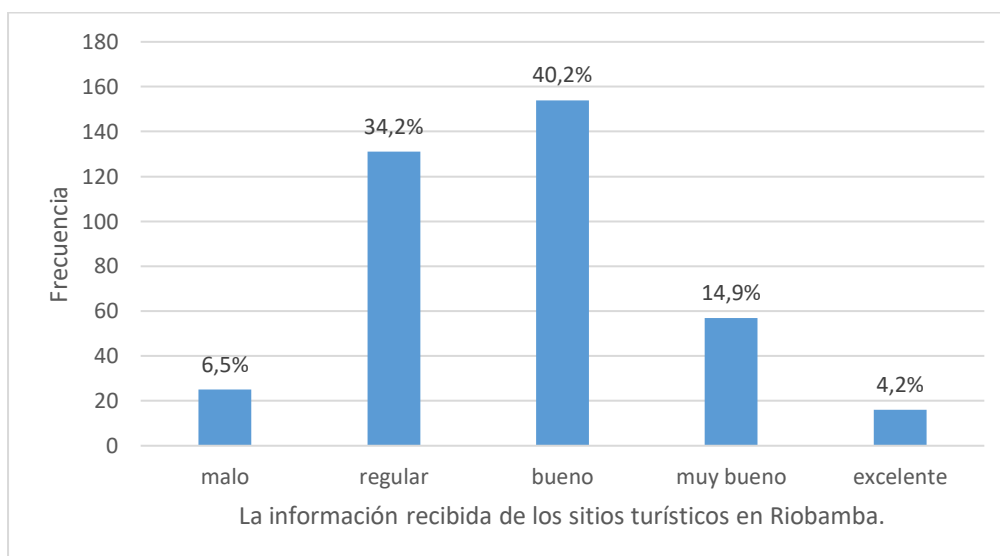
3. La información recibida de los sitios turísticos en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	25	6,5
	regular	131	34,2
	bueno	154	40,2
	muy bueno	57	14,9
	excelente	16	4,2
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 44. Información turística



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas aplicadas a la población económicamente activa en la ciudad de Riobamba se evidencia que el 40,2% recibe una información turística buena, mientras que el 34,20% menciona que la información recibida es regular, por otro lado el 6,5% recibió una información turística mala, de igual manera el 4,2% recibió una excelente información y por último el 14,9% considera una muy buena información recibida

Tabla 47. Valorización de atractivos

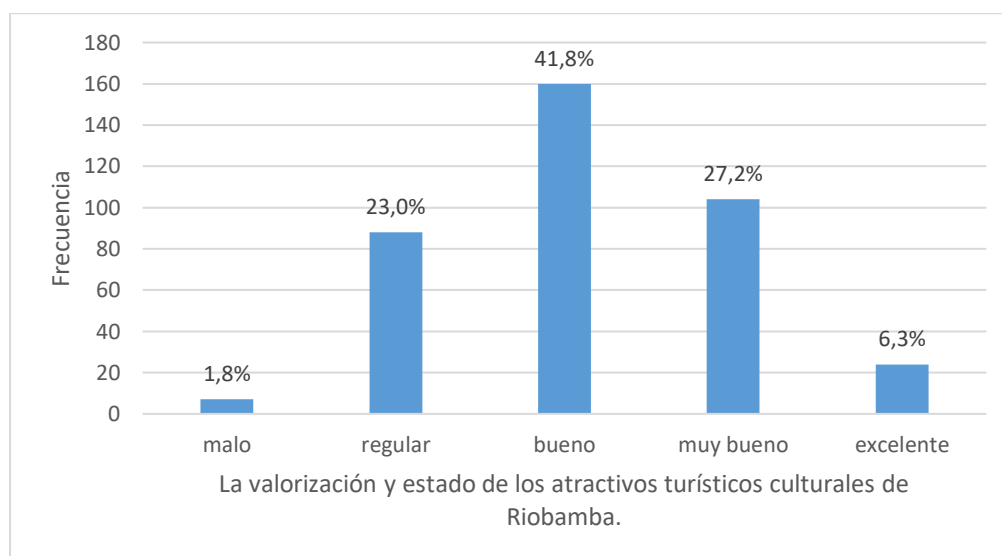
4. La valorización y estado de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	7	1,8
	regular	88	23,0
	bueno	160	41,8
	muy bueno	104	27,2
	excelente	24	6,3
	Total		383

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 45. Valorización de atractivos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

De la población encuestada el 1,8% indicó que el estado en el que se encuentran los atractivos culturales en la ciudad de Riobamba es malo, mientras que el 23,0% calificó de regular, el 41,8% evaluó que se encuentra en buen estado y por último el 27,2% mencionaron que el estado de atractivos culturales es muy bueno.

Tabla 48. Grado de innovación en los atractivos

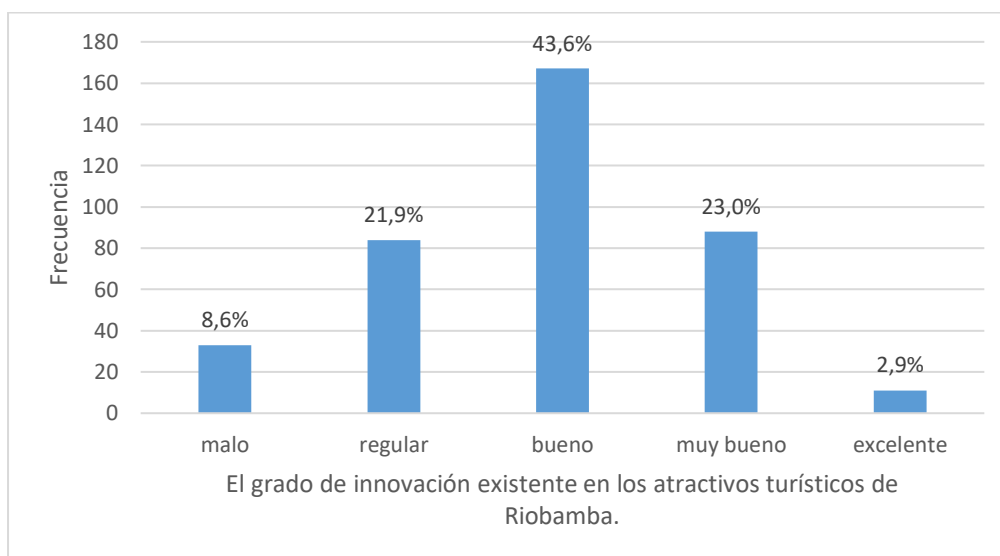
5. El grado de innovación existente en los atractivos turísticos de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	33	8,6
	regular	84	21,9
	bueno	167	43,6
	muy bueno	88	23,0
	excelente	11	2,9
	Total		383

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 46 . Grado de innovación en los atractivos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 21,9% de los encuestados menciona que el grado de innovación de los atractivos turísticos en la ciudad de Riobamba es regular, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 43,6% califico de bueno al grado de innovación, en un grupo de referentes el 22,9% calificó de muy bueno.

Tabla 49. Grado de sostenibilidad

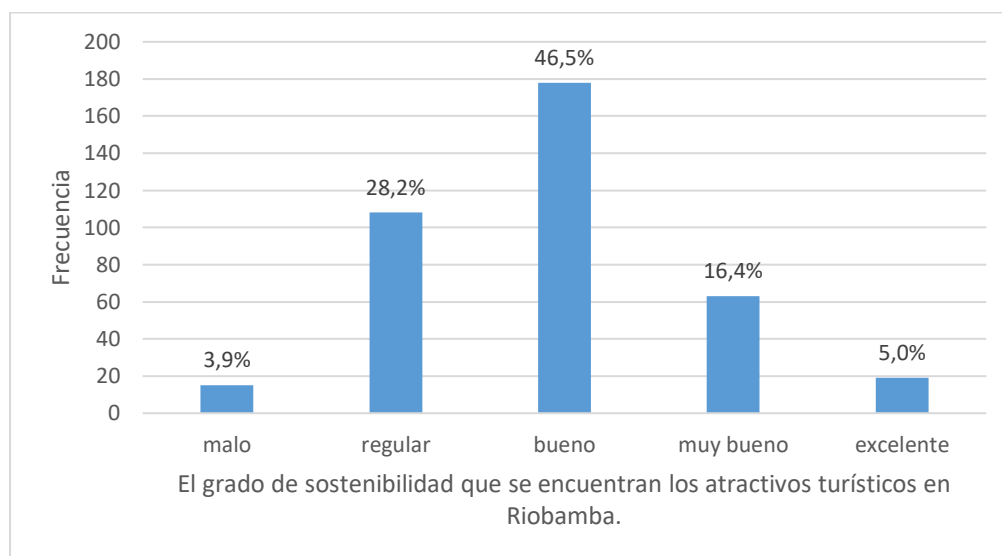
6. El grado de sostenibilidad que se encuentran los atractivos turísticos en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	15	3,9
	regular	108	28,2
	bueno	178	46,5
	muy bueno	63	16,4
	excelente	19	5,0
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 47. Grado de sostenibilidad



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 3,9% calificó de forma negativa al grado de sostenibilidad en los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba, mientras tanto el 46,5% concordó que el grado de sostenibilidad es bueno, el 16,4% calificó de muy buena y por último el 28,2% evaluó como regular.

Tabla 50. Estado de los establecimientos de alojamiento

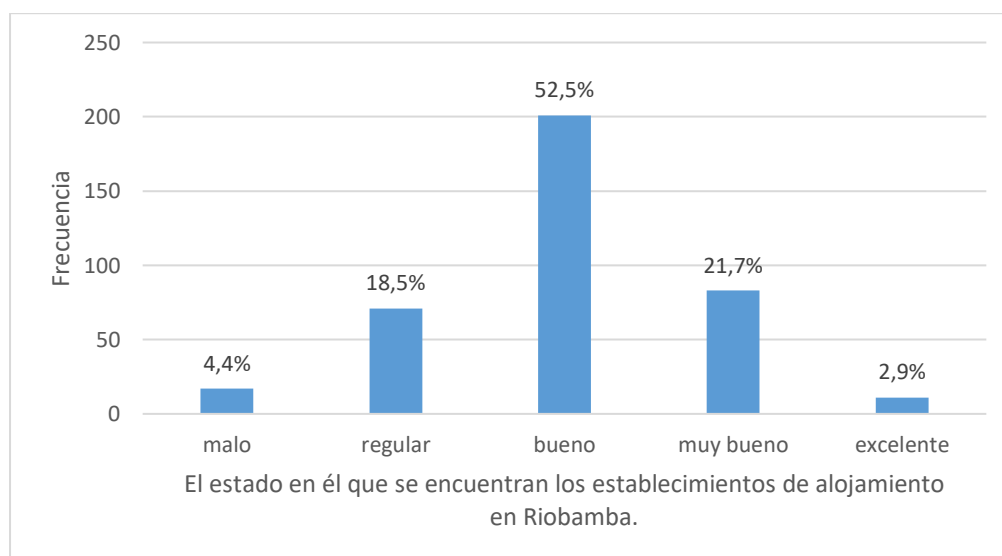
7. El estado en él que se encuentran los establecimientos de alojamiento en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	17	4,4
	regular	71	18,5
	bueno	201	52,5
	muy bueno	83	21,7
	excelente	11	2,9
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 48 . Estado de los establecimientos de alojamiento



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el mayor porcentaje es 18,5% que califica de regular el estado de los establecimientos en Riobamba, a diferencia el 21,7% califica de muy bueno el estado de los establecimientos de alojamiento, mientras que el 52,5% corresponde a una calificación buena.

Tabla 51 . Calidad de servicio

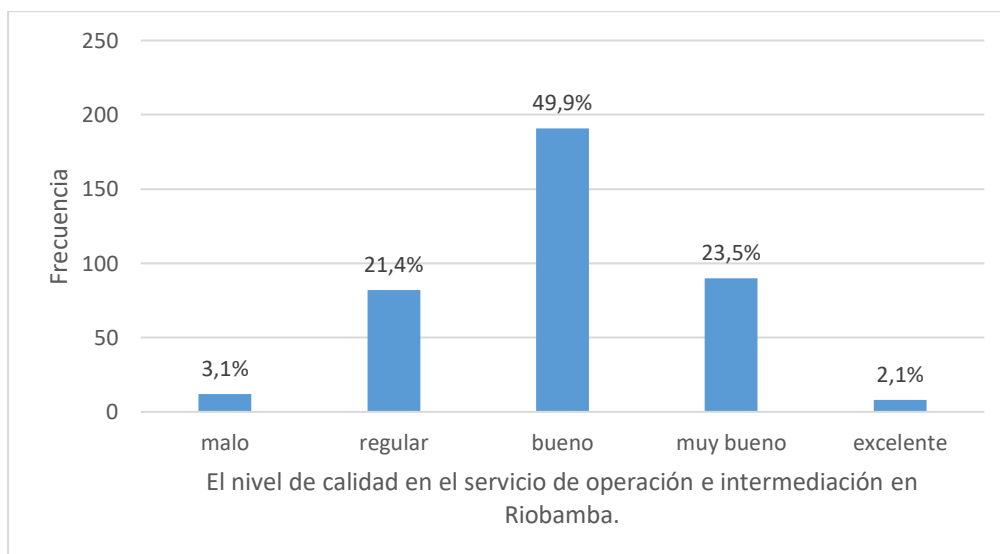
8. El nivel de calidad en el servicio de operación e intermediación en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	12	3,1
	regular	82	21,4
	bueno	191	49,9
	muy bueno	90	23,5
	excelente	8	2,1
	Total		383

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 49. Calidad de servicio



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 21,41% resultó ser regular el nivel de calidad para servicio de operación e intermediación en Riobamba, mientras que el 3,13% determinó ser malo, a diferencia que el 23,50% calificó de muy bueno, el 49,87% determinó un nivel de calidad bueno y el 2,09% de excelente.

Tabla 52 . Formalidad de establecimientos de alimentos y bebidas

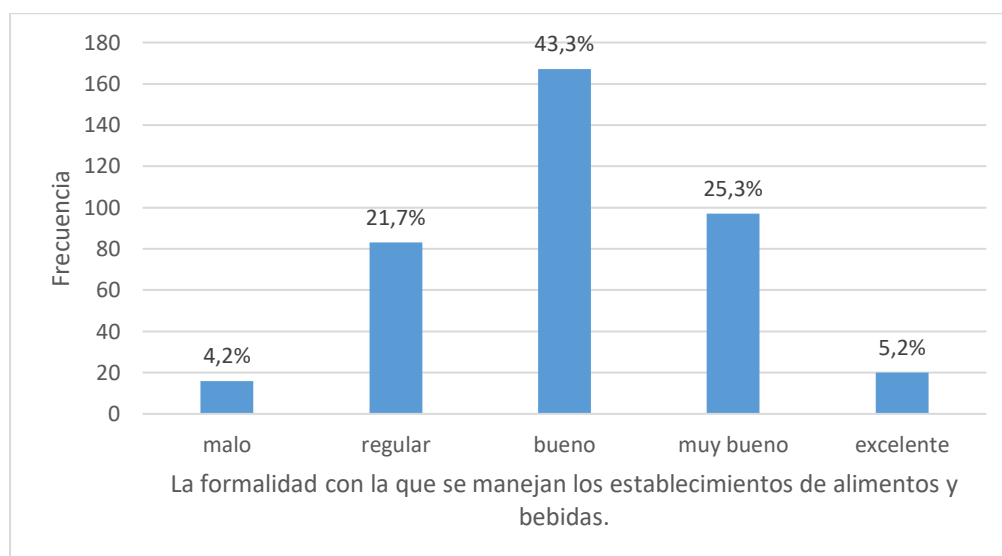
9. La formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	16	4,2
	regular	83	21,7
	bueno	167	43,6
	muy bueno	97	25,3
	excelente	20	5,2
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 50. Formalidad de establecimientos de alimentos y bebidas



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 43,3% de los encuestados menciona que la formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas es buena en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un grado de encuestados siendo 21,7% calificó de regular a la formalidad con la que se manejan, un grupo de encuestados de 25,3% calificó de muy bueno, mientras que el 4,2% calificó de mala .

Tabla 53. Accesibilidad en el precio

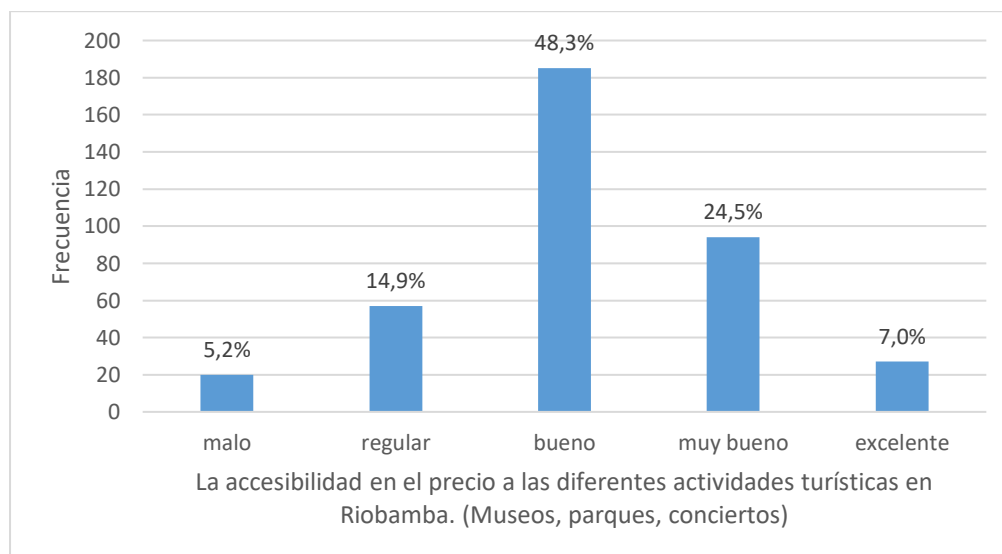
10. La accesibilidad en el precio a las diferentes actividades turísticas en Riobamba. (Museos, parques, conciertos)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	20	5,2
	regular	57	14,9
	bueno	185	48,3
	muy bueno	94	24,5
	excelente	27	7,0
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 51. Accesibilidad en el precio



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según los datos recolectados al realizar las encuestas a los prestadores de servicio se obtienen los siguientes valores el 14,9% de los encuestados considera como regular a la accesibilidad en los precios a las diferentes actividades, por otro lado el 48,3% de los encuestados opina que el precio es bueno, se consideran como muy bueno con el 24,5%, aquellos con cifras menores son quienes califican malo con el 5,2%

Tabla 54. Nivel de especialización

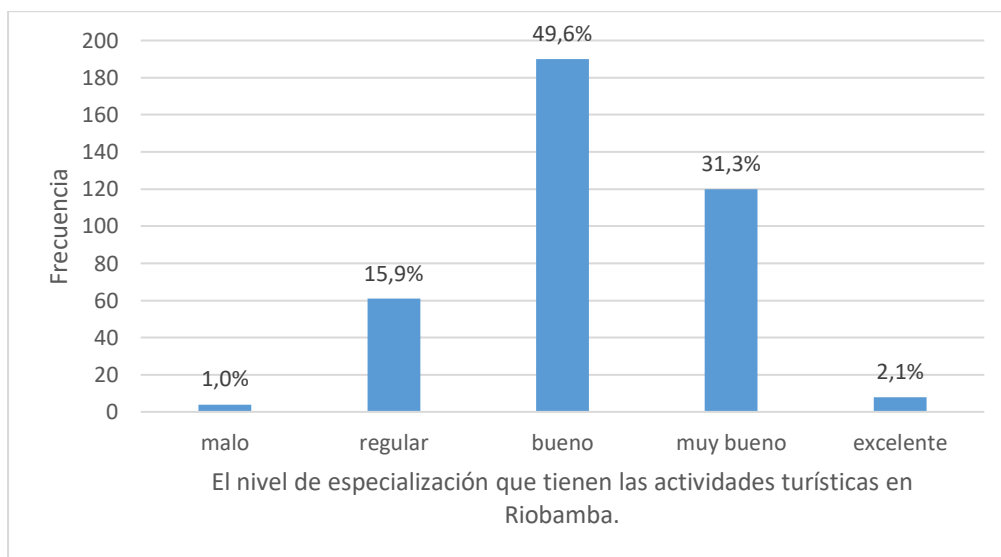
11. El nivel de especialización que tienen las actividades turísticas en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	malo	4	1,0	1,0	1,0
	regular	61	15,9	15,9	17,0
	bueno	190	49,6	49,6	66,6
	muy bueno	120	31,3	31,3	97,9
	excelente	8	2,1	2,1	100,0
	Total		383	100,0	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 52. Nivel de especialización



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 1,0% califica de malo el nivel de especialización de las actividades turísticas, el 15,9% califica de regular al nivel de especialización, mientras que el 49,6% dio una calificación buena al nivel de especialización de las actividades en la ciudad y por último una calificación muy buena con un 31,3%

Tabla 55. Horario de atención

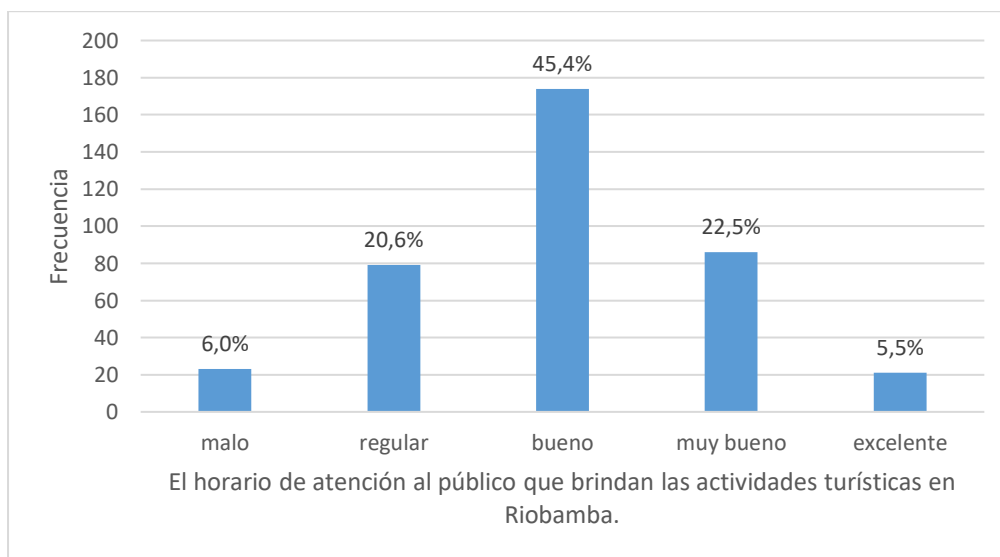
12. El horario de atención al público que brindan las actividades turísticas en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	23	6,0
	regular	79	20,6
	bueno	174	45,4
	muy bueno	86	22,5
	excelente	21	5,5
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 53. Horario de atención



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 20,6% de los encuestados menciona que el horario de atención que brindan las actividades turísticas es regular en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 45,4% califico de bueno al horario de atención, un grupo de encuestados de 22,5% califico de muy bueno, mientras que el 6,0% califico malo al horario de atención.

Tabla 56. Equidad de género

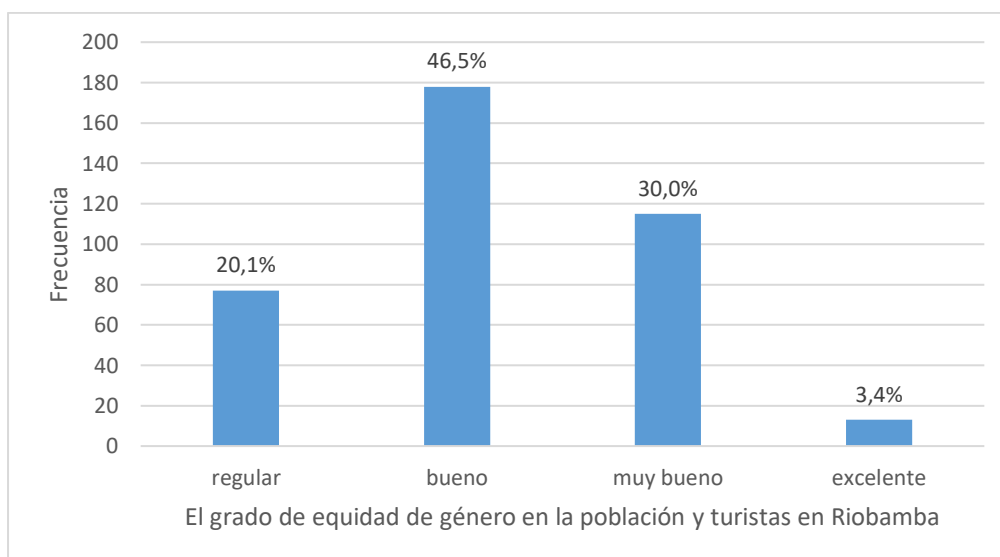
13. El grado de equidad de género en la población y turistas en Riobamba

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	regular	77	20,1
	bueno	178	46,5
	muy bueno	115	30,0
	excelente	13	3,4
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 54 . Equidad de género



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 20,1% califica de regular al grado de equidad de género, mientras que el 46,5% dio una calificación buena al grado de equidad y por último una calificación muy buena con un 30,0%.

Tabla 57. Atención en salud pública

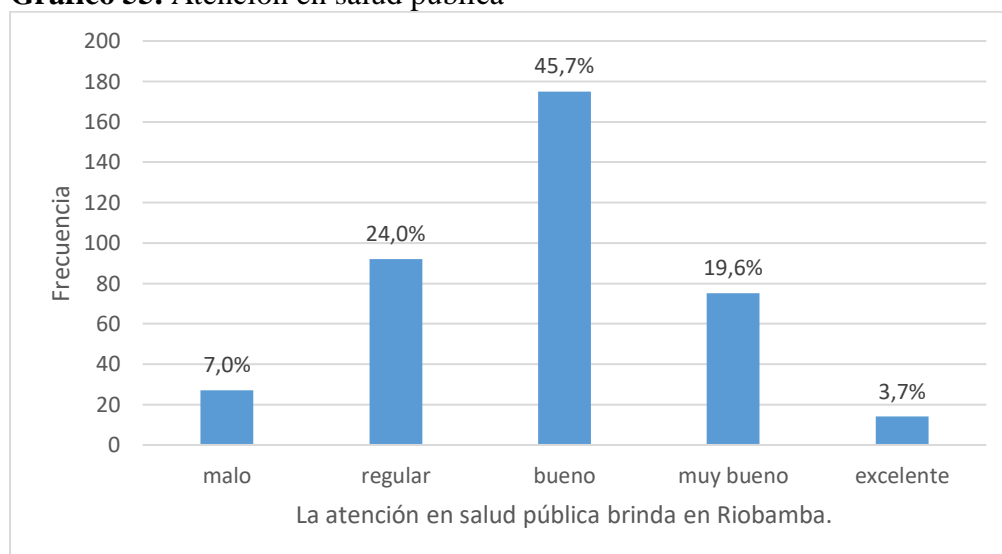
14. La atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	27	7,0
	regular	92	24,0
	bueno	175	45,7
	muy bueno	75	19,6
	excelente	14	3,7
	Total		383

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 55. Atención en salud pública



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 7,0% calificó de forma negativa la atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba, mientras tanto el 45,7% concordó que la atención es buena, el 19,6% calificó de muy buena y por último el 24,0% evaluó como regular.

Tabla 58. Grado de impacto del turismo

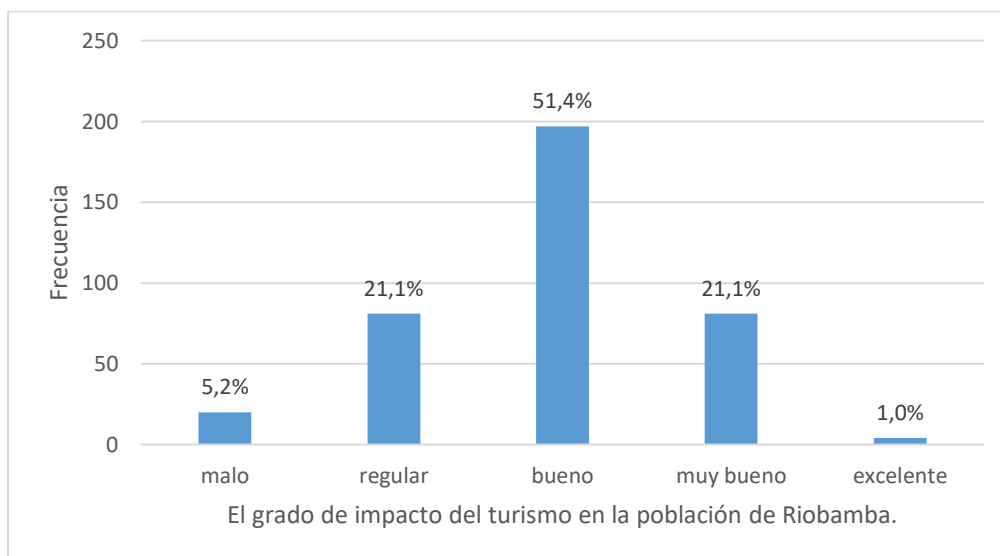
15. El grado de impacto del turismo en la población de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	20	5,2
	regular	81	21,1
	bueno	197	51,4
	muy bueno	81	21,1
	excelente	4	1,0
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 56. Grado de impacto del turismo



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 21,1% de los encuestados menciona que el grado de impacto del turismo en la población es malo en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 51,4% califico de bueno al grado de impacto, un grupo de encuestados de 21,1% calificó de muy bueno, mientras que el 1,0% califico excelente al grado de impacto.

Tabla 59. Competitividad de las actividades turísticas

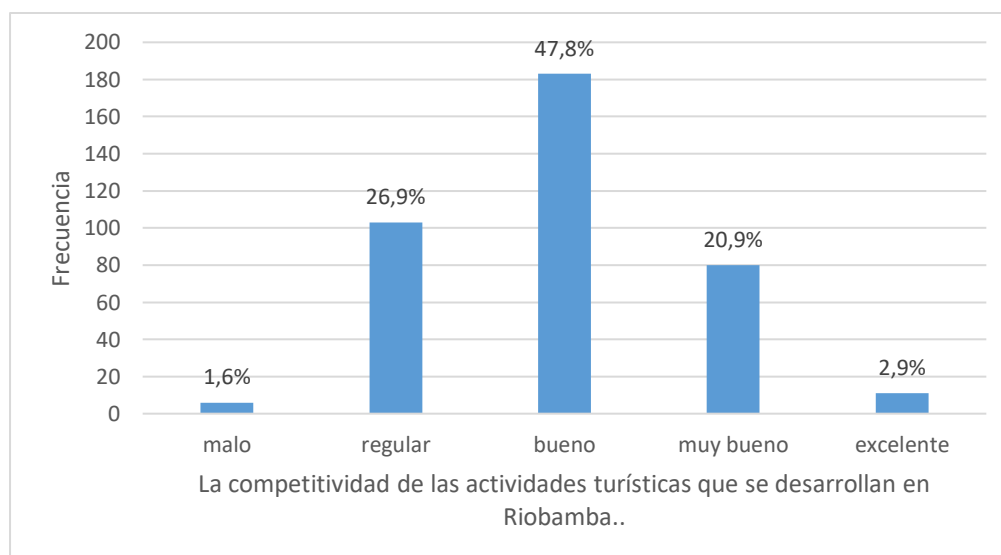
16. La competitividad de las actividades turísticas que se desarrollan en Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
malo	6	1,6
regular	103	26,9
bueno	183	47,8
muy bueno	80	20,9
excelente	11	2,9
Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 57. Competitividad de las actividades turísticas



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 1,6% califica de malo la existencia de competitividad de las actividades turísticas, el 26,9% califica de regular la competitividad de actividades, mientras que el 47,8% dio una calificación buena competitividad y por último una calificación muy buena con un 20,9%.

Tabla 60. Beneficios económicos a la población

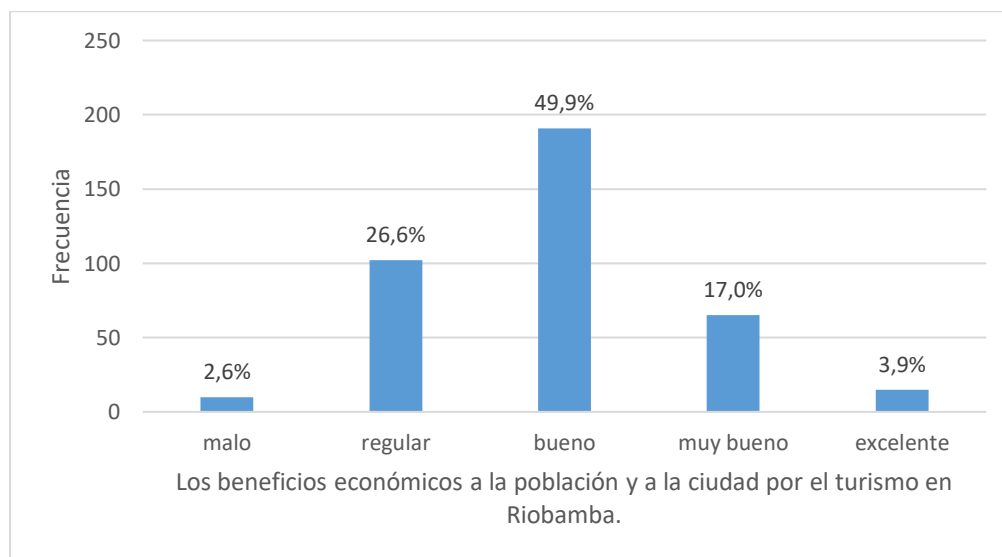
17. Los beneficios económicos a la población y a la ciudad por el turismo en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	10	2,6
	regular	102	26,6
	bueno	191	49,9
	muy bueno	65	17,0
	excelente	15	3,9
	Total		383

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 58. Beneficios económicos a la población



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 2,6% califica de malo al beneficio por turismo en la población, el 26,6% califica de regular a los beneficios por turismo en Riobamba, mientras que el 49,9% dio una calificación buena a los beneficios y por último una calificación muy buena con un 17,0%.

Tabla 61. Empleo y emprendimientos en turismo

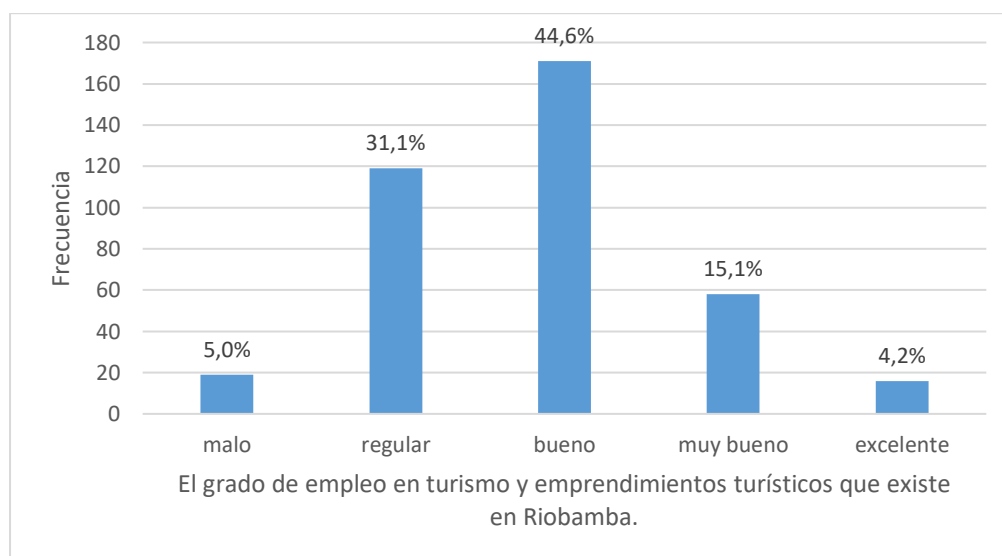
18. El grado de empleo en turismo y emprendimientos turísticos que existe en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	19	5,0
	regular	119	31,1
	bueno	171	44,6
	muy bueno	58	15,1
	excelente	16	4,2
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 59. Empleo y emprendimientos en turismo



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el mayor porcentaje es 44,6% que califica de bueno al grado de empleo en turismo en Riobamba, a diferencia el 15,1% califica de muy bueno el grado de empleabilidad, mientras que el 31,1% corresponde a una calificación regular.

Tabla 62. Conservacion de atractivos culturales

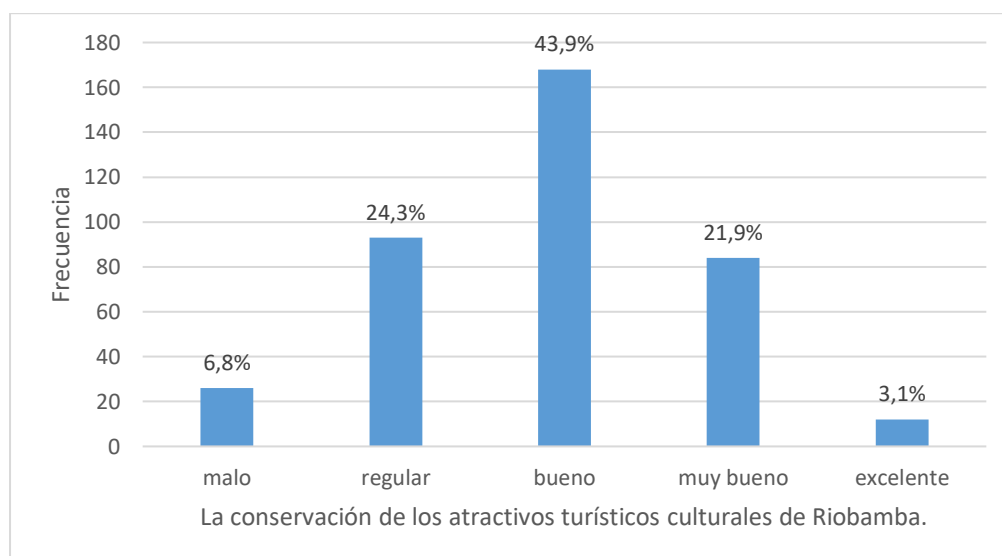
19. La conservación de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	26	6,8
	regular	93	24,3
	bueno	168	43,9
	muy bueno	84	21,9
	excelente	12	3,1
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 60. Conservacion de atractivos culturales



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 43,9% de los encuestados menciona que el grado de conservación de los atractivos culturales es bueno, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 24,3% calificó de regular al grado de conservación de los tractivos turísticos, mientras que el 6,8% evaluó malo al grado de conservación de atractivos culturales.

Tabla 63. Educación ambiental

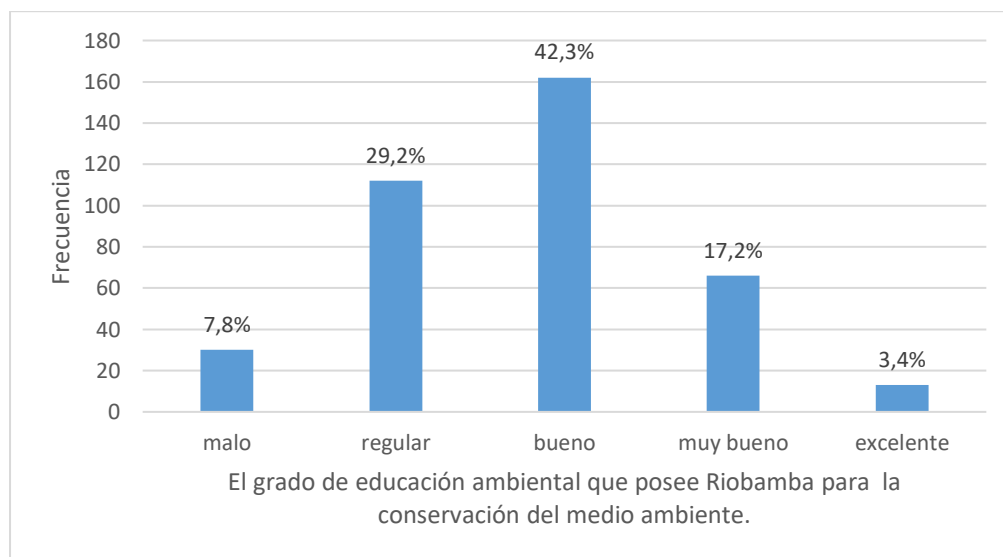
20. El grado de educación ambiental que posee Riobamba para la conservación del medio ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	malo	30	7,8	7,8	7,8
	regular	112	29,2	29,2	37,1
	bueno	162	42,3	42,3	79,4
	muy bueno	66	17,2	17,2	96,6
	excelente	13	3,4	3,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 61. Educación ambiental



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 7,8% califica de malo al grado de educación ambiental, el 29,2% califica de regular al grado de educación para la conservación del medio ambiente, mientras que el 42,3% dio una calificación buena al grado de educación ambiental para la conservación del medio ambiente.

Tabla 64. Disponibilidad de servicios básicos

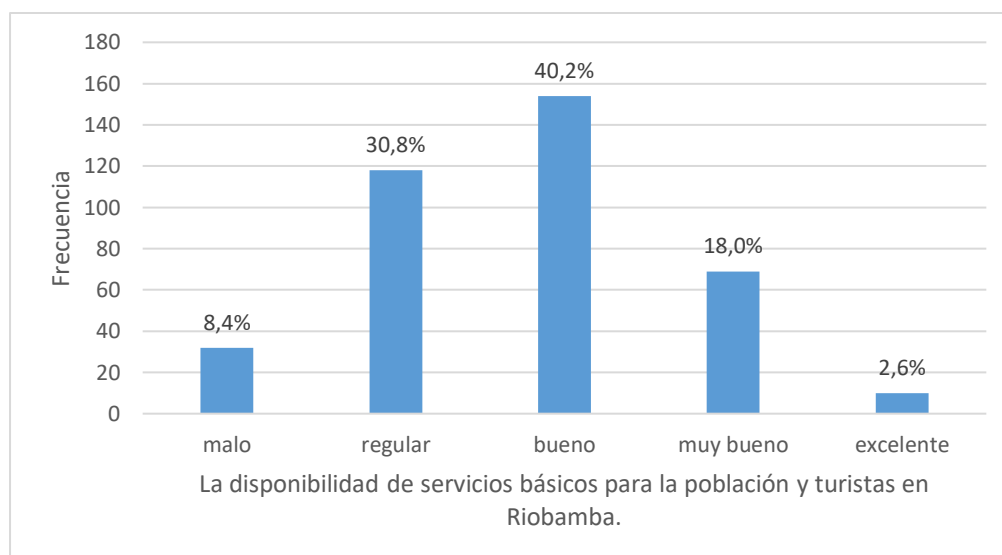
21. La disponibilidad de servicios básicos para la población y turistas en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	32	8,4
	regular	118	30,8
	bueno	154	40,2
	muy bueno	69	18,0
	excelente	10	2,6
	Total		383

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 62. Disponibilidad de servicios básicos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 30,8% de los encuestados menciona que la disponibilidad de servicios básicos para la población es regular en la ciudad de Riobamba, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 40,2% calificó de bueno a la disponibilidad de servicios, mientras que el 8,4% calificó malo al grado de impacto.

Tabla 65. Grado de satisfacción

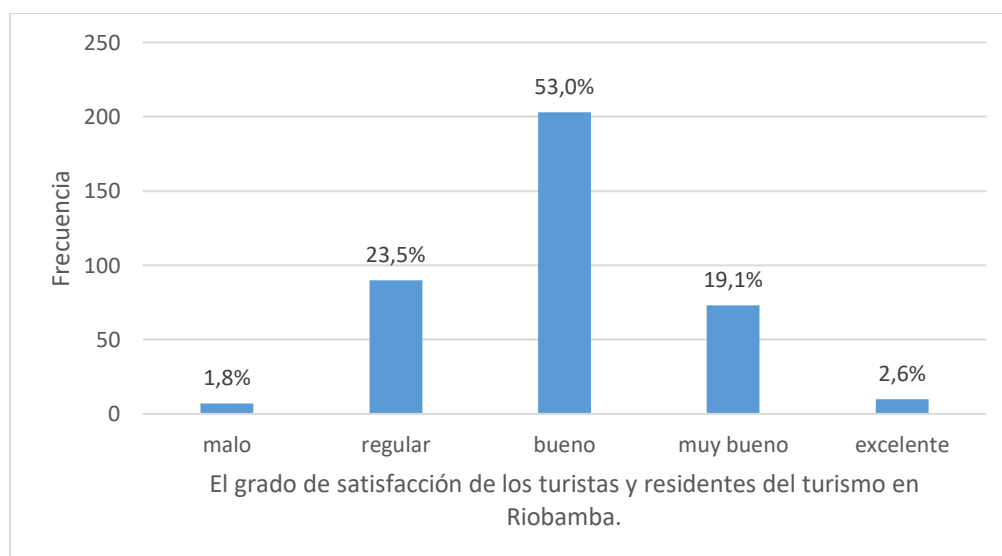
22. El grado de satisfacción de los turistas y residentes del turismo en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	7	1,8
	regular	90	23,5
	bueno	203	53,0
	muy bueno	73	19,1
	excelente	10	2,6
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 63. Grado de satisfacción



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 1,8% calificó de forma negativa la satisfacción de turistas, mientras tanto el 53,0% concordó que el grado de satisfacción es bueno, el 19,1% calificó de muy buena y por último el 23,5% evaluó como regular.

Tabla 66. Conservacion del patrimonio

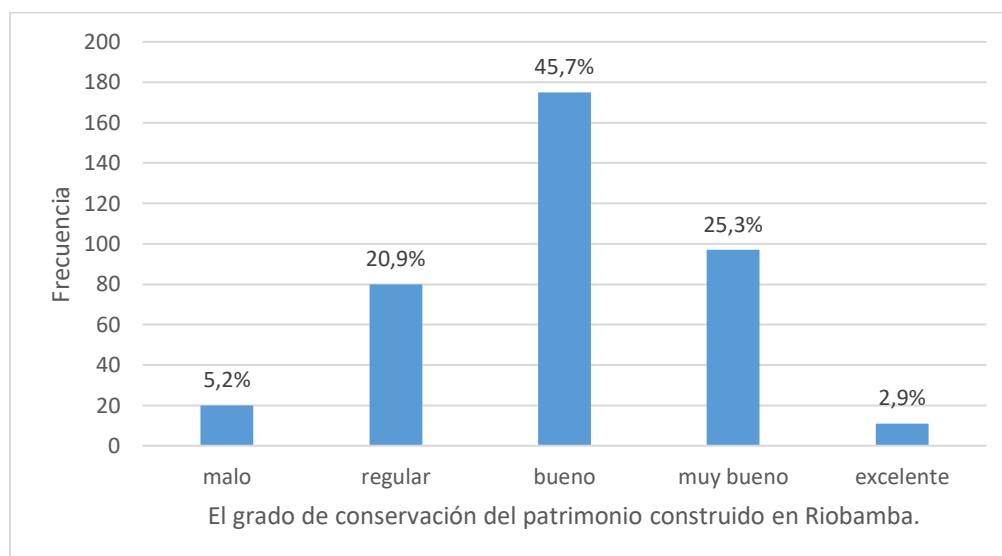
23. El grado de conservación del patrimonio construido en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	20	5,2
	regular	80	20,9
	bueno	175	45,7
	muy bueno	97	25,3
	excelente	11	2,9
	Total		383

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 64. Conservacion del patrimonio



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 5,2% califica de malo al grado de conservación del patrimonio, el 20,9% califica de regular a la conservación del patrimonio existente, mientras que el 45,7% dio una calificación buena al grado de conservación del patrimonio y por último una calificación excelente con un 2,9%.

Tabla 67. Calidad de los prestadores

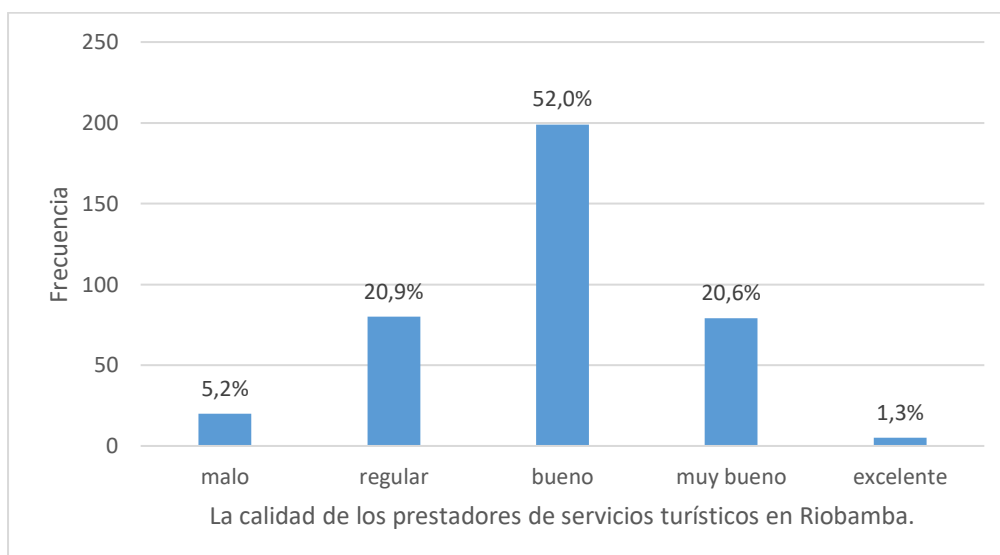
24. La calidad de los prestadores de servicios turísticos en Riobamba.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	malo	20	5,2
	regular	80	20,9
	bueno	199	52,0
	muy bueno	79	20,6
	excelente	5	1,3
	Total		383

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 65 . Calidad de los prestadores



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 20,9% de los encuestados menciona que la calidad de los prestadores de servicio es regular, por otro lado, un alto grado de encuestados siendo 52,0% calificó de buena la calidad de servicios, mientras que el 5,2% calificó mala calidad de los prestadores de servicio

Información complementaria

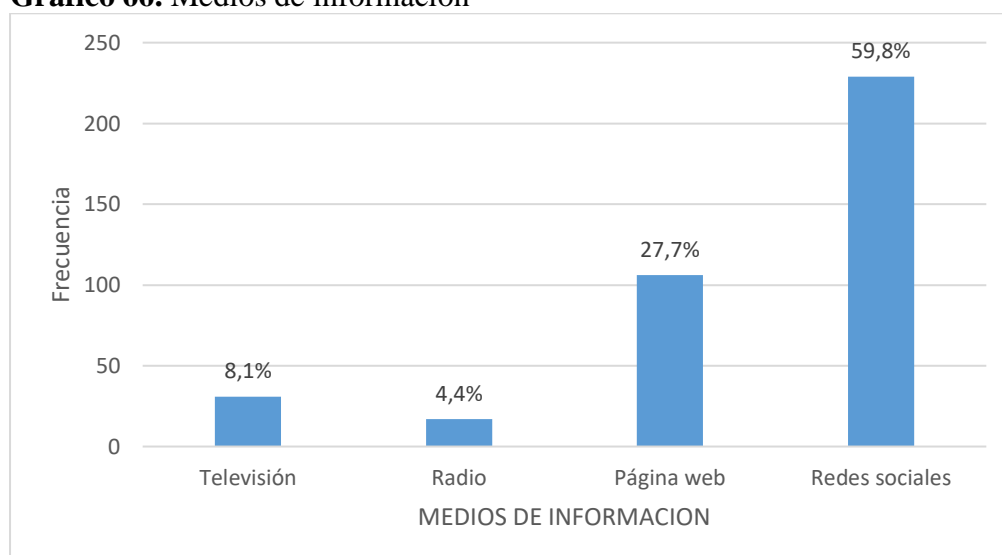
Tabla 68. Medios de información

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Televisión	31	8,1
	Radio	17	4,4
	Página web	106	27,7
	Redes sociales	229	59,8
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 66. Medios de información



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los pobladores de la ciudad de Riobamba, el 59,8% menciona que se informa por redes sociales, por otro lado el 27,7% se informa por páginas web, el 8,1% se informa por televisión y por último el 4,4% se informa a través de la radio.

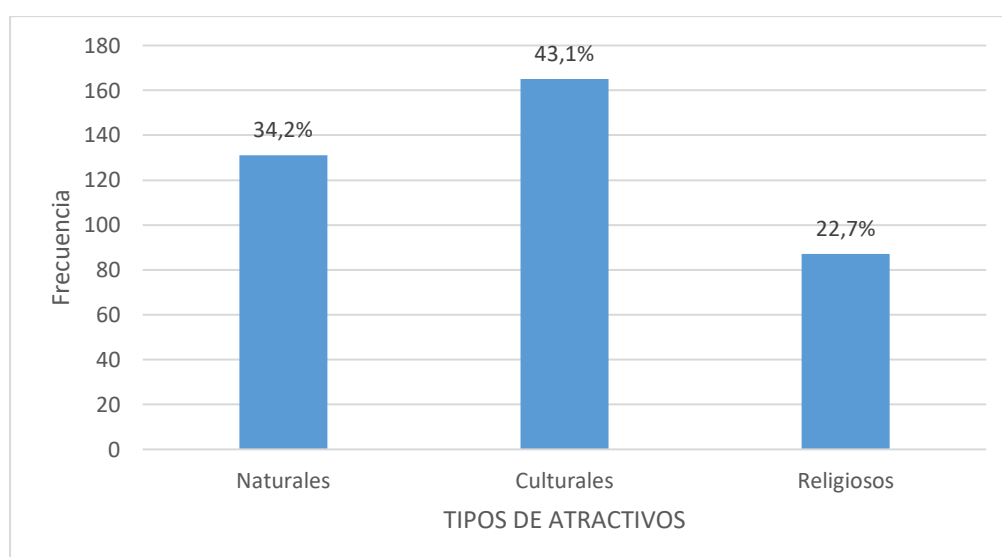
Tabla 69. Tipos de atractivos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Naturales	131	34,2
	Culturales	165	43,1
	Religiosos	87	22,7
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 67. Tipos de atractivos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

El 34,2% de los encuestados mencionan que le gustaría visitar atractivos naturales, el 43,1% menciona que le gustaría visitar atractivos culturales, por otro lado, el 22,7% le gustaría visitar atractivos religiosos.

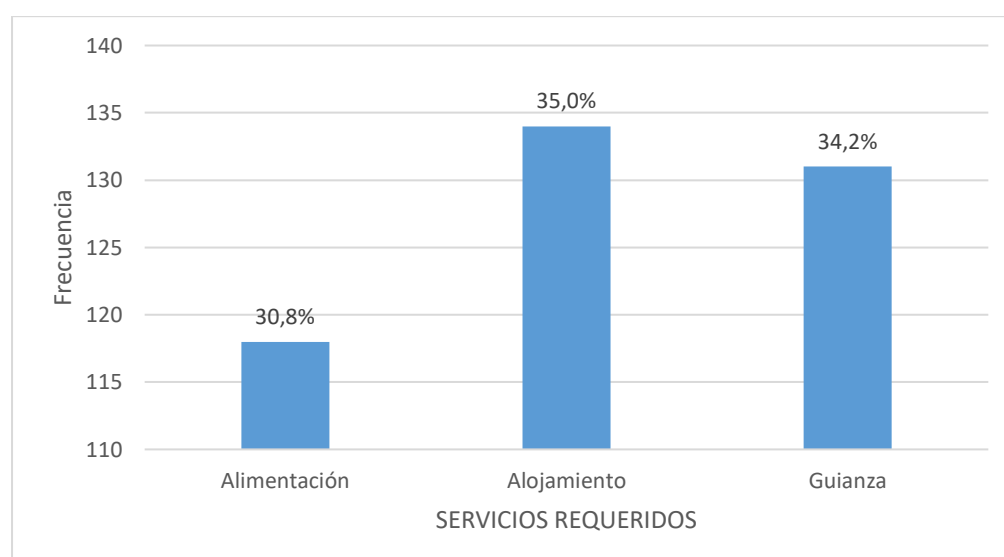
Tabla 70. Servicios requeridos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alimentación	118	30,8
	Alojamiento	134	35,0
	Guianza	131	34,2
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 68. Servicios requeridos



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los pobladores, el 35,0% menciona que requieren servicio de alojamiento, por otro lado el 34,2% requiere servicios de guianza y por último el 30,8% requiere servicios de alimentación.

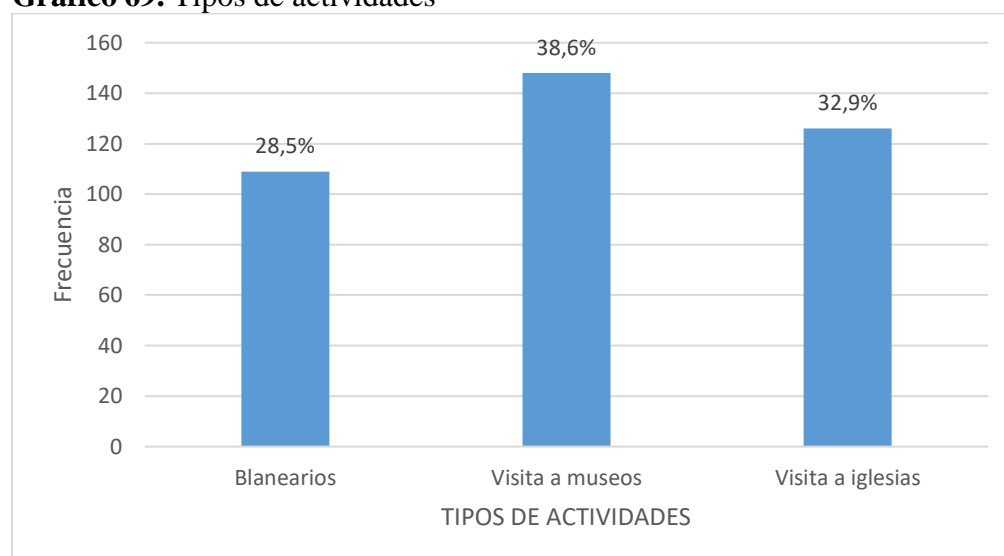
Tabla 71. Tipos de actividades

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Blanearios	109	28,5
	Visita a museos	148	38,6
	Visita a iglesias	126	32,9
	Total	383	100,0

Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Gráfico 69. Tipos de actividades



Fuente: Encuestas

Realizado por: Alejandro Ortega

Según las encuestas a los prestadores de servicios turísticos, el 28,5% menciona que prefiere visitar balnearios, por otro lado el 38,6% prefiere visitar museos y por último el 32,9% prefiere visitar iglesias.

Anexo 4 Atractivos turísticos de Riobamba

4.1 Iglesia San Antonio de Padua

También conocida como la Iglesia de la Loma de Quito tiene una arquitectura espectacular, donde se destaca la imagen del Señor de Gran Poder y la Inmaculada Concepción. Una obra que embellece a la ciudad de Riobamba.

El sitio escogido para esta iglesia y su convento es uno de los más hermosos de Riobamba; ubicado en una zona alta de la ciudad, frente al parque 21 de Abril, lugar histórico que rememora los hechos libertarios de 1822.

Se inicia la construcción de esta iglesia en 1935, siendo el sacerdote franciscano P. Toribio López quien dirige los trabajos y el autor de los planos, el Arq. Aulestia.

La construcción concluye en 1958 y en 1964 es colocado el campanario principal con un reloj público. En el retablo central están las efigies de Jesús del Gran Poder, la Inmaculada Concepción, San Francisco de Asís y San Antonio de Padua.

Ilustración 1. Iglesia San Antonio de Padua



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.2 Museo de las Madres Conceptas

El Museo de Arte Religioso del Convento de la Concepción es una joya histórica cultural, donde se guarda el arte religioso de la congregación de las Madres Conceptas en Riobamba.

El Museo de Arte Religioso del Convento de la Concepción, es considerado como uno de los mejores museos de arte religioso del Ecuador, por la calidad y el valor de las obras que posee.

Pertenece al Convento de las Madres Conceptas y es considerado una joya histórico-cultural de la tradición religiosa de la antigua Riobamba.

Está distribuido en 14 salas donde se exhibe un gran número de esculturas, lienzos, mobiliario, elementos ornamentales sacerdotales tejidos de oro y plata, réplicas de las celdas de las madres conceptas y objetos de platería y orfebrería de los siglos XVII y XVIII como las custodias.

El museo de arte religioso de las Conceptas de Riobamba constituido en 1980 y remodelado en 1997, es una de las joyas de la cultura, historia y tradición religiosa de la antigua y nueva Riobamba.

Reúne una valiosa colección que representa lo más destacado de la Escuela Quiteña de Arte

Ilustración 2. Museo de la Concepción



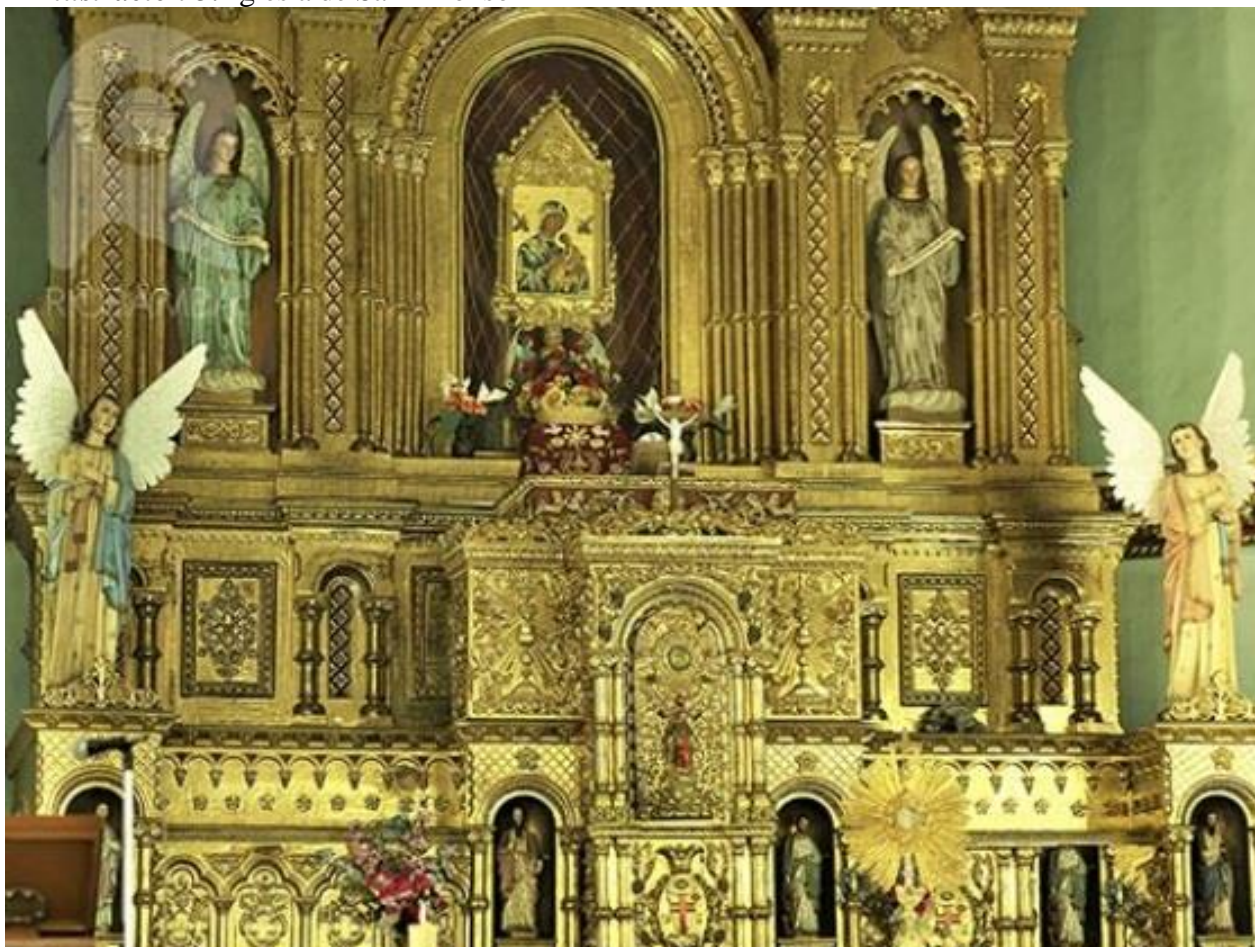
Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.3 Iglesia de San Alfonso

El templo de San Alfonso se destaca por su arquitectura con influencia neogótica y romana, en sus torres se pueden observar las imágenes de la Virgen del Perpetuo Socorro y el monumento a San Alfonso.

La iglesia muestra el estilo neogótico y románico de la época; posee muros, arquería interior, rosetones y techumbre de hierro; en la fachada principal se distinguen dos torres altas, cónicas y de madera. En su interior se destaca un hermoso altar cubierto con pan de oro; cuadros e imágenes de gran valor artístico, la imagen de la Virgen del Perpetuo Socorro y la estatua de San Alfonso de Ligorio

Ilustración 3. Iglesia de San Alfonso



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.4 Catedral de Riobamba

La Catedral de Riobamba, símbolo de religiosidad católica y del sincretismo de la cultura indígena y española. Conoce este lugar turístico que posee murales de Oswaldo Viteri y Pérez Esquivel.

Su fachada esta construida en piedra calcárea blanca con relieves que reflejan el sincretismo indígena y español, guarda vestigios de la Riobamba Colonial.

En su fachada están representados los misterios del cristianismo, trabajados en dibujos en relieve sobre piedra blanca calcárea.

En sus piedras se pueden interpretar pasajes del antiguo y nuevo testamento, con expresiones aborígenes y españolas.

Está compuesta por tres niveles: el zócalo, las molduras y las tres torres. De estas últimas, la del centro y más grande contiene la efigie del patrono de la ciudad: San Pedro.

Su actual construcción es de una sola nave, en el fondo se encuentra el mural del Cristo Mestizo de artista Oswaldo Viteri, que fue inaugurado el 22 de abril de 1989.

Al costado derecho se encuentra un mural del Premio Nobel de la Paz, Adolfo Pérez Esquivel, pintado en 1986

El mural de Pérez Esquivel representa al Cristo de Poncho, que esta en la cruz, pero no esta crucificado, es el Cristo de la esperanza de los pueblos.

Ilustración 4. Iglesia Catedral de Riobamba



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.5 Basílica del Sagrado Corazón de Jesús en Riobamba

Única en su estilo en el país. A raíz de la consagración de la República al Sagrado Corazón de Jesús, nació la idea de construir una Basílica Nacional por iniciativa del P. Manuel José Proaño.

Emprendida la tarea, los riobambeños comenzaron a acarrear desde el río Chibunga piedras para los cimientos, así como de otros lugares cercanos a la ciudad de Riobamba.

Las contribuciones económicas evidenciaron la generosidad de los católicos.

El H. Ramón Lecanda hizo los planos considerando como modelo a la Basílica de San Ignacio de Loyola.

El día 15 de agosto de 1883, con toda solemnidad, se puso la primera piedra.

Superando el tiempo, los esfuerzos y sacrificios de los riobambeños y los jesuitas, la Basílica es inaugurada el 9 de junio de 1915.

En 1930 se inaugura el monumento a Cristo Rey, levantado en conmemoración al Primer Centenario de la República.

Ilustración 5. Basílica del Sagrado Corazón de Jesús



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.6 Templo de la Merced

El templo de la Merced se encuentra bajo la congregación salesiana, su patrona es la Virgen de las Mercedes

Formada por dos columnas a los extremos de la entrada, las cuales unifican un frontón en cuyo punto más alto se ubica la estatua de la Virgen María Auxiliadora, posee un altar de madera tallada y pinturas en el techo.

En 1871 inicia la construcción de esta iglesia y del edificio para colegio en época del Presidente Dr. Gabriel García Moreno; se hicieron cargo de todo este espacio las religiosas de los Sagrados Corazones. En 1879, se cierra el colegio debido a la penuria económica y el 7 de noviembre de 1891 asumen la responsabilidad pastoral y educativa los padres salesianos, siendo su fundador el sacerdote salesiano Antonio Fusarini.

A mediados del año 1900, el padre Fusarini emprende el gran proyecto de reconstruir la Iglesia de la Merced y encomienda la dirección de la obra al P. Adolfo García. Los devotos de la Virgen de las Mercedes contribuyeron con donativos, materiales diversos y limosnas; en 1906 el templo fue concluído.

Ilustración 6. Templo de La Merced



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.7 Centro Histórico de Riobamba

Cuando las personas mencionan la ciudad de Riobamba, utilizan diferentes nombres: “Sultana de los Andes”, “Cuna de la nacionalidad ecuatoriana”, son buenos ejemplos del profundo significado histórico que guarda esta ciudad andina. Y esto de atribuirle nombres a Riobamba, no es nada nuevo, de hecho, en tiempos de la colonia, se la conocía con el milenario nombre de la capital de los puruhaes: “Liribamba”, o con el nombre que le dieron sus fundadores: “San Pedro de Riobamba”.

Lo de “profundo significado histórico” no es una exageración, Riobamba fue fundada el 15 de agosto de 1534 por Diego de Almagro, siendo la primera ciudad española del territorio ecuatoriano, 4 meses antes de la fundación de Quito. Fue esta ciudad de Almagro ubicada cerca de la laguna de Colta, una de las ciudades más grandes y bellas de las Américas, con edificios, iglesias de gran clase y esplendor, una ciudad que contó con todos los servicios públicos, políticos, sociales y religiosos de las grandes ciudades del nuevo mundo.

Ilustración 7. Centro Histórico de Riobamba



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.8 Estación del Tren Riobamba

Una obra que ha sido de vital importancia para la movilidad, hoy es sinónimo de turismo y cultura. El tren de Alfaro marcó un antes y después en la Sultana de los Andes, su llegada marcó una época de prosperidad que dejó huellas en su gente.

Esta obra fue diseñada por William Alanson Wood, su construcción fue financiada por la Sociedad Bancaria de Chimborazo y fue inaugurada el 1 de enero de 1925. La historia cuenta que el trazado de la vía férrea comenzó en 1873, durante el gobierno de Gabriel García Moreno y culminó en 1960 durante la presidencia de Velasco Ibarra. Fueron 13 los presidentes que trabajaron por este proyecto de vital importancia para el desarrollo nacional, sin embargo fue el General Eloy Alfaro quien durante su gobierno dio el mayor impulso a esta obra.

Está considerado como el “ferrocarril más difícil del mundo”. Sigwald Müller fue el autor del trazado definitivo de la vía y la construcción la ejecutó la empresa “The Guayaquil and Quito Railway Company” con Mr. Archer Harman como presidente.

Ilustración 8. Estación del ferrocarril



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.9 Parque Maldonado

El parque está levantado frente a la Iglesia Catedral, es la Plaza Mayor de la ciudad. La construcción de la urbe tuvo como eje este sitio a partir del cual se delinearon calles, plazas y manzanas (proceso de reasentamiento y traslado de Riobamba, 1799). Concentra a su alrededor edificios patrimoniales en donde está la administración eclesiástica, municipal y gubernamental.

Los arquitectos italianos Luca y Natale Tormen, entregaron la obra en 1917. A los costados del parque, se aprecian cuatro piletas construidas en New York y en el centro sobresale la estatua de Pedro Vicente Maldonado que se inauguró en 1927 y fue elaborada por Carlos Alberto Mayer.

Maldonado, ilustre riobambeño, es considerado como el primer y único sabio de la Real Audiencia de Quito y del Ecuador. En su nombre se reconoció al Colegio Maldonado Riobamba como uno de los más importantes de la ciudad

Ilustración 9. Parque Maldonado



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

4.10 Parque Sucre de Riobamba

El primer nombre con el cual se designó este espacio público fue “Plaza de Santo Domingo”, dada la cercanía existente con el Convento de los Dominicos.

El 28 de junio de 1913 se inaugura el servicio de agua potable, paralelamente las fuentes y piletas de la ciudad, en esta plaza, específicamente, la hermosa fuente con la escultura del dios Neptuno.

Años más tarde se establece el nombre definitivo del parque en homenaje al Mariscal Antonio José de Sucre, artífice de la Batalla de Riobamba.

Desde 1919 se ejecutan diversidad de trabajos, siendo inaugurado este espacio el 11 de Noviembre de 1924.

El Parque Sucre, espacio patrimonial e histórico de la urbe, ubicado en el centro histórico de Riobamba, desde su construcción, ha ocupado un lugar central en la esfera pública de los riobambeños.

Su modificación desprende puntos de vista enfrentados, apuntando, sobre todo, a la presencia de elementos identitarios y patrimoniales característicos en el espacio.

Los discursos que han surgido sirven para analizar la forma en la que el espacio físico está relacionado con el imaginario urbano y los medios comunicativos que se desprenden de esta relación.

Ilustración 10. Parque Sucre



Fuente: (Dirección de turismo de Riobamba, 2015)

Anexo 5. Encuestas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Título: Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

ENCUESTA SOBRE EL DESARROLLO TURÍSTICO

CUESTIONARIO PARA: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

ENCUESTA N° _____

FECHA DE LA ENCUESTA: _____

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Obtener información sobre la Oferta y Desarrollo Turístico en la Ciudad de Riobamba

CONFIDENCIALIDAD

Los datos obtenidos son de estricta confiabilidad, la encuesta tendrá una duración de 5 minutos en el cual abordaremos temas como: infraestructura, señalética, accesibilidad, recreación, satisfacción

I INFORMACIÓN GENERAL

¿Cuál es su género?

1. Femenino ()
2. Masculino ()

¿Cuál es su nivel de instrucción?

1. Primaria ()
2. Secundaria ()
3. Superior ()

¿Cuál es su Edad? _____

II INFORMACIÓN BÁSICA

OFERTA TURÍSTICA

Califique con la siguiente escala considerando que:

1 = MALO; 2 = REGULAR; 3 = BUENO; 4 = MUY BUENO; 5 = EXCELENTE

N°	Pregunta	1	2	3	4	5
FACILIDADES TURÍSTICAS						
1)	La señalética turística con la que cuenta la ciudad de Riobamba.					
2)	Las condiciones de uso, en cuanto a la accesibilidad turística en la ciudad de Riobamba.					
3)	La información recibida de los sitios turísticos en Riobamba.					
ATRATIVOS TURÍSTICOS						
4)	La valorización y estado de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.					
5)	El grado de innovación existente en los atractivos turísticos de Riobamba.					
6)	El grado de sostenibilidad que se encuentran los atractivos turísticos en Riobamba.					
SERVICIOS TURÍSTICOS						
7)	El estado en el que se encuentran los establecimientos de alojamiento en Riobamba.					
8)	El nivel de calidad en el servicio de operación e intermediación en Riobamba.					
9)	La formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas.					
ACTIVIDADES TURÍSTICAS						
10)	La accesibilidad en el precio a las diferentes actividades turísticas en Riobamba. (Museos, parques, conciertos)					
11)	El nivel de especialización que tienen las actividades turísticas en Riobamba.					
12)	El horario de atención al público que brindan las actividades turísticas en Riobamba.					

DESARROLLO TURÍSTICO

Califique con la siguiente escala considerando que:
1 = MALO; 2 = REGULAR; 3 = BUENO; 4 = MUY BUENO; 5 = EXCELENTE

N°	Pregunta	1	2	3	4	5
SOCIOCULTURAL						
1)	El grado de equidad de género en la población y turistas en Riobamba					
2)	La atención en salud pública brinda en Riobamba.					
3)	El grado de impacto del turismo en la población de Riobamba.					
ECONOMICO						
4)	La competitividad de las actividades turísticas que se desarrollan en Riobamba..					
5)	Los beneficios económicos a la población y a la ciudad por el turismo en Riobamba.					
6)	El grado de empleo en turismo y emprendimientos turísticos que existe en Riobamba.					
AMBIENTAL						
7)	La conservación de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.					
8)	El grado de educación ambiental que posee Riobamba para la conservación del medio ambiente.					
9)	La disponibilidad de servicios básicos para la población y turistas en Riobamba.					
TURISMO						
10)	El grado de satisfacción de los turistas y residentes del turismo en Riobamba.					
11)	El grado de conservación del patrimonio construido en Riobamba.					
12)	La calidad de los prestadores de servicios turísticos en Riobamba.					

¿Por qué medios se informa sobre los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba?

- Televisión ()
- Radio ()
- Página Web ()
- Redes Sociales ()

¿Qué tipos de atractivos le gustaría visitar?

- Naturales ()
- Culturales ()
- Religiosos ()

¿Qué servicios usted requiere?

- Alimentación ()
- Alojamiento ()
- Guianza ()

¿Qué tipo de actividades preferiría realizar en Riobamba?

- 1) Balnearios ()
- 2) Visita a museos ()
- 3) Visita a iglesias ()



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Título: Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

ENCUESTA SOBRE LA OFERTA TURÍSTICA

CUESTIONARIO PARA: PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICO

Encuesta N°

Fecha de la encuesta: ___/___/___

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Obtener información cuantificable que ayude al desarrollo de la investigación sobre la oferta y desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba

CONFIDENCIALIDAD

Los datos obtenidos son de estricta confidencialidad, la encuesta tendrá una duración de 5 minutos en al cual abordaremos temas como: facilidades, atractivos, servicios, actividades.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. ¿Cuál es su género?

1. Femenino ()

2. Masculino ()

2. ¿Tipo de empresa?

1. Agencia de Viajes ()

2. Transporte turístico ()

3. Servicio de recreación ()

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

1. Primaria ()

2. Secundaria ()

3. Superior no universitario ()

4. Superior universitario ()

5. Posgrado ()

4. ¿Cuál es su Edad? _____

II INFORMACIÓN BÁSICA

5. Oferta Turística

Califique con la siguiente escala considerando que:

1 = MALO; 2 = REGULAR; 3 = BUENO; 4 = MUY BUENO; 5 = EXCELENTE

N°	Pregunta	1	2	3	4	5
FACILIDADES TURÍSTICAS						
1)	La señalética turística con la que cuenta la ciudad de Riobamba.					
2)	Las condiciones de uso, en cuanto a la accesibilidad turística en la ciudad de					
3)	La información recibida de los sitios turísticos en Riobamba es					

ATRATIVOS TURÍSTICOS					
4)	La valorización y estado de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.				
5)	El grado de innovación existente en los atractivos turísticos de Riobamba.				
6)	El grado de sostenibilidad que se encuentran los atractivos turísticos en Riobamba.				
SERVICIOS TURÍSTICOS					
7)	El estado en el que se encuentran los establecimientos de alojamiento en Riobamba.				
8)	El nivel de calidad en el servicio de operación e intermediación en Riobamba.				
9)	La formalidad con la que se manejan los establecimientos de alimentos y bebidas.				
ACTIVIDADES TURÍSTICAS					
10)	La accesibilidad en el precio a las diferentes actividades turísticas en Riobamba. (Museos, parques, conciertos)				
11)	El nivel de especialización que tienen las actividades turísticas en Riobamba.				
12)	El horario de atención al público que brindan las actividades turísticas en Riobamba.				

6. Desarrollo Turístico

Califique con la siguiente escala considerando que:

1 = MALO; 2 = REGULAR; 3 = BUENO; 4 = MUY BUENO; 5 = EXCELENTE

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
SOCIOCULTURAL						
1)	El grado de equidad de género en la población y turistas en Riobamba.					
2)	La atención en salud pública que brinda la ciudad de Riobamba.					
3)	El grado de impacto del turismo en la población de Riobamba.					
ECONOMICO						
4)	La competitividad de las actividades turísticas que se desarrollan en Riobamba.					
5)	Los beneficios económicos a la población y a la ciudad por el turismo en					
6)	El grado de empleo en turismo y emprendimientos turísticos que existe en					
AMBIENTAL						
7)	La conservación de los atractivos turísticos culturales de Riobamba.					
8)	El grado de educación ambiental que posee Riobamba para la conservación del medio ambiente.					
9)	La disponibilidad de servicios básicos para la población y turistas en Riobamba.					
TURISMO						
10)	El grado de satisfacción de los turistas y residentes del turismo en Riobamba.					
11)	El grado de conservación del patrimonio existente en Riobamba.					
12)	La calidad de los prestadores de servicios turísticos en Riobamba.					

III INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

7 ¿Por qué medios oferta los atractivos turísticos de la ciudad de Riobamba?

- Televisión ()
- Radio ()
- Página Web ()
- Redes Sociales ()

8 ¿Qué atractivos turísticos usted oferta?

- Naturales ()
- Culturales ()
- Religiosos ()

9 ¿Qué servicios usted oferta?

- Alimentación ()
- Alojamiento ()
- Guianza ()

10 ¿Qué tipo de actividades ofrece centro de sus paquetes?

- 1) Balnearios ()
- 2) Visita a museos ()
- 3) Visita a iglesias ()

Anexo 6. Validación de los instrumentos, por parte de expertos.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Quintana Puga Danilo Paúl

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magister.....	(X)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 29 de Enero de 2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo Turístico

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?			
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?			
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?			
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?			
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?			
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?			
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?			
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?			
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?			
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?			
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?			
Total:				

SUGERENCIAS:.....
.....


Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Quintana Puga Danilo Paúl

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 29 de Enero de 2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta Turística

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?			
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?			
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?			
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?			
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?			
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?			
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?			
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?			
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?			
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?			
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?			
Total:				

SUGERENCIAS:.....
.....


 Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Lascano Vera Fanny Marilyn

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 29 de Enero de 2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta Turística

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?			
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?			
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?			
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?			
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?			
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?			
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?			
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?			
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?			
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?			
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?			
Total:				

SUGERENCIAS: Replantear preguntas de instrumento y disminuir y corregir errores de redacción

Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Lascano Vera Fanny Marilyn

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 29 de Enero de 2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo Turístico ✓

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?			
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?			
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?			
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?			
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?			
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?			
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?			
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?			
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?			
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?			
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?			
Total:				

SUGERENCIAS: *Replantear preguntas de instrumentos.*


 Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
 • FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Álvarez Román José Medardo

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	(x)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 29 de Enero de 2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta Turística
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	✓		
Total:				

SUGERENCIAS:.....


 Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Álvarez Román José Medardo

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	(x)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 29 de Enero de 2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo Turístico
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	✓		
Total:				

SUGERENCIAS:.....


 Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Méndez Pablo

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magister.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 29 de Enero de 2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

El instrumento de medición pertenece a la variable: Oferta Turística

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	Preguntas	Apreciación		Observaciones
		SI	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
Total:		100%		

SUGERENCIAS:.....
.....


Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Méndez Pablo

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(x)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 29 de Enero de 2020

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
 Oferta y Desarrollo Turístico en la ciudad de Riobamba

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo Turístico
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

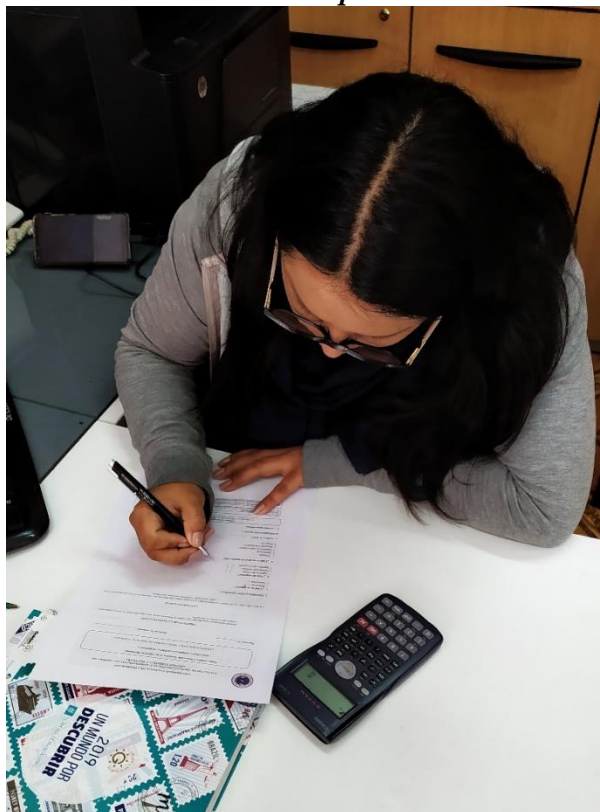
N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
Total:		100%		

SUGERENCIAS:.....


 Firma del Experto

Anexo 7. Fotografías

Ilustración 11. Encuesta prestadores de servicio



Fuente: Encuesta aplicada a prestadores de servicio
Realizado por: Alejandro Ortega

Ilustración 12. Encuesta prestadores de servicio



Fuente: Encuesta aplicada a prestadores de servicio
Realizado por: Alejandro Ortega

Ilustración 13. Encuesta prestadores de servicio



Fuente: Encuesta aplicada a prestadores de servicio
Realizado por: Alejandro Ortega

Ilustración 14. Encuesta a la población



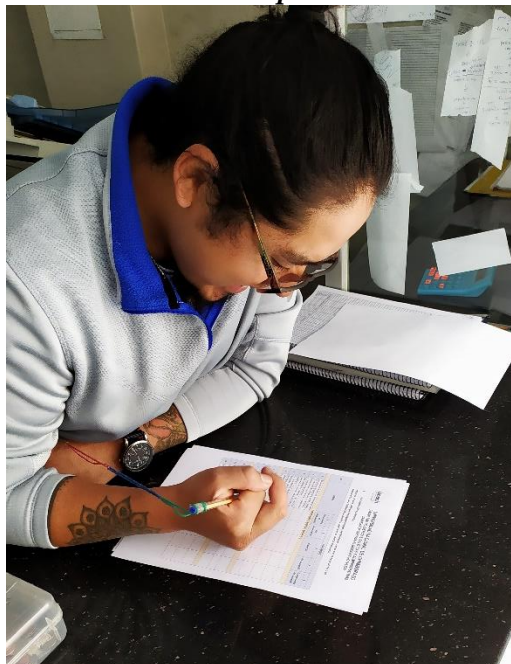
Fuente: Encuesta aplicada a la población
Realizado por: Alejandro Ortega

Ilustración 15. Encuesta prestadores de servicio



Fuente: Encuesta aplicada a la población
Realizado por: Alejandro Ortega

Ilustración 16. Encuesta prestadores de servicio



Fuente: Encuesta aplicada a la población
Realizado por: Alejandro Ortega