



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

**Actitud y comportamiento de los residentes del Cantón Riobamba,
Provincia de Chimborazo frente a los impactos del turismo, año 2022**

Trabajo de Titulación para optar al título de Economista

Autores:

Ceballos Nevarez, Yara Nikole
Olivo Salazar, Magaly Nataly

Tutor:

MgSc. David Santiago Espinosa Salazar

Riobamba, Ecuador. 2022

DERECHOS DE AUTORÍA

Nosotras, Yara Nikole Ceballos Nevarez, con cédula de ciudadanía 2200122790 y Magaly Nataly Olivo Salazar, con cédula de ciudadanía 0605963990, autoras del trabajo de investigación titulado: Actitud y comportamiento de los residentes del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo frente a los impactos del turismo, año 2022, certificamos que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedemos a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autoría de la obra referida será de nuestra entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a la fecha de su presentación.



Yara Nikole Ceballos Nevarez

C.I.: 2200122790



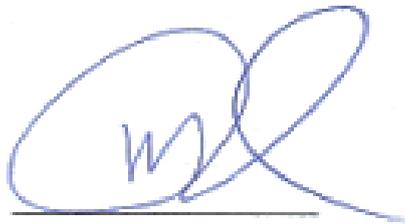
Magaly Nataly Olivo Salazar

C.I.: 0605963990

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL

Los abajo firmantes, miembros del tribunal de revisión del proyecto de investigación titulado: "ACTITUD Y COMPORTAMIENTO DE LOS RESIDENTES DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO FRENTE A LOS IMPACTOS DEL TURISMO, AÑO 2022", presentado por las Srtas. Yara Nikole Ceballos Nevarez, con C.I. 2200122790 y Magaly Nataly Olivo Salazar con C.I. 0605963990 y dirigidas por el Mgs. David Santiago Espinosa Salazar, habiendo revisado el proyecto de investigación con fines de graduación, mismo que consta el cumplimiento de las observaciones realizadas, procedemos a la calificación de la investigación.

Para constancia de lo expuesto firman:

	Nota	Firma
Mgs. David Santiago Espinosa Salazar TUTOR	<u>10/10</u>	<u></u>
Mgs. Mauricio Fernando Rivera Poma MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO	<u>9.5</u>	<u></u>
Mgs. Karina Alexandra Álvarez Basantes MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO	<u>10/10</u>	<u></u>

NOTA: 9,83 (SOBRE 10)

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mis padres Milier y Karina quienes con su esfuerzo me han permitido alcanzar una meta más, gracias por su apoyo incondicional. A mi hermana Jody por su comprensión y cariño, gracias por estar siempre conmigo. A mi abuela Carmelita por sus oraciones y sabios consejos, que hicieron de mí una persona de bien. A mi prima Ruby por ser como mi segunda madre, a toda mi familia que me ha acompañado en este proceso. Finalmente, quiero dedicar este logro a mis amigos por extenderme su mano en los momentos más difíciles y hacer de mi vida más feliz, los llevaré siempre en mi mente y corazón.

Niko

Este trabajo es un reflejo de los valores que ha sembrado mi familia en mí, por ello lo más apropiado sería dedicárselos, ya que soy consciente de los sacrificios que tuvieron que llevar a cabo para forjar a la mujer quien ahora soy, a mis padres Wilfrido y María, quienes no desmayaron en ningún momento hasta verme alcanzar cada una de las metas que me proponía, en especial a mi padre que dio años enteros de su vida por darme un futuro, a mis hermanos Fausto y Jimmy, por sus consejos y siempre guiar mi camino, a mí misma por saber encontrar el rumbo correcto a pesar de las adversidades, por nunca dejar a un lado mis estudios.

Con afecto, Nataly

AGRADECIMIENTO

Agradezco enormemente a la Universidad Nacional de Chimborazo, a la Facultad de Ciencias Políticas, a los docentes de la carrera de economía quienes con sus valiosos conocimientos hicieron que me desarrolle profesionalmente día tras día, gracias por su paciencia, apoyo y amistad. Para finalizar, quiero agradecer con mucho cariño al Econ. David Espinosa por ser el principal gestor de este proceso, quien con su dirección, colaboración y enseñanza ha permitido la exitosa culminación de este trabajo de investigación.

Niko

En el final de esta etapa en mi vida académica, tras haber recorrido un largo camino donde más de una persona me ha ayudado a escalar peldaño tras peldaño, me queda agradecer a Dios y rotundamente el esfuerzo realizado por mis padres ya que sin su esfuerzo yo nunca hubiera podido llegar a donde estoy, de igual manera agradezco a cada uno de los docentes de esta prestigiosa Carrera de Economía que pese a las adversidades supieron impartir sus conocimientos a cada uno de sus estudiantes al Econ. Wilman Carrillo, Econ. Doris Gallegos, Econ. Mauricio Rivera, Econ. Karina Álvarez, en especial al Econ. David Espinoza por la orientación brindada en el presente trabajo de investigación.

Nataly

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I.....	12
1. INTRODUCCIÓN.....	12
2. MARCO REFERENCIAL	13
2.1. Planteamiento del problema	13
2.1.1. Justificación e importancia	14
2.2. Objetivos.....	15
2.2.1. Objetivo general	15
2.2.2. Objetivos específicos.....	15
CAPÍTULO II.....	16
3. MARCO TEÓRICO	16
3.1. Antecedentes.....	16
3.2. Fundamentación teórica.....	18
3.2.1. Turismo.....	18
3.2.2. Actitudes y comportamiento de los residentes	25
3.2.3. Teorías que relacionan las variables	28
CAPÍTULO III	31
4. METODOLOGÍA.....	31
4.1. Método.....	31
4.2. Tipo de investigación.....	31
4.3. Diseño de investigación.....	31
4.4. Técnicas de recolección de datos.....	31
4.5. Población de estudio y tamaño de muestra.....	32
4.6. Análisis y procesamiento de la información.....	33

4.6.1.	Modelo econométrico	33
4.6.2.	Coeficiente de correlación de Pearson.....	34
CAPÍTULO IV		36
5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		36
5.1.	Resultados.....	36
5.1.1.	Riobamba y el sector turístico	36
5.1.2.	Características sociodemográficas de los encuestados	45
5.1.3.	Impactos del turismo percibidos por los encuestados	48
5.1.4.	Actitud y comportamiento de los encuestados	54
5.1.5.	Componentes de los impactos del turismo	57
5.1.6.	Validación de las hipótesis	58
5.1.7.	Comprobación de las hipótesis	60
5.2.	Discusión	61
CAPÍTULO V		63
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		63
6.1.	Conclusiones.....	63
6.2.	Recomendaciones	63
BIBLIOGRAFÍA		65
ANEXOS		72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Impactos económicos de la industria turística.....	21
Tabla 2	Impactos ambientales de la industria turística.....	22
Tabla 3	Impactos socioculturales de la industria turística.....	22
Tabla 4	Teorías que relacionan las actitudes de los residentes con los impactos del turismo	28
Tabla 5	Coeficiente de alfa de Cronbach del instrumento.....	32
Tabla 6	Muestreo por conglomerados	32
Tabla 7	Lugares turísticos de las parroquias urbanas del cantón Riobamba.....	36
Tabla 8	Lugares turísticos de las parroquias rurales del cantón Riobamba.....	37
Tabla 9	Número de establecimientos por actividad y clasificación del cantón Riobamba, año 2021.....	38

Tabla 10	Número de personas empleadas por actividad según el género del cantón Riobamba, año 2021	39
Tabla 11	Número de habitaciones, camas y plazas según su clasificación del cantón Riobamba, año 2021	39
Tabla 12	Número de mesas y de plazas de mesas por actividad del cantón Riobamba, año 2021	40
Tabla 13	Tiempo de estadía por número de turistas del cantón Riobamba, periodo 2016 – 2019	41
Tabla 14	Características de los encuestados riobambeños	46
Tabla 15	Impactos económicos del turismo percibidos por los residentes del cantón Riobamba.....	49
Tabla 16	Impactos ambientales del turismo percibidos por los residentes del cantón Riobamba.....	51
Tabla 17	Impactos socioculturales del turismo percibidos por los residentes del cantón Riobamba.....	53
Tabla 18	Actitudes de los residentes del cantón Riobamba, año 2022.....	54
Tabla 19	Comportamiento de los residentes del cantón Riobamba, año 2022.....	56
Tabla 20	Medida KMO y prueba de esfericidad de Barlett.....	57
Tabla 21	Resultados del Análisis de Componentes Principales (ACP).....	58
Tabla 22	Estimación del modelo de actitud de los residentes del cantón Riobamba respecto a la percepción de los impactos del turismo, año 2022	59
Tabla 23	Correlación de Pearson y verificación H ₄	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Matriz de actitudes y comportamiento hacia el turismo	23
Figura 2	Modelo del ciclo de vida de un área turística.....	24
Figura 3	Proceso cognitivo de formación de las percepciones, actitudes y comportamiento..	27
Figura 4	Tipo de turismo del cantón Riobamba, periodo 2016 – 2018.....	41
Figura 5	Motivo de visita (porcentaje) del cantón Riobamba, periodo 2017 – 2019.....	42
Figura 6	VAB del sector de alojamiento y servicios de comida del cantón Riobamba, periodo 2016-2020.....	37

Figura 7 Arribo de turistas nacionales y extranjeros del cantón Riobamba, periodo 2016-2019	43
Figura 8 Ciclo de vida turística del cantón Riobamba, periodo 2016-2019.....	44

RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar las percepciones que tienen los residentes de Riobamba sobre los impactos del turismo presentes en el cantón. La metodología elegida fue cuali-cuantitativa, se empleó como técnica un cuestionario estructurado para recopilar información de 383 residentes como muestra, con los datos obtenidos se desarrolló un análisis factorial y una regresión lineal múltiple considerando como variable dependiente a las actitudes de los residentes y como independientes a las percepciones de los impactos del turismo, también se aplicó la prueba del coeficiente de correlación de Pearson entre las actitudes y el apoyo hacia el turismo.

Los hallazgos sugieren que Riobamba se encuentra en la fase de exploración del ciclo de vida de un destino turístico, siendo un turismo limitado debido a una baja competitividad al enfocarse en aspectos culturales y naturales. Las actitudes de los residentes locales de Riobamba se ven influenciados directa y significativamente por los impactos del turismo, siendo el impacto sociocultural el que incide en mayor medida que las dimensiones económicas y ambientales. Respecto al comportamiento, se detecta una correlación directa débil entre las actitudes y el apoyo hacia el turismo, por lo que no estarán dispuestos a apoyar a esta industria en el cantón.

Palabras claves: actitudes, comportamiento, turismo, impactos económicos, impactos ambientales, impactos socioculturales.

ABSTRACT

This research work aimed to analyze the perceptions that Riobamba residents have about the impacts of tourism in the canton. The chosen methodology was qualitative-quantitative, a structured questionnaire was used as a technique to collect information from 383 residents as a sample, with the data obtained a factorial analysis and a multiple linear regression were developed considering the attitudes of the residents as a dependent variable and as independent of perceptions of the impacts of tourism, the Pearson correlation coefficient test was also applied between attitudes and support for tourism.

The findings suggest that Riobamba is in the tourism destination life cycle exploration phase, with limited tourism activity due to low competitiveness by focusing on cultural and natural aspects. The attitudes of the of Riobamba's residents are directly and significantly influenced by the impacts of tourism, and the socio-cultural impact is more important than the economic and environmental dimensions. In terms of behavior, there is a significant positive correlation between attitudes and support for tourism, so they will be willing to promote the attractions of the canton.

Keywords: attitudes, behavior, tourism, economic impacts, environmental impacts, socio-cultural impacts



Firmado electrónicamente por:
EDISON RAMIRO
DAMIAN ESCUDERO

Reviewed by:
MsC. Edison Damian Escudero
ENGLISH PROFESSOR
C.C.0601890593

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la industria turística se ha convertido en una de las más lucrativas al desempeñar un papel cada vez más importante en la economía mundial, al igual que es reconocida como fuente generadora de ingresos, encontrándose en concordancia con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) como una forma de mitigar la pobreza (Chérrez et al., 2021).

Por consiguiente, a fin de crear una explotación sostenible de esta actividad para que no genere impactos negativos que afecten a los actores de la sociedad, se debe tomar en cuenta la actitud de los residentes locales, factor que no ha sido considerado a lo largo del tiempo. En este contexto una actitud se define como una tendencia a responder de manera positiva o negativa ante una situación lo cual, conlleva a las personas a comportarse de cierta manera en función de un estímulo (Mendoza et al., 2018). Basados en la teoría del intercambio social desarrollada por George Homans (1958) menciona que las personas muestran un comportamiento de apoyo si obtienen de las demás un beneficio económico significativo, y, mantienen una actitud negativa cuando los costos superan los beneficios.

Se puede destacar que, el comportamiento de la población local puede variar según sea la fase de desarrollo en la que se encuentra un destino turístico, dado que, en primera instancia los residentes perciben impactos positivos del turismo al obtener más beneficios que costos sociales, sin embargo, a medida que el número de turistas incrementa, la relación turista-residente puede ser distante a lo largo del tiempo al percibir impactos negativos (Dies, 2020). Para Guillén et al. (2018) el turismo crea en más de una u otra forma disconformidad por causa de la presencia de personas ajenas al entorno, quienes más se encuentran en desacuerdo con la llegada del turismo son aquellos que no obtienen beneficios de una u otra manera de esta industria.

El propósito de este estudio contrastar el impacto del desarrollo del turismo del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, a fin de entender la percepción que genera actitudes positivas o negativas de la ciudadanía ante este elemento de la economía, para lo cual se encuestó a una muestra representativa considerando parámetros como los impactos económicos, ambientales y socioculturales del turismo; con la información que se obtuvo, se ejecutó un análisis factorial y una estimación de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) para determinar la actitud y comportamiento de los lugareños ante el turismo, a fin de brindar recomendaciones para un mejoramiento en la planificación turística del cantón Riobamba.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Planteamiento del problema

La industria turística a pesar de ser el sector más afectado por la pandemia (Covid-19) es la tercera actividad económica más significativa a nivel mundial, en 2020 representó más del 20% del Producto Interno Bruto (PIB) en varios países (Naciones Unidas, 2020). En Ecuador, el turismo según Camino et al. (2021) es una fuente importante de ingresos no petroleros, al ser el tercer rubro de ingresos después del banano y camarón representando en 2019 el 2,20% del PIB nacional. Según datos disponibles hasta el año 2019 del Ministerio de Turismo – MINTUR (2021) la participación del empleo directo turístico fue del 2,3% y la participación del empleo turístico total figuró el 5,2%.

La provincia de Chimborazo se caracteriza por realizar actividades de producción primaria como la agricultura y ganadería. Con respecto al Valor Agregado Bruto (VAB) del sector de alojamiento y servicios de comida en 2020 representó el 1,51% del total de la provincia Chimborazo, donde Riobamba fue el cantón que tuvo mayor participación con el 80,35% seguido de cantones como: Guano con el 6,40%, Alausí con el 4,31% y Cumandá con el 2,86% (Banco Central del Ecuador, 2021).

Riobamba cuenta con gran diversidad cultural, natural, gastronómica y arquitectónica al estar ubicada estratégicamente en la zona central del territorio ecuatoriano, donde se promueven proyectos como; Calidad y Oferta de Servicios Turísticos comunitarios, Desarrollo de Destinos y Servicios Turísticos, Bodegón Turístico, los mismos que buscan impulsar el turismo (Parlamento Andino, 2021). No obstante, en el estudio realizado por los autores Flores et al. (2018) demostraron que el 62,1% de la población no tiene conocimientos sobre proyectos ni programas de turismo y el 64% de establecimientos de alojamiento y gastronomía no se sienten escuchados por el GADM de Riobamba.

A pesar de los esfuerzos realizados por el GADM para posicionar al cantón Riobamba como principal destino turístico, aún no se ha logrado fortalecer esta industria debido a su baja competitividad, una gestión limitada del turismo y deficiente calidad de productos turísticos ofertados. Los beneficios económicos que se obtienen por el turismo son muy bajos en comparación con los otros sectores de la economía, dado que no se están aprovechando los recursos disponibles y además existe una falta de interés de los ciudadanos para fortalecer al turismo como eje de producción (Pazmiño, 2019).

Para la recuperación de las economías ante afectaciones como la crisis sanitaria, es importante considerar al turismo como una actividad que puede ayudar a mantener un equilibrio costo-beneficio en la que se integre a la población local en la toma de decisiones, dado que, los residentes locales toman un rol significativo en la identificación de problemas que afectan su calidad de vida, además de tener influencia en la promoción de un destino turístico en desarrollo como lo es Riobamba, y, de este modo lograr un desarrollo económico sostenible (Goeldner y Brent, 2009).

La actitud de los residentes es influenciada por la percepción de los impactos que genera el turismo de manera positiva o negativa en torno a las dimensiones económicas, sociales, culturales y medioambientales (Gutiérrez et. al, 2020). En este sentido, las actitudes negativas de los residentes pueden generar un comportamiento de oposición hacia esta

actividad, ocasionando afectaciones en el disfrute de los visitantes y provocando desinterés en el destino turístico al sentirse disgustados con la calidad de los servicios ofertados (Moral, 2017).

Los pocos estudios realizados en el país han dejado un vacío de información de las percepciones y actitudes de los residentes sobre los impactos del turismo. Los factores que predominan en la actitud que tienen los habitantes puede ayudar a reconocer problemas y brindar soluciones que contribuyan al mejoramiento de la planificación y desarrollo más sustentable de un lugar, por lo tanto, es fundamental que los actores locales sean partícipes de dar resoluciones que beneficien a su comunidad (Albornos et al., 2021).

2.1.1. Justificación e importancia

El turismo es una industria con gran expansión en el planeta que integra diversos sectores como; transporte, hotelería, agencias de viaje, restaurantes, recreación, comercio, entre otros. Según Maqbool et al. (2021) el turismo mejora el crecimiento económico al aumentar el ingreso de divisas, estimula las inversiones en nuevas infraestructuras, capital humano, promueve el desarrollo industrial, en efecto, aumenta los ingresos construyendo una calidad de vida óptima de los habitantes locales.

Es así como, el buen desenvolvimiento de los destinos está ligado con la participación y el soporte de los residentes, de modo que, se requiere determinar las actitudes y comportamiento que dependen de ese apoyo (García et al., 2020). La actitud de los moradores respecto a los efectos del turismo según Forteza et al. (2018) es un factor indispensable para la planificación de destinos o productos turísticos al contribuir en la identificación de oportunidades, innovación y promoción para impulsar la inversión nacional y extranjera.

Para Chen et al. (2018) la teoría del intercambio social relaciona los componentes que influyen en la actitud de los pobladores en torno al turismo, considerando que la percepción de los mismos es positiva cuando reciben mayores beneficios y es negativa cuando esto implica mayores costos respecto a aspectos económicos, ambientales, sociales y culturales. Gursoy et al. (2018) destaca que esta teoría engloba la interacción que surge a consecuencia del intercambio de recursos entre individuos y grupos. Sin embargo, la actitud de los habitantes sobre los impactos puede variar según sea la zona estudiada y el ciclo de vida del lugar de destino.

Esta investigación, permitirá identificar la actitud negativa o positiva de los residentes sobre los impactos del turismo del Cantón Riobamba y su comportamiento de apoyo o rechazo. Cuando los impactos económicos, ambientales o socioculturales percibidos sean negativos según Çelik y Rasoolimanesh (2021) los tomadores de decisiones pueden encontrar soluciones para contrarrestar las actitudes desfavorables mediante la planificación territorial, sobre la cual se incluyan políticas enfocadas al desarrollo turístico involucrando la contribución de los actores sociales.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general

Analizar las actitudes y comportamiento de los residentes de Riobamba respecto a su percepción sobre los impactos económicos, socioculturales y ambientales generados por el turismo en el cantón.

2.2.2. Objetivos específicos

- Evaluar el sector turístico en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Caracterizar de forma sociodemográfica a los residentes del cantón Riobamba y sus percepciones de los impactos del turismo, mediante la aplicación de una encuesta.
- Determinar la relación entre la actitud de la población local del cantón Riobamba y la percepción de los impactos del turismo por medio de un análisis factorial y un modelo de regresión lineal múltiple.

CAPÍTULO II

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

Las investigaciones acerca de las actitudes de los residentes sobre los impactos del turismo tienen más de tres décadas, realizándose estudios en diferentes lugares para comprender dichas variaciones. En países desarrollados que tienen una historia turística larga se presentan mayores investigaciones, sin embargo, los resultados no difieren de naciones en vías de desarrollo. Aun cuando existen diversas teorías que estudian la percepción de los residentes sobre los impactos del turismo, la Teoría del Intercambio Social es la que tiene un mayor uso al considerar la naturaleza dinámica de los cambios en las percepciones a medida que el turismo y sus impactos evolucionan (Jani, 2018).

En investigaciones realizadas a nivel de Europa se tiene el caso de Sevilla en España que según los autores Haro et al. (2021) mediante una metodología mixta analizaron las percepciones de los agentes involucrados que cohabitan con los turistas con el propósito de proporcionar medios prácticos para crear un turismo enfocado a la sostenibilidad, donde el cuestionario se estructuró en cinco secciones; definiciones de turismo de masas, percepciones en relación al turismo de masas, percepciones de turismo de masas en Sevilla, contribución del turismo de masas a la revitalización del turismo y características sociales y demográficas. Los resultados permitieron demostrar que, si bien se generan impactos positivos, es necesario que el medioambiente no se degrade, para ello, el turismo no puede separarse de los agentes involucrados.

Del mismo modo, en el estudio realizado en Chequia por Almeida et al. (2021) que tenía por objetivo el análisis de las actitudes de los residentes locales hacia el desarrollo del turismo en la zona de monumentos urbanos haciendo uso de un método cuantitativo como el análisis de correspondencias y el índice de irritación de Doxey. El cuestionario se conformó por preguntas demográficas, impactos positivos del turismo, impactos negativos del turismo, y las actitudes de la población local. Los resultados arrojaron que los impactos positivos del turismo estimulan la economía local y el impacto negativo más característico es la contaminación de espacios públicos, no obstante, los residentes no consideran ese efecto negativo como un problema.

Los autores Kuščer y Mihalič (2019) investigaron Liubliana en Eslovenia, donde su objetivo fue proponer un modelo y explorar el riesgo del turismo excesivo empleando un método cuantitativo como el análisis estadístico y un análisis factorial exploratorio, donde el cuestionario se estructuró por preguntas demográficas, impactos económicos, socioculturales y ambientales del turismo. Los resultados revelaron que los factores negativos que influyen en la irritación de los residentes locales son la disminución de la calidad de vida, contaminación, tráfico y hacinamiento.

El estudio efectuado en Asia por los investigadores Chang et al. (2018) en el municipio de Laiyi en Taiwán se enfocó en examinar aquellos impactos que influyen en la percepción de los residentes locales sobre el desarrollo turístico, la metodología empleada fue cuantitativa usando un modelo de regresión logística mixta y el cuestionario se conformó

por preguntas demográficas, impactos socioculturales, impactos ambientales e impactos económicos. Se concluyó que los impactos del turismo sí afectan la actitud de los residentes, a pesar de ello la población acepta los efectos secundarios del turismo para recibir beneficios a nivel regional y local.

En la investigación realizada en Tanzania, África por los autores Jani y Ngowi (2018) se evaluó la influencia de la percepción de los residentes acerca de los impactos socioculturales, económicos y ambientales del turismo. Se manejó una metodología cuantitativa aplicando una regresión lineal múltiple, el cuestionario se estructuró en tres secciones; aspectos demográficos, beneficios económicos que los residentes obtenían del turismo, beneficios económicos, ambientales y socioculturales percibidos, y, finalmente, la satisfacción general con el turismo. Los resultados de este estudio se concentraron en que los beneficios económicos percibidos tienen una mayor incidencia en la satisfacción general de los habitantes, en comparación con otros impactos en zonas de menor desarrollo económico.

En el estudio realizado en Ixtapa, México por García et al. (2021) se analizó la percepción de la población local mediante un método cuantitativo para la caracterización de su relación mediante los mapas causales y presentar un aspecto común. El cuestionario se conformó de cuatro secciones; percepciones de impactos económicos, impactos urbanísticos, impactos ambientales e impactos sociales. El estudio concluyó que los impactos del turismo generan bienestar a los habitantes a causa del establecimiento de trabajos y el aumento en la habitabilidad, no obstante, la contaminación ambiental afecta en mayor proporción a la comunidad.

En una investigación realizada en Mar del Plata, Argentina conforme Barbini et al. (2018) se analizó la percepción acerca de los impactos económicos, socioculturales y ambientales, desde un método cualitativo y cuantitativo en el que se desarrolló una encuesta con bloques temáticos; perfil sociodemográfico, visión del espacio local, gobernanza turística, percepciones sobre impactos económicos, socioculturales y ambientales del turismo. Con la información obtenida se efectuó un análisis multivariado que identificó las percepciones de la comunidad residente con respecto al turismo son positivas desde el ámbito económico, no obstante, en menor medida se menciona que el turismo incrementa la inseguridad lo cual genera una relación turista-residente no tan amigable.

A nivel nacional se encontraron estudios de las percepciones hacia el turismo, como el estudio de Shiripuno zona perteneciente a Misahuallí, que según Guijarro et al. (2018) el objetivo consistió en analizar las percepciones y la sostenibilidad, basados en la relación que puede existir entre el índice de irritación de Doxey y el ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler, se recolectó datos en el poblado e instalaciones turísticas de la comunidad, apoyados de métodos cuantitativos y cualitativos, se aplicó una encuesta dividida en tres secciones; identificación del perfil del turista, nivel de satisfacción respecto a la actividad turística y percepciones del turismo comunitario. Los resultados demostraron que está en la fase de desarrollo del ciclo de vida al mantener percepciones positivas entre los moradores, con respecto el índice la población se caracterizó por tener una actitud favorable y percepción positiva de los impactos del turismo como una opción de desarrollo.

Muñoz (2017) buscó evaluar los elementos más importantes de la gestión del turismo y la contribución a la conservación de la biodiversidad de las reservas protegidas

Galápagos y Sumaco. Se empleó un método cuantitativo y cualitativo, se aplicó encuestas a los residentes para establecer características sociodemográficas y económicas, las actividades productivas primordiales y su dependencia con el turismo, conocimiento de reservas de biosfera y su percepción en cuanto a los beneficios, la sustentabilidad del turismo en las categorías económico, ambiental, sociocultural y gestión, para el análisis de los datos obtenidos se efectuó una prueba Chi-cuadrado de Pearson y el test ANOVA. Los resultados indicaron que el turismo es un eje fundamental para promover el cambio social y ecológico en los lugares de destino, no obstante, se requiere evaluar la sustentabilidad del mismo desde la perspectiva de los residentes.

Otro estudio efectuado en Ecuador es de la parroquia Malacatos, Loja según autores como León y Reyes (2020) se diagnosticó la percepción de los residentes sobre el turismo rural como estrategia de desarrollo, se basaron en un método cualitativo y cuantitativo, se desarrolló un cuestionario estructurado dividido en dos secciones; perfil del turista y sus percepciones de los actores, para el análisis de los datos se aplicó la prueba estadística de homogeneidad Chi Cuadrado, dando como resultado que las fortalezas y potencialidades percibidas del lugar de destino fueron el clima y la tranquilidad.

De igual forma, en el estudio realizado en la ciudad de Cuenca, Ecuador acerca de las percepciones que poseen los habitantes locales y el sector público hacia el desarrollo del turismo según Betancour y Jara (2019) se llevó a cabo una encuesta para recolectar datos y se dividió en cinco partes; datos demográficos, actividad productiva, satisfacción con la actividad turística, satisfacción con la actitud y comportamiento del turista, y, percepción de cambios productivos en Mindo por la actividad turística. Los datos se analizaron mediante los diferentes promedios de la valoración dada por los residentes mediante un sistema de semáforos evidenciándose percepciones favorables puesto que la industria del turismo ofrece grandes oportunidades de trabajo en la localidad.

Si bien no se han encontrado estudios en Chimborazo que se relacionen con el tema, existe una investigación que se llevó a cabo en Alausí referente al desarrollo económico enfocado al turismo, donde su diagnóstico fue socio-organizativo y los resultados probaron que diversificar la economía local es importante para aprovechar los recursos e impulsar el turismo que permita mejorar el bienestar de los habitantes (Aguirre et al., 2019).

Una vez analizados dichos antecedentes de diferentes localidades de Europa, Asia, África, América y Ecuador, se puede expresar que existen diversos factores que pueden incidir en las actitudes de los residentes hacia los turistas. Sin embargo, las causas pueden diferir según sea la región o localidad que se está investigando ya sea en su etapa inicial de desarrollo o en las posteriores donde se tiene una perspectiva negativa de los impactos del turismo, por eso es necesario que se analice el desarrollo turístico durante todo su ciclo de vida.

3.2. Fundamentación teórica

3.2.1. Turismo

El turismo puede definirse desde un ámbito individual como la afición del hombre por viajar con el gusto de recorrer, desde lo sociológico es un recurso en el que las personas

buscan beneficios psicológicos por medio de la suma de factores como ingresos, tiempo y tolerancia social a viajar, desde lo geográfico es el desplazamiento de un individuo de un sitio a otro (Fanjul et al., 2017).

Desde el punto de vista del viajero (demanda turística) es una tendencia natural del ser humano de trasladarse a un sitio distinto de aquel donde vive, para obtener beneficios de las bondades de otros lugares. Desde el enfoque de los pueblos, naciones, regiones o comunidad receptora (oferta turística) es un fenómeno socioeconómico que incide en el crecimiento cultural y en su riqueza (Norgués, 2020).

El desarrollo turístico es el abastecimiento de infraestructuras y servicios que se ofrecen en un lugar de destino con la meta de satisfacer necesidades de los turistas, esto puede traer consigo impactos económicos como consecuencia de la generación de fuentes de empleo que favorecen a incrementar ingresos económicos (Ianioglo y Rissanen, 2020).

Con base en las definiciones antes mencionadas, el turismo es el conjunto de desplazamientos que realiza el hombre de un lugar ajeno de su residencia a otro, consiste en un plan de movilidad de ida y regreso para colmar sus necesidades por cualquiera que sea el motivo y la distancia, lo cual genera fenómenos socioeconómicos, culturales, políticos y jurídicos.

3.2.1.1. Importancia socioeconómica del turismo.

El rápido crecimiento de la industria del turismo a causa de un mundo más globalizado ha contribuido en gran medida al incremento de esta actividad económica, teniendo grandes efectos en la economía del lugar donde se desarrolla. La interacción entre anfitriones y visitantes surge como resultado de las actividades que el viajero realiza como parte del viaje, es decir, gastos que efectúa el turista siendo el monto total de ingresos de consumo; esta acción estimula el bienestar socioeconómico y disminuye la pobreza. El turismo influye en cierta medida en los demás sectores económicos, al igual que se constituye como un medio fundamental para proteger la naturaleza y el patrimonio cultural del lugar de destino (Ahmad y Azhar, 2018).

Por consiguiente, el turista es beneficiario de servicios y consumidor de productos, los gastos se destinan a los establecimientos dedicados al turismo como; alojamiento, alimentación, transporte, entre otros; de igual modo, se dirige a los presupuestos locales y al presupuesto del Gobierno Central a manera de tasas, impuestos, entre otros; también, se conducen a los demás sectores económicos que ayudan a satisfacer las necesidades de la industria turística mediante la prestación de servicios o de la entrega de productos. Así pues, las ganancias que se obtienen de los visitantes locales o extranjeros favorecen al desarrollo económico de una localidad o del país.

En este sentido, es un sector que fomenta el crecimiento económico y la generación de divisas de un país, junto con la creación de nuevos puestos de trabajo directos e indirectos en el destino turístico, ocasionando oferta laboral diversa con perfiles de habilidades variadas. Este sector respalda variables macroeconómicas tales como; empleo, balanza de pagos al generar entrada y salida de divisas por medio del gasto en turismo, y la demanda de bienes y servicios (Lackey et al., 2013).

Para Larisa (2016) el turismo puede tener ciertos impactos en la economía y en su conjunto se conoce como efecto multiplicador, el proceso del mismo determina que cuanto más desarrollado económicamente es un país, sumado a los egresos turísticos iniciales por bienes y servicios adquiridos, estos se encuentran en más circuitos económicos, favoreciendo el crecimiento de la producción, renta neta, inversiones, y la prosperidad en la comunidad receptora.

3.2.1.2. Tipos de turismo.

La Organización Mundial del Turismo (2020) describe los siguientes tipos de turismo como los más importantes al buscar en mayor o menor medida diversión, descanso y el contacto con nuevas experiencias:

- Turismo vacacional. Conocido también como turismo de descanso, ocio o placer, relativa al cambio de ambiente cuando no existe trabajo. De acuerdo con el lugar que se visita, este puede ser de montaña, selva, urbano y rural.
- Turismo de aventura. Turismo especializado, tiene lugar normalmente en regiones o localidades poco exploradas o visitadas, donde se permite la práctica de deportes extremos o desafíos a la naturaleza que puede involucrar cierto tipo de riesgo real o percibido.
- Turismo de negocios. Viajes efectuados por comerciantes, ejecutivos, y funcionarios con alguna motivación económica o laboral, situado fuera del lugar de trabajo con el propósito de asistir a una reunión, una actividad o a un evento.
- Turismo cultural. Motivados por deseos de aumentar conocimientos, aprender, descubrir y disfrutar de emociones artísticas en museos, monumentos, zonas arqueológicas, entre otros atractivos o productos culturales, materiales e inmateriales de un destino.
- Turismo deportivo. Comprende desplazamientos efectuados por eventos deportivos, la experiencia viajera del turista que al ser espectador o participar en eventos que implican actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.
- Turismo gastronómico. Se relaciona con los alimentos, productos o actividades afines, además, puede implicar otras actividades como la participación en festivales gastronómicos.
- Turismo religioso. Motivado por la curiosidad e interés por conocer templos, monumentos, sitios o eventos que denotan una doctrina, representado por las romerías y peregrinaciones que los fieles realizan a lugares sagrados.
- Ecoturismo. Se apoya en la naturaleza donde la motivación esencial del visitante es aprender, observar, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con un comportamiento responsable para proteger el ecosistema y promover el bien común.
- Agroturismo. Es el desplazamiento de personas hacia distintos lugares con el fin de conocer los procesos y sistemas de producción del campo como cultivar, cosechar u otros que dan una experiencia de vida rural.

- Turismo comunitario. Propio de zonas rurales como alternativa económica para generar ingresos, donde los miembros locales son guías turísticas que buscan preservar su cultura, tradiciones y naturaleza.

3.2.1.3. Concepto de impactos del turismo y su clasificación.

El rápido crecimiento del turismo internacional desde la segunda mitad del siglo XX generó mayor interacción entre visitantes y comunidades receptoras; trayendo consigo impactos económicos, sociales, culturales y medioambientales al lugar de destino, donde los residentes perciben estos efectos generando actitudes que pueden ser positivas o negativas y estas varían según sea la fase de desarrollo en la que se encuentre el destino turístico. Anderson y Westcott (2021) mencionan que el turismo puede generar impactos positivos o negativos en el lugar de destino, los mismos que se clasifican en económicos, ambientales y socioculturales:

Impactos económicos del turismo. Según Diaz-Armas (2018) surgen a partir de los costes y beneficios que se producen de la generación de riqueza y la distribución de la mano de obra que emplea población local o extranjera. Desde este punto, el aprovechamiento que unos obtienen se puede traducir en perjuicio para otros (ver tabla 1).

Tabla 1

Impactos económicos de la industria turística

Factores económicos asociados al turismo	Impactos Positivos	Impactos Negativos
Empleo	Creación de empleos directos, indirectos e inducidos en otros sectores	Desempleo estacional
Estabilidad de precios	Mayor control de los precios de los productos y servicios turísticos	Aumento del costo de vida de los residentes
Crecimiento económico	Aumento del Producto Interno Bruto	Competencia por recursos económicos entre turismo y otros sectores
	Aumentan los ingresos del Gobierno	Dependencia hacia el turismo
Distribución de la renta	Mejora en la distribución de la renta	Ingresos estacionales
Balanza de pagos	Generación de Divisas	Creación de fugas a través de la demanda de importaciones
Inversión	Establecimiento de infraestructuras	Implica costos de proporcionar la construcción y mantenimiento de infraestructuras
	Mejora de infraestructura, instalaciones y servicios	

Nota. Adaptado de “Los impactos económicos del turismo: El caso del turismo fronterizo,” de C. Salvador, 2017, Gran Tour, 16, p. 68 (<https://bit.ly/3wDjL5Z>)

Impactos ambientales del turismo. Son aquellos estragos que causa el ser humano sobre el medio ambiente, Azizov (2019) establece que el turismo implica varias actividades que pueden tener efectos ambientales adversos (ver tabla 2).

Tabla 2*Impactos ambientales de la industria turística*

Factores ambientales asociados al turismo	Impactos positivos	Impactos Negativos
Planificación y gestión de espacios naturales	Aumenta la apreciación pública del ecosistema	Rivalidad por el uso del suelo (especulación del valor de la tierra, especulación urbanística)
	Crea conciencia sobre problemas ambientales	
	Incorpora principios y prácticas del consumo sostenible	
Infraestructuras o instalaciones recreativas	Creación de instalaciones turísticas	Incrementa la presión sobre el recurso tierra, sobre todo los paisajes escénicos Degradación del entorno
Recursos naturales	Creación de áreas naturales protegidas	Consumo de recursos que pueden ser escasos (agua)
	Protección, conservación, restauración y manejo sostenible de los recursos naturales	Provoca contaminación como acumulación de desechos, congestión vehicular y ruido
Especies Vegetales	Campañas de concientización para la preservación de las especies nativas de la zona	Reducción de especies vegetales por recolección abusiva
		Interrumpe la flora y fauna (vida silvestre, vegetal y humedales)

Nota. Adaptado de “*Ecoturismo en áreas protegidas de Colombia: una revisión de impactos ambientales con énfasis en las normas de sostenibilidad ambiental,*” de D. Caviedes y A. Olaya, 2018. Revista Luna Azul, (46) p. 326. (<https://bit.ly/3LvRhjN>)

Impactos socioculturales del turismo. Balbuena (2017) señala que son el resultado o consecuencia del contacto entre la comunidad anfitriona y la comunidad huésped. De esta interrelación, surgen impactos positivos y negativos (ver tabla 3); los primeros, ocurren de la mano de un turismo bien organizado que favorece el contacto entre visitantes y locales generando un enriquecimiento cultural de los pueblos, revalorizando y conservando la cultura local, en tanto que el segundo genera una lesión en el patrimonio cultural tangible e intangible.

Tabla 3*Impactos socioculturales de la industria turística*

Factores socioculturales asociados al turismo	Impactos Positivos	Impactos Negativos
Calidad de vida	Mejora en la calidad de vida de los habitantes (combate la pobreza)	Tensión social debido a la creación de empleos con diferencias salariales
Identidad cultural	Revitalización de costumbres locales como el folklore, artesanía, gastronomía, entre otros	Desculturización del destino o desaparición de la cultura en la comunidad receptora
	Preservación de los valores culturales	Conflicto en la sociedad tradicional de los residentes y su valor

Patrimonio cultural	Preservación y rehabilitación de edificios, monumentos y lugares históricos	Estrés social (mayor demanda de recursos)
Aprendizaje cultural	Estímulo del interés de la comunidad local por la cultura propina, tradiciones y costumbres	Invita a la degradación moral (aumento de delincuencia, trata de personas y tráfico de drogas)

Nota. Adaptado de “Reseña del libro *Impactos socioculturales del turismo. Dimensiones conceptuales, teóricas y empíricas,*” de A. González, 2019, Dimensiones Turísticas, 3(4), p. 128, (<https://doi.org/10.47557/XMGI4009>)

Como se ha mencionado anteriormente, el turismo al ser multidimensional ocasiona efectos adversos en la economía, en el medio ambiente y en la cultura de una sociedad. En tal sentido, las percepciones toman un papel importante puesto que son el resultado de la interpretación de las situaciones realizadas por la mente de datos recibidos por los sentidos, lo que después se traduce en actitudes (Castellucci et al., 2016).

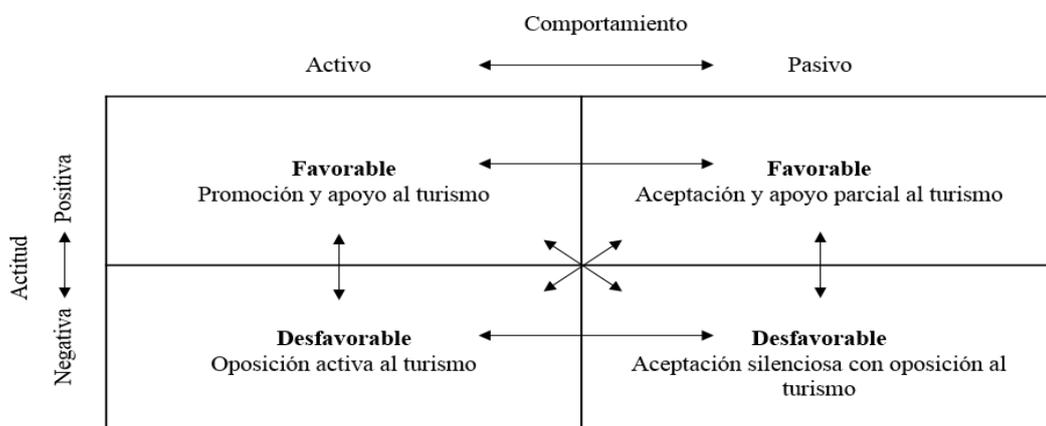
3.2.1.4. Modelos para analizar los impactos del turismo.

En consecuencia, entre los principales modelos que se usan para comprender cómo los residentes responden ante impactos que pueda generar el turismo, se encuentran los siguientes:

Matriz de actitudes y comportamiento hacia el turismo. El promotor de este modelo para entender las actitudes de los residentes hacia el turismo es Robert Butler (1974) basándose en una matriz dinámica que permite reconocer si las actitudes son activas o pasivas concerniente a su comportamiento, permitiendo determinar si se mantienen actitudes negativas o positivas resultantes de los componentes afectivos y cognitivos (Monterrubio y Osorio, 2017).

Figura 1

Matriz de actitudes y comportamiento hacia el turismo



Nota. Las flechas muestran la posibilidad de cambio. Tomado de “Actitudes locales ante el turismo residencial: Un análisis basado en la matriz de actitudes y comportamiento,” de C. Monterrubio y M. Osorio, 2017. El periplo sustentable, (33), p. 227. (<https://bit.ly/3Nnro7H>)

El modelo plantea que en una misma zona la población puede apoyar u oponerse, de manera activa o pasiva y se manifiesta de distintas formas.

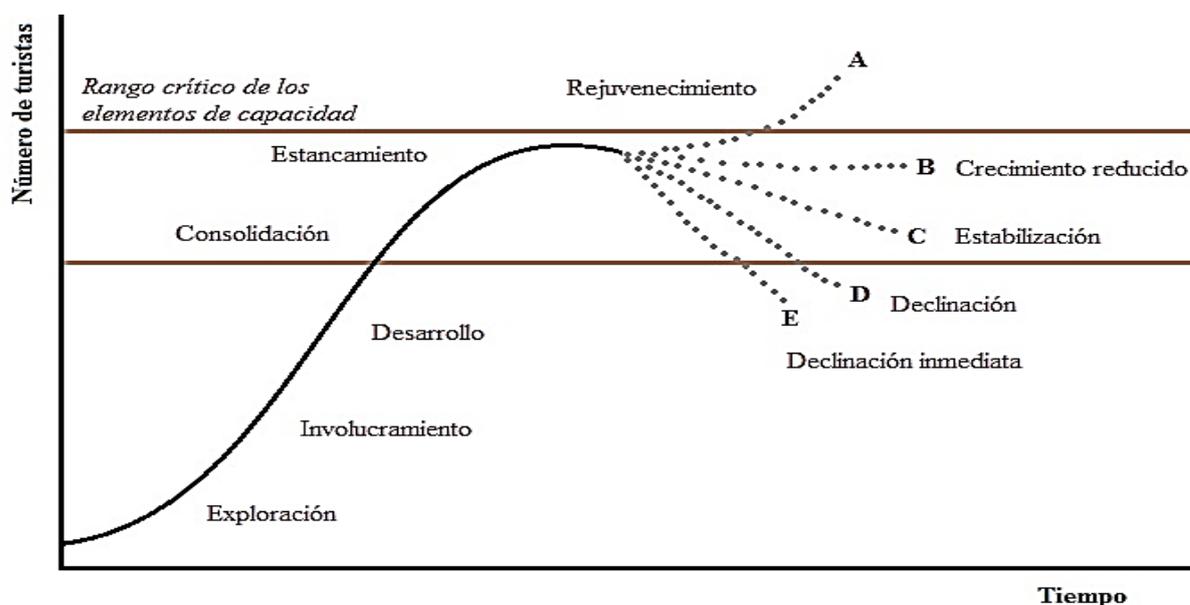
Índice de irritación. Propuesto por Doxey en 1976 según Ramírez (2020) la actividad turística induce un grado de irritabilidad en la comunidad receptora, donde se presentan cinco etapas, tal como se muestra a continuación:

- Euforia. Las personas están complacidas con el desarrollo turístico al obtener beneficios mutuos.
- Apatía. El entusiasmo de los residentes por recibir visitantes va disminuyendo.
- Irritación. El incremento de turistas molesta a la comunidad receptora debido a una saturación del espacio geográfico en temporadas altas, esto ejerce presión sobre los locales.
- Antagonismo. Los habitantes locales se vuelven hostiles con los visitantes y los culpan de los problemas que perciben en el lugar de destino.
- Adaptación. Los residentes son conscientes de lo que conlleva el turismo, por lo que aceptan y aprenden a vivir con esta actividad económica.

Ciclo de vida de un área turística. Fue propuesto por Butler en el año 1980, describe la evolución de una zona turística, tiene un valor teórico importante para estudiar las percepciones y actitudes de los residentes se puede representar mediante una curva logística en forma de S (ver figura 2) mostrando el arribo de turistas hasta la etapa de estancamiento, donde el límite superior representa la capacidad de carga social, física o económica del destino (Bamba, 2018).

Figura 2

Ciclo de vida de un área turística



Nota. Tomado de “An Application of Butler’s (1980) Tourist Area Life Cycle to Saly (Senegal),” de M. Bamba, 2018. International Journal for Innovation Education and Research, 6(1) p.48. (<https://doi.org/10.31686/ijer.vol6.iss1.919>)

La figura 2 muestra el ciclo de vida de un área turística en sus distintas fases según el volumen del número de llegada de turistas junto con el paso del tiempo; en la fase de exploración el destino es visitado por un reducido grupo de turistas, en el involucramiento el número crece y se regulariza debido a iniciativas locales, en la fase de desarrollo llega un gran número de visitantes donde el destino se encuentra definido, en la consolidación el número de visitantes incrementa, en la fase de estancamiento el número de turistas alcanza un máximo y finalmente en la fase del declive se produce una pérdida de turistas a favor de destinos mejor valorados (Bamba, 2018).

Estrategias culturales de enfrentamiento local. Según Dogan (1989) citado por Půtová (2018) existen diferentes tipos ideales de estrategias que son usadas, en atención a la afluencia de turistas en un destino y los impactos socioculturales ocasionados. Se presentan cinco estrategias como modelos ideales, las mismas que se detallan a continuación:

- Estrategia de resistencia. Se asume un mayor conflicto entre los residentes y los turistas, de modo que algunas comunidades toleran a los extranjeros, pero evitan realizar interacciones con ellos.
- Retratismo. Se manifiesta cuando la zona admite que el turismo es importante, sin embargo, se puede adoptar una oposición a la modernización, dado que, la tradición local puede verse afectada.
- Mantener límites. Están asociados con la estructura social local y su apoyo activo.
- Revitalizar la cultura. Las comunidades suelen usarlo para revitalizar tradiciones y costumbres, lo cual aumenta el interés por preservar edificios históricos.
- Adopción. Cuando la comunidad sustituye su cultura por nuevas actitudes y hábitos representados por turistas.

Escala de adopción- retirada. Ap y Crompton en 1993 introdujeron la adopción retirada, escala continua como una medida para determinar cómo los residentes responden al turismo, la adopción implica la aceptación entusiasta de la presencia de extranjeros y la promoción de conocimientos, culturas y experiencias de estos, y retirada cuando los residentes se retiran temporalmente de su residencia, no obstante, en cualquier momento puede existir una diversidad de reacciones al turismo en una localidad y es factible que la adopción y retirada se presentase simultáneamente (Brown, 2018).

3.2.2. Actitudes y comportamiento de los residentes

Para Myers y Twenge (2019) las actitudes son predisposiciones aprendidas a responder de una manera favorable o desfavorable respecto a un objeto específico percibido, que puede tener un aspecto emocional o afectivo ante una situación, idea, persona o grupo, entre otros. También, se define como un estado neural y mental de disposición para responder, basado por experiencias directas o dinámicas frente a la conducta respecto a todas las circunstancias con los que se relaciona (Briñol et al., 2019).

Castilho et al. (2018) mencionan que, la actitud es un factor que influye en la intención del comportamiento de los residentes, en vista de que, es un predictor que puede contemplar aspectos económicos, culturales y sociales. Sin embargo, las actitudes no son el

único elemento que incide en el comportamiento a favor o en contra de un determinado aspecto, puesto que, las normas y el control conductual percibido también son predictores del comportamiento.

3.2.2.1. Importancia de las actitudes de los residentes.

La actitud es una tendencia a responder de forma positiva o negativa hacia cierta idea, persona, objeto o posición, siendo la base de lo que las personas piensan, dicen y hacen. Las actitudes que las personas consideran para sí mismas tienen mayor impacto en el comportamiento y la cognición, así al ser un pensamiento interno refleja la postura de los individuos para enfrentar diversas situaciones, de aquí partirá un comportamiento favorable o desfavorable en el ambiente (Ferrer et al., 2020).

En cuanto al turismo, conforme menciona García et al. (2019) la interacción de los turistas o visitantes con los habitantes locales tiene gran importancia, dado que cuando las interacciones son positivas se puede garantizar el éxito y sustentabilidad de la industria turística en el destino. Es así como, la actitud de los residentes toma un papel fundamental en el disfrute y experiencia de los turistas al tener influencia en su satisfacción general. Además, pueden ofrecer información a los responsables de la planificación turística para fortalecer las ventajas y reducir los impactos negativos que perciban los residentes a causa del arribo de turistas.

Acorde a lo anteriormente citado, se debe buscar que tanto residentes como turistas tengan una relación duradera, dichas relaciones están presentes cuando se desea disfrutar de un producto turístico. Las actitudes de los residentes intervienen de forma directa en las actividades turísticas, sobre todo en la hospitalidad y en brindar un entorno agradable para los turistas, o también pueden afectar de manera negativa interacciones en espacios en los que se desenvuelven los turistas dando como resultado una experiencia desagradable de viaje, sin embargo, si las actitudes mejoran puede ser un elemento que diferencie el destino turístico de los demás (García et al., 2019, pp. 1283).

3.2.2.2. Tipos de actitudes.

Las actitudes según Ajzen (2005) implican evaluaciones relacionadas a un objeto en específico, generalmente las actitudes parten desde favorables a desfavorables, o de positivo a negativo, que podrían comprender atributos desde bueno o malo, agradable o desagradable.

Actitudes positivas. Predisposición resultante de factores deseados para las personas u organizaciones, en otros términos, los individuos prestarán atención solamente a lo bueno y no a lo malo de personas, objetos, eventos, situaciones, entre otros.

Actitudes negativas. Predisposición a causa de factores no deseados para las personas u organizaciones, en efecto, rechazan lo bueno y prestan más atención a lo malo de personas, objetos, eventos, situaciones, entre otros.

3.2.2.3. Clasificación de las actitudes

Se clasifican de varias maneras, según Bohner y Dickel (2017) partiendo de la correlación entre individuos y la sociedad nos podemos encontrar con:

Actitudes explícitas. Los individuos pueden descubrir su origen y justificación, es decir, son juicios evaluativos relativamente controlados y conscientes que son mensurables por medio de entrevistas o de instrumentos de auto informe con escalas tipo diferencial semántico o tipo Likert.

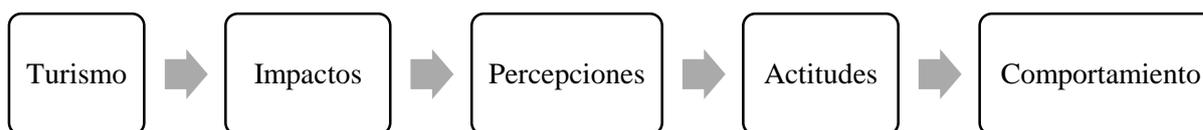
Actitudes implícitas. Son activados automáticamente por un estímulo u objeto que puede ser difícil de calcular, sin embargo, se puede medir a través de herramientas como la Prueba de Evaluación Automática y la Prueba de Asociación Implícita.

3.2.2.4. Actitudes que influyen en el comportamiento de los residentes

Según Ajzen y Fishbein (2005) se pueden resaltar dos tipos de actitudes que inciden en el comportamiento, el primero, indica actitudes generales hacia objetos físicos, grupos raciales, instituciones, políticas, acontecimientos u otros objetivos generales, y, el segundo tipo, son las actitudes hacia la realización de comportamientos específicos en atención a un objeto u objetivo. Igualmente, se distinguen categorías de comportamiento amplias o agregados de actos múltiples y comportamientos individuales. El comportamiento de los individuos se deriva de sus creencias, actitudes e intenciones (pp. 173-174).

Figura 3

Proceso cognitivo de formación de las percepciones, actitudes y comportamiento



Nota. Elaboración propia con base en “*Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El caso de Ibiza,*” de J. Cardona, 2012. Universitat de les Illes Balears, p. 78. (<https://bit.ly/3xc51Ll>)

El comportamiento de los residentes es fundamental, a causa de que es una pieza importante al momento de brindar productos turísticos y experiencia a los turistas, pues estos últimos requieren ser tratados amablemente y sentirse aceptados (Díaz et al., 2007). A este respecto, el comportamiento de la población local se basa en las recompensas que esperarían del turismo las mismas que pueden ser tangibles o intangibles, de esta forma la relación de los impactos que perciben puede variar conforme las recompensas obtenidas, es así como la población local podría apoyar al turismo ofreciendo cortesía, tolerancia y hospitalidad cuando los beneficios compensan a los costos; mientras que los residentes expresarán descontento y rechazo cuando no perciben reciprocidad por parte del sector turístico (Gutiérrez, 2009).

3.2.2.5. Modelos para medir las actitudes de los residentes

Siendo los destinos turísticos diferentes, la escala o medición de la actitud debe ser individual y ser ajustable dinámicamente para la planificación del turismo a largo plazo, para lo cual se han perfeccionado varios índices y escalas, entre las principales se encuentran:

Índice de Satisfacción de Desempeño Europea (EPSI). Creado en 1999 por Eklöf, se basa en la conjetura de que las organizaciones deben escuchar a los clientes para lograr un crecimiento económico sostenible prolongado, en turismo este índice sirve para evaluar el potencial de un destino turístico, la satisfacción turística, apoyo y compromiso de los residentes por apoyar el desarrollo del turismo (Crotts et al., 2014).

Escala de Actitud de Impacto Turístico (TIAS). Esta escala fue desarrollada por Lankford y Howard (1994) la misma que permite examinar las actitudes de los residentes hacia el turismo tomando como factores el apoyo hacia el desarrollo turístico y la contribución que hace el turismo a un destino, aplicando una escala de ítems múltiples con propiedades psicométricas (Aleshinloye et al., 2018).

Escala de Actitud de Turismo Sostenible (SUS-TAS). Fue propuesta por Choi y Sirakaya (2005) donde reflejaron las siguientes dimensiones; impactos ambientales que genera el turismo, planificación del turismo, gestión del turismo e impacto de la sociedad en el turismo, con el objeto de conocer la expresión y actitudes hacia el turismo sostenible (Juknevičienė et al., 2022).

Escala de Empoderamiento de los Residentes a través del Turismo (RETS). Según Kimps et al. (2021) es una escala desarrollada por Boley y McGehee (2014) que permite relacionar cuatro factores; beneficio económico personal, empoderamiento psicológico, social y político. Además, considera a las variables mediadoras del apoyo hacia el turismo, es decir, positivos o negativos que tiene como objetivo evaluar el empoderamiento de los residentes a partir de la actividad turística.

3.2.3. Teorías que relacionan las variables

Entre las teorías que relacionan las actitudes de los residentes con sus percepciones sobre los impactos del turismo se destacan las siguientes:

Tabla 4

Teorías que relacionan las actitudes de los residentes con los impactos del turismo

Teoría de la Solidaridad Emocional, propuesta en 1915 por el erudito Emilie Drukhein	Examina los vínculos que experimentan los residentes con los turistas que influyen en las actitudes de los residentes, esta teoría propone que los individuos forjan un sentimiento de solidaridad entre sí, como consecuencia de compartir experiencias, creencias y comportamientos similares al interactuar unos con otros, esto es interpretado como un individuo que siente estar identificado con otros percibiendo su cercanía emocional (Xiangping y Wan, 2016).
--	--

<p>Teoría del Intercambio Social, desarrollada por el sociólogo George Homans en 1958</p>	<p>Muldoon y Zoller (2018) mencionan que las personas toman decisiones midiendo consciente o inconscientemente los costes y las recompensas materiales o intangibles de una relación o acción, con la finalidad de maximizar su beneficio. Para explicar la conducta, utiliza la economía y la psicología para interpretar el comportamiento, al describir las interacciones conductuales entre individuos y cómo estas refuerzan el comportamiento del otro. Haciendo énfasis en el turismo, esta teoría analiza que el apoyo de los lugareños depende de las percepciones de los beneficios y costos que se derivan de esta actividad económica.</p>
<p>Teoría de la Máquina de Crecimiento, planteada por Harvey Molotch en 1976</p>	<p>Chilton y Jung (2018) indican que el valor de cambio prepondera sobre el valor de uso, en otros términos, cuando una zona comienza a remodelarse y al existir un mayor crecimiento se acentúa el uso del suelo y la renta de los capitalistas, esto ocasiona que los residentes se sientan preocupados por la calidad del lugar, o sea el valor de uso (p. 6). Agregando a lo anterior, de acuerdo con esta teoría “se espera que las actitudes de los habitantes sean diferentes hacia el crecimiento del desarrollo turístico entre varios miembros de una comunidad. Se puede esperar que las actitudes difieran de acuerdo con los beneficios económicos que se deriven del crecimiento” (Martín, 1999, p. 47).</p>
<p>Teoría del Apego a la Comunidad o a un Lugar, presentada por el geógrafo Tuan Yi en 1977</p>	<p>Existe una conexión emocional entre los hombres y su lugar de residencia, se forma partiendo de las interacciones entre los residentes y lugares específicos, entre los cuales se hallan los destinos turísticos. La interacción continua de los turistas con el destino da lugar a que se desarrolle una fuerte conexión emocional, y, el apego al lugar al ser dinámico puede cambiar según el tiempo y la información disponible. Es utilizado para explicar la relación emocional con un destino que afecta a las actitudes y comportamientos de los residentes (Ahmad et al., 2020).</p>
<p>Teoría de la Representación Social, expuesta por Moscovici en 1979</p>	<p>Comprende sistemas cognitivos con lógica y lenguaje propio, los cuales no son simples opiniones, imágenes o actitudes, sino teorías destinadas a encontrar la realidad y la ordenación de ideas, valores y comportamientos con la finalidad de implantar un orden que posibilite a los individuos orientarse, dominar su medio social y material, y, asegurar la comunicación de grupo. Es entonces que, esta teoría es utilizada para comprender el porqué de las percepciones y variaciones actitudinales de las personas hacia el turismo, lo cual es explicado por procesos de influencias sociales, económicas, culturales y medioambientales significativas en función del intercambio de comunicaciones del grupo social (Ovalles y Urbina, 2018).</p>
<p>Teoría de la Racionalidad y el Empoderamiento, enunciada por Weber en el año 1987</p>	<p>Esta teoría incluye factores económicos y no económicos para justificar el por qué los residentes adquieren actitudes frente al turismo, plantea que las decisiones se toman entre motivaciones extrínsecas e intrínsecas, el primero es considerado cuando se deben tomar decisiones sobre situaciones económicas racionales, y el segundo cuando se toman decisiones sobre creencias, normas o valores más profundos (Dogru et al., 2020). Según Boley et al. (2020) la teoría se utiliza para predecir los impactos positivos o negativos que generaría el turismo y el apoyo de los residentes cuando se benefician de este.</p>

Nota. Elaboración propia

La teoría que explica de mejor manera las interacciones conductuales entre individuos y cómo estas refuerzan el comportamiento del otro es la Teoría del Intercambio Social (TIS) propuesta por George Homans en 1958, que conforme mencionan Muldoon y Zoller (2018) las personas toman decisiones midiendo consciente o inconscientemente los costes y las recompensas materiales o intangibles de una relación o acción, con la finalidad de maximizar su beneficio.

La TIS es una teoría económica, comúnmente utilizada para estudiar la psicología social de grupos, se presta para la comprensión del intercambio de recursos entre individuos

en una situación de interacción, se basa en que el comportamiento es un intercambio de actividad particularmente de recompensas y costos (Nunkoo, 2016).

Por tal, esta teoría especifica el intercambio de recursos que los residentes pueden dar y recibir, su punto de partida viene de la necesidad de ser recíprocos en relación a los beneficios que se obtienen, con el fin de seguir recibéndolos, es por ello que los residentes continúan mejorando el intercambio con los turistas mostrando un interés por apoyar al turismo, de lo contrario si el intercambio es problemático se opondrán al desarrollo del turismo mostrando un comportamiento de rechazo (Chang, 2021).

De acuerdo con la TIS, los residentes de un destino turístico evalúan el turismo en función de los beneficios o costos obtenidos a cambio de productos o servicios que aportan, es así como los lugareños estarán dispuestos a entrar en un intercambio con los visitantes siempre y cuando obtengan algunos beneficios sin atraer costos inaceptables.

CAPÍTULO III

4. METODOLOGÍA

4.1. Método

Se utilizó el método inductivo para determinar las percepciones de los residentes del Cantón Riobamba mediante la implementación de una encuesta, la misma que se aprovechó para obtener conclusiones generales a partir de premisas particulares. Además, se empleó el método sintético para integrar los impactos del turismo en su totalidad.

4.2. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es descriptivo, puesto que es un proceso investigativo utilizado para reseñar características de un objeto de estudio. También, es una investigación de campo, se recolectó información primaria mediante encuestas que se realizaron a los habitantes tanto de la zona urbana como rural del Cantón Riobamba para conocer las actitudes que mantienen los residentes respecto a los impactos que genera el turismo. Así mismo, es una investigación bibliográfica dado que se obtuvo información de libros, artículos, revistas, páginas web, entre otros.

4.3. Diseño de investigación

El diseño de investigación empleado es de tipo transversal y no experimental a causa de que los datos fueron recolectados en un tiempo determinado, y no se alteraron las variables del objeto de estudio en ningún momento.

4.4. Técnicas de recolección de datos

Se utilizaron datos de fuentes primarias mediante la aplicación de una encuesta que se efectuó por medio de un formulario de Microsoft Forms dirigido a la zona urbana y rural de los habitantes de Riobamba. Los datos de fuentes secundarias se obtuvieron de páginas oficiales de: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, Plan Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Riobamba, Ministerio de Turismo, entre otras.

El cuestionario está conformado por 38 preguntas (Ver Anexo B) y consta de cinco dimensiones: impactos del turismo (ítems 01-19), actitudes (ítems 20-21), comportamiento (ítems 22-27), dependencia (ítems 28-32) y demografía (ítems 33-38). Las preguntas del cuestionario fueron obtenidas de diversos estudios relacionados al tema de investigación, para validar el instrumento se realizó una prueba piloto a 25 personas del cantón Riobamba, y, al estimar el coeficiente alfa de Cronbach se obtuvo un resultado de 0,842 el mismo que implica que el cuestionario es confiable.

Tabla 5*Coefficiente de alfa de Cronbach del instrumento*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,842	38

Nota. La tabla 5 muestra el coeficiente de alfa de Cronbach del cuestionario a implementar para la investigación. Tomado de SPSS v. 25

4.5. Población de estudio y tamaño de muestra

Se consideró a 100.585 habitantes que pertenecen a la Población Económicamente Activa (PEA) de los cuales el 66% es de la zona urbana y el 34% restante conforman la zona rural según los datos del último censo realizado por el INEC en el año 2010. El muestreo es probabilístico examinado por conglomerados, puesto que se agrupa en la zona rural y urbana (Carpio y Hernández, 2019).

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para población finita que según Aguilar (2005) permite conocer el total de individuos de observación que la integran, donde el tamaño de la población (N) es de 100.585 personas, el nivel de confianza (z) es de 1,96, el nivel de precisión (e) es de 5%, la proporción aproximada (p) del 5% y la proporción de la población de referencia (q) es del 95%, es así como se tiene el siguiente cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * Npq}{e^2(N - 1) + Z^2pq} \quad (1)$$

$$n = \frac{1,96^2 * 100.585 * (0,05)(0,95)}{0,05^2(100.585 - 1) + 1,96^2(0,05)(0,95)} \quad (2)$$

El tamaño de la muestra es de 383 personas del cantón Riobamba, que se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 6*Muestreo por conglomerados*

Zona	Habitantes	Porcentaje	Muestra
Urbana	66.386	66%	253
Rural	34.199	34%	130
Total	100.585	100%	383

Nota. La tabla 6 presenta el muestreo por conglomerados que se aplicará para la recolección de datos. Elaborado por los autores a partir de datos obtenidos del INEC (2010).

4.6. Análisis y procesamiento de la información

El programa computacional Excel se empleó para manejar los datos que se adquirieron de las encuestas a fin de crear una base de datos de los indicadores, los mismos que fueron codificados. Del mismo modo, se empleó del paquete estadístico IBM SPSS Statics versión 25 para efectuar análisis estadísticos como; representaciones gráficas, regresión lineal múltiple, estadísticos descriptivos y bivariados. Finalmente, para la redacción de resultados se utilizó Microsoft Word.

4.6.1. Modelo econométrico

Para determinar la actitud de los residentes, nos basamos en la metodología propuesta por Chan et al., (2018) donde el primer paso consiste en realizar una agrupación visual de los datos en el software SPSS para conseguir una sola dimensión de cada variable, considerando el valor total de la media como variable agrupada.

Se contempló como variable dependiente a las Actitudes (ítems 20-21) y como variables independientes a los impactos del turismo en sus tres dimensiones: Económicos (ítems 01-06), Ambientales (ítems 07-12) y Socioculturales (ítems 13-19), los mismos que se examinaron mediante una regresión lineal múltiple para comprobar las siguientes hipótesis:

- H1: Hay una relación positiva entre el impacto económico del turismo percibido por los residentes y su actitud general hacia el turismo.
- H2: Hay una relación positiva entre el impacto sociocultural del turismo percibido por los residentes y su actitud general hacia el turismo.
- H3: Hay una relación positiva entre el impacto ambiental del turismo percibido por los residentes y su actitud general hacia el turismo.

Es importante mencionar que, la aplicación del análisis factorial (análisis de componentes principales) se realizó para minimizar al máximo el número de indicadores de los impactos del turismo (económicos, ambientales y socioculturales), ya que al ser una técnica multivariante permitió explorar la dimensionalidad de las medidas y generar evidencias de validez, es decir, confiabilidad interna de cada componente (Ledesma et al., 2019). Los ítems que ingresaron en el análisis se incluyeron en el modelo de regresión junto con la variable dependiente y las variables de control (ítems 28, 29, 30, 33, 34 y 36).

Siguiendo los pasos propuestos por Wooldridge (2009) para realizar un análisis económico empírico se tiene como primer punto la formulación económica del modelo:

$$\text{Actitudes} = f(\text{Impactos económicos percibidos}, \text{Impactos ambientales percibidos}, \text{Impactos socioculturales percibidos}) \quad (3)$$

Seguidamente, se tiene la formulación matemática del modelo la misma que se representa como:

$$Y = f (X_1, X_2, X_3) \quad (4)$$

Donde,

Y = Actitudes de los residentes

X_1 = Percepción de los impactos económicos

X_2 = Percepción de los impactos ambientales

X_3 = Percepción de los impactos socioculturales

Con base en lo anteriormente mencionado, se revela la siguiente formulación econométrica del modelo, donde se hace uso del método de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) empleando la regresión lineal múltiple, la misma que se concreta del siguiente modo:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + u_i \quad (5)$$

$$\text{Actitud} = \beta_0 + \beta_1(\text{IE}) + \beta_2(\text{IA}) + \beta_3(\text{IS}) + u_i \quad (6)$$

Donde,

Actitud = Actitud de los residentes (Y_i)

β_0 = Constante

IE = Percepción de impactos económicos del turismo (B_1)

IA = Percepción de impactos ambientales del turismo (B_2)

IS = Percepción de impactos socioculturales del turismo (B_3)

u_i = Factores no precisados

La selección de las variables se precisó tanto por la teoría como por consideraciones de los datos. Por consiguiente, el término u_i abarca aquellos factores no precisados, como la relación laboral que tienen los encuestados con el turismo, si en los últimos años han trabajado en la industria turística, familiares empleados en el sector turístico, edad, género y tiempo de residencia. En vista de que, se ha especificado el modelo econométrico se plantea las pruebas de hipótesis que se detallan posteriormente:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0 \quad (7)$$

H_1 : Al menos un estimador es distinto de cero

4.6.2. Coeficiente de correlación de Pearson

Por otra parte, se realizó un análisis de correlación de Pearson (r) para verificar la asociación lineal entre Actitud (ítems 20-21) y Apoyo (ítem 22) a fin de confirmar si efectivamente la actitud influye en el apoyo de los residentes al turismo y en qué medida, es decir, su comportamiento:

- H_4 : Cuanto más positiva sea la actitud de los residentes hacia el turismo, la probabilidad de que los residentes apoyen al turismo será mayor.

Para Arenas et al. (2018) el coeficiente de correlación de Pearson es una técnica bivariada que permite medir la fuerza con que se vinculan dos variables. Cuando el valor del

coeficiente se encuentra entre 0.0 y 0.10 significa que la correlación es nula, cuando se encuentra entre 0.1 y 0.3 la correlación es débil, entre 0.3 y 0.5 la correlación se considera moderada, y, si se encuentra entre los valores 0.5 y 1 la correlación se considera fuerte. A continuación, se muestra su fórmula.

$$r_{xy} = \frac{\sum(X - \bar{X}) \sum(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum(X - \bar{X})^2 \sum(Y - \bar{Y})^2}} = \frac{S_{XY}}{\sqrt{S_{XX}S_{YY}}} \quad (8)$$

Donde, las barras muestran las medias muestrales de X y Y, así mismo, S_{XX} , S_{YY} y S_{XY} corresponden a las sumas de cuadrados corregidas para X, Y y el producto cruzado XY.

CAPÍTULO IV

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resultados

5.1.1. Riobamba y el sector turístico

Riobamba posee una extensión de 5.637 km², su temperatura promedio es de 13°C y su altitud es de 2.754 msnm, es una ciudad icónica por su arquitectura colonial, calles empedradas, plazas impresionantes y primicias que llama la atención de propios y extraños. Se conforma por cinco parroquias urbanas (Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes) y once rurales (San Juan, Licto, Calpi, Quimiag, Flores, Punín, Cubijés, San Luis, Pungalá, Licán y Cacha) donde cada una cuenta con distintos atractivos turísticos, culturales y naturales.

La capital de la provincia de Chimborazo se localiza en la zona céntrica del país, en el año 1799 fue edificada tras el devastador terremoto de 1797 que destruyó la ciudad colonial en lo que hoy conocemos como Santiago de Colta, su construcción fue totalmente planificada por lo que se le conoce como la Ciudad Bonita, además de su otro pseudónimo mucho más galardonado como la Ciudad de las Primicias dado a hechos fundamentales que ha protagonizado como; primera ciudadela, primer estadio olímpico, primera radiodifusora, primera Constitución, primera iglesia del Ecuador, entre otros acontecimientos importantes (Municipio de Riobamba, 2019a).

Tabla 7

Lugares Turísticos de las parroquias urbanas del Cantón Riobamba

Parroquia	Lugares turísticos
Maldonado	Cuna de historia, concentra edificaciones patrimoniales como las Iglesias la Basílica, la Catedral, La Concepción, San Alfonso, San Francisco, La Merced, Museo de la Concepción, Casa Museo, Museo de Piedra de la Catedral, el icónico Teatro León, Palacio Municipal, Parque Pedro Vicente Maldonado, Parque Antonio José de Sucre y Centro histórico de Riobamba.
Veloz	Caracterizada por su movimiento comercial en los mercados Mayorista y la Merced, donde se puede desarrollar un turismo gastronómico de platos típicos de la sierra como el llapingacho, jugos de sal, morocho, el apetecido hornado de la salida a San Luis.
Lizarzaburu	Comprende establecimientos de hospedaje y alimentación alrededor del terminal terrestre, se hallan mercados como Santa Rosa y la Condamine, también el parque Guayaquil, el primer Estadio Olímpico, el centro agrícola Macají.
Velasco	El primer barrio Bellavista, centros comerciales y servicios de alimentación.
Yaruquíes	Patrimonios culturales muebles e inmuebles como la Iglesia San Juan Bautista y la Dinastía Shyti Puruhá Inca.

Nota. Elaboración propia en base a la información obtenida de (GoRaymi.com, 2020)

Así como en las parroquias urbanas existen destinos turísticos emblemáticos, en las parroquias rurales también existen lugares donde se dan oportunidades de compartir y convivir la tradición, cultura y formas de vida de sus habitantes, tal como se muestra a continuación.

Tabla 8

Lugares turísticos de las parroquias rurales del cantón Riobamba

Parroquia	Lugares turísticos
San Juan	Importantes atractivos turísticos naturales como el volcán Chimborazo, cañón la Chorrera, Bosque Polylepis donde se puede realizar deportes extremos como tracking, ciclismo, cabalgata y escalada.
Licto	Sitios de interés turístico como la Iglesia padre eterno de Gueseche, cerro Tulabug, vía a esta parroquia se realiza parapente en la ruta San Antonio de Guañag en Tunshi y los sabrosos bizcochos propios de esta parroquia.
Calpi	Posee atractivos como mirador Telampala, Basílica de Calpi, museo de la montaña, museo cultura de la llama, cerro Yanahurco, hacienda Simón Bolívar, piedra endiablada, centros de turismo comunitario Quilla Pacari y la Moya.
Quimiag	Cuenta con el mayor atractivo turístico el volcán el Altar donde se puede realizar la ruta de senderismo puertas al Altar, las lagunas; verde, mandur, azul, pintada y estrellada.
Flores	Iglesia de Santo Cristo y la Laguna Pichirón, Cerro Puchi. Sus principales tradiciones son las celebraciones Urkutukushka y warnmitukushka con tonadas de bocinas, flautas y rondadores.
Punín	Atractivos turísticos como las huellas de mastodonte, Museo de Punín, Iglesia del Señor de la Agonía que cada año acoge miles de feligreses y la Feria Tzalarón.
Cubijés	Parque de Santa Cecilia, Iglesia San Jerónimo son los atractivos turísticos además de la música y la pirotecnia que forma parte de la cultura de este pueblo andino.
San Luis	Atractivos culturales: complejo las carmelitas, iglesia la Inmaculada, cerro doña loma. en esta parroquia se realiza agroturismo puesto que posee una tierra muy rica en minerales y fértil
Pungalá	Atractivos naturales como la laguna Cacadrón, laguna negra, el placer y su principal atractivo religioso el Santuario de la virgen de la peña edificado alrededor de una gran roca.
Licán	En esta parroquia se encuentra la segunda iglesia más antigua del país y el complejo las Carmelitas de Cunduana. En esta parroquia se lleva una de las fiestas de los Reyes Magos más grandes que atrae a turistas.
Cacha	Lugares turísticos como el centro Pucará Tambo y el cerro sagrado de Alahuan donde se celebran fiestas tradicionales como el Inti Raymi. Desde esta parroquia se puede obtener hermosas vistas de la sultana de los Andes.

Nota. Elaboración propia en base a la información emitida por (Municipio de Riobamba, 2019b)

Según el MINTUR (2021) el cantón Riobamba oferta diferentes establecimientos turísticos para realizar distintas actividades al llegar a la ciudad de las primicias, en donde se puede practicar numerosos tipos de turismo o solo desean visitar la ciudad y sus edificaciones, a continuación, se presenta el número de establecimientos que tiene el cantón.

Tabla 9*Número de establecimientos por actividad y clasificación del cantón Riobamba, año 2021*

Actividad	Clasificación	Número de establecimientos
Alimentos y Bebidas	Bar	31
	Cafetería	41
	Discoteca	22
	Restaurante	183
Total, de Alimentos y Bebidas		277
Alojamiento	Casa de huéspedes	2
	Hostal	26
	Hostería	4
	Hotel	25
	Refugio	1
Total, de alojamiento		58
Centro de turismo comunitario	Centro de turismo comunitario	3
Total, de Centro de turismo comunitario		3
Intermediación	Sala de recepción	19
	Total, de intermediación	
Operación e intermediación turística	Agencia de viaje dual	9
	Agencia de viaje internacional	17
	Operador turístico	17
Total, Operación e intermediación turística		43
Parques de atracciones estables	Termas y balnearios	1
Total, de Parques de atracciones estables		1
Transporte turístico	Transporte terrestre	6
	Total, de transporte turístico	
Total		407

Nota. Elaboración propia a partir de datos obtenidos (MINTUR, 2021).

Riobamba cuenta con un total de 407 establecimientos registrados en 2021, representando aquellos establecimientos que se dedican a la actividad de alimentos y bebidas con un número de 277 como los más importantes para el cantón que representa el 68%, seguido por aquellos establecimientos que ofertan alojamiento como hostales, hoteles y refugios que suman 62 para satisfacer la demanda de turismo esto simboliza el 15%. Un total de 43 operadoras y agencias de turismo, las cuales brindan información y venden servicios turísticos figuran el 11%, a este número le sigue 19 salas de recepción que equivalen al 5%, 6 establecimientos de transporte turístico que representa el 1% y por último un establecimiento de termas y balnearios, lo que significa que el cantón cuenta con varios establecimientos para los turistas que arriban a realizar esta actividad.

Una de las promesas de la industria del turismo son las oportunidades laborales que ofrece, en Riobamba estos establecimientos demandan mano de obra. Según datos del MINTUR (2021), el sector turismo en el cantón Riobamba acoge a 1.640 personas empleadas, siendo la alimentación y bebidas el que demanda un mayor número de empleados representando el 69,6%, siendo 50,8% hombres y 42,2% mujeres, a este número le sigue la actividad de alojamiento con alrededor del 53% hombres empleados y 47% mujeres.

Además, la actividad de intermediación y operación turística en sus establecimientos demanda a 115 empleados, 41,7% hombres y 58,3% mujeres, la intermediación conformada por 73 empleados, el transporte turístico con 21 empleados, los centros de turismo comunitario con 15 trabajadores y los parques de atracciones estables con 4 empleados.

Tabla 10

Número de personas empleadas por actividad según el género del cantón Riobamba, año 2021

Actividad	Número de personas empleadas		
	Hombres	Mujeres	Total
Alimento y bebidas	580	562	1142
Alojamiento	143	127	270
Centro de turismo comunitario	5	10	15
Intermediación	45	28	73
Operación e intermediación turística	48	67	115
Parques de atracciones estables	2	2	4
Transporte turístico	14	7	21
Total, de personas empleadas			1.640

Nota. Elaboración propia a partir de datos obtenidos (MINTUR, 2021).

Para cubrir satisfactoriamente la demanda turística, Riobamba en el pasado 2021 ofreció servicio de alojamiento con 1.326 habitaciones en las que se encontraron un total de 2.465 camas y 3.345 plazas.

Tabla 11

Número de habitaciones, camas y plazas según su clasificación del cantón Riobamba, año 2021

Actividad	Clasificación	Número de habitaciones	Número de camas	Número de plazas
Alojamiento	Casa de huéspedes	9	14	13
	Hostal	533	930	1.266
	Hostería	113	329	327
	Hotel	667	1.184	1.731
	Refugio	4	8	8
Total		1.326	2.465	3.345
Centro de turismo comunitario	Centro de turismo comunitario	15	32	40
Total, centro de turismo comunitario		15	32	40
Total		1.341	2.497	3.385

Nota. Elaboración propia a partir de datos obtenidos (MINTUR, 2021).

En la tabla 11, se muestra la cantidad de habitaciones, camas y plazas de los distintos centros turísticos donde los hoteles del cantón ofrecen un total de 667 habitaciones representando el 50,3% del general de habitaciones, 1.184 camas equivalente al 48% del absoluto de camas y 1.731 plazas que muestran el 51,7% del total de plazas, seguido por los

hostales que ofrecen 533 habitaciones que es el 40,2% del global de habitaciones, 930 que representa el 37,7% del completo de camas y 1.266 plazas equivalente al 37,8% de plazas.

En las hosterías existe un total de 113 habitaciones que rodean el 8,5% de la totalidad de habitaciones, 329 camas que figuran el 13,3% del total de camas y 327 plazas que representa el 9,8% del total de plazas, seguidamente se tiene las casas huéspedes con 9 habitaciones, 14 camas y 13 plazas, los centros de turismo contienen 15 habitaciones, 32 camas y 40 plazas, en los refugios se ofrece un menor número de habitaciones siendo solamente 4 en las que se posee 8 camas y 8 plazas.

En la ciudad se encuentran establecimientos que brindan servicios de alimentación y bebidas, centros donde se practica turismo comunitario, intermediación y parques de atracciones estables, según el Ministerio de Turismo (2021) existen establecimientos registrados de alimentos y bebidas con una disponibilidad de 3.421 mesas y 13.679 plazas de mesas para brindar comodidad a los clientes.

Tabla 12

Número de mesas y de plazas de mesas por actividad del cantón Riobamba, año 2021

Actividad	Clasificación	Número de mesas	Número de plazas de mesas
Alimentos y bebidas	Bar	454	1.816
	Cafetería	332	1.328
	Discoteca	407	1.628
	Restaurante	2.228	8.907
Total, de Alimentos y bebidas		3.421	13.679
Centro de turismo comunitario	Centro de turismo comunitario	44	176
	Total, de Centros de turismo comunitario		44
Intermediación	Sala de recepciones y banquetes	426	1.704
	Total, de Intermediación		426
Parques de atracciones estables	Termas y balnearios	25	100
Total, de Parques de atracciones estables		25	100
Total		3.916	15.659

Nota. Elaboración propia a partir de datos obtenidos (MINTUR, 2021).

En la tabla 12, se muestra que los establecimientos con un mayor número de registro y mesas son los restaurantes representando el 65,1% del total de mesas y 8. de plazas de mesas, en segundo lugar, se encuentran los bares con 454 mesas que simbolizan 11,5% del total de mesas y 1.816 plazas de mesas, las discotecas del cantón es otro tipo de establecimientos con un alto número de mesas en total 407 mesas que representa el 10,4% del total de mesas y 1.628 plazas de mesas, igualmente, se tiene a los establecimientos de cafeterías las cuales ofertan 332 mesas que es el 8,5% del total de mesas y 1.328 plazas de mesas.

Por otro lado, los centros de turismo comunitario ofrecen 44 mesas que representan el 1,1% del total de mesas y 176 plazas de mesas, los establecimientos de intermediación turística mantienen 426 mesas que figura el 10,9% con 1.704 plazas de mesas, por último, se tiene a los establecimientos de termas y balnearios con 25 mesas que representa una mínima parte siendo del 0,63% y 100 plazas de mesas.

Referente al tiempo de estadía de los viajeros o turistas, se describe en la tabla 13 el número de días, que permanecen en el Cantón en un rango de; un día, dos a tres días, cuatro a cinco días y seis a más días, en un periodo de tiempo del 2016 a 2019, con el fin de determinar el tiempo promedio que los viajeros deciden quedarse.

Tabla 13

Tiempo de estadía por número de turistas del cantón Riobamba, periodo 2016 – 2019

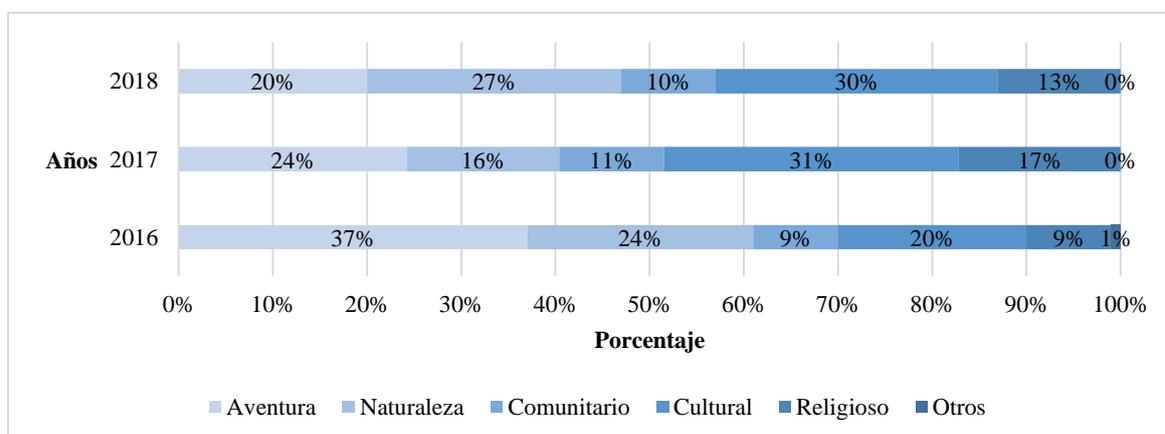
Tiempo de estadía	2016	2017	2018	2019
Un día	83.320	24.451	38.548	66.908
Dos a tres días	6.466	42.157	36.755	7.493
Cuatro a cinco días	1.847	5.059	5.379	530
Seis días a más	739	12.647	8.965	757
Total	92.372	84.313	89.647	75.688

Nota. Tomado de Municipio de Riobamba citado por Borja et al. (2021)

En el año 2016 el 90,20% de turistas decidieron quedarse solamente un día en el cantón, el 6,99% dispuso quedarse de dos a tres días, el 1,99% decidió quedarse de cuatro a cinco días y el 0,8% del total decidió quedarse más de seis días. En el año 2017 el porcentaje mayor de turistas se centró en el rango de dos a tres días representando el 50% para ese año, demostrando que los turistas deciden quedarse más de un día. Para los siguientes años, 2018 y 2019 el mayor porcentaje de tiempo de estadía de los turistas se ubicó en un día representado el 42,99% y 88,44% respectivamente, siendo notable un decrecimiento en el tiempo de estadía de los viajeros que llegan al cantón.

Figura 4

Tipo de turismo del cantón Riobamba, periodo 2016 – 2018

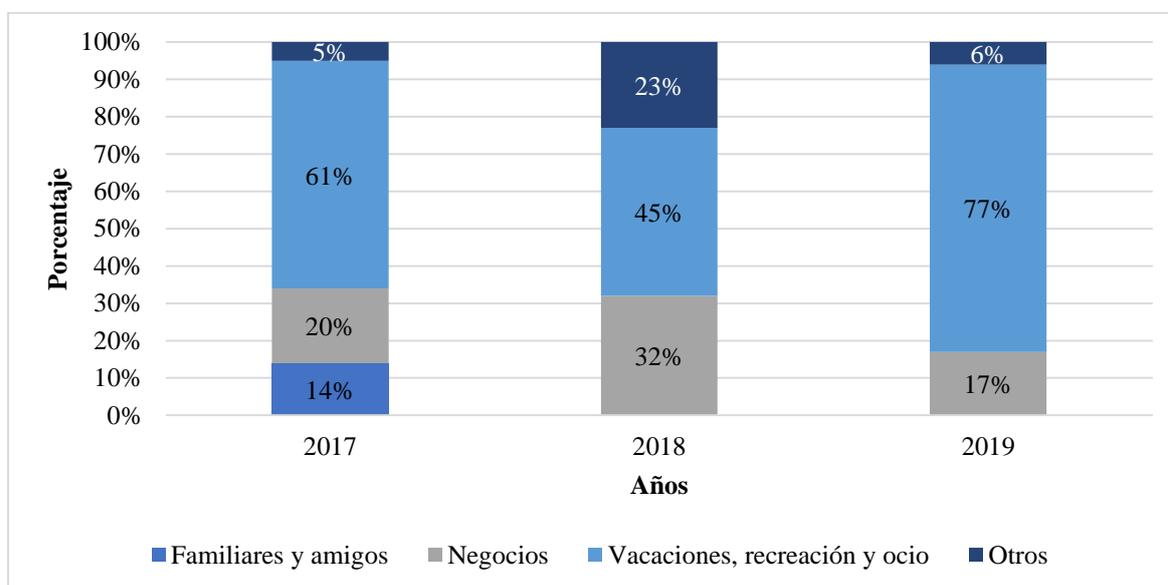


Nota. Tomado de Municipio de Riobamba citado por Borja et al. (2021)

En lo concerniente al análisis del motivo por el cual los turistas visitan el cantón Riobamba se presentan por; motivos familiares y amigos, negocios, vacaciones, recreación y ocio, entre otros. En la figura 5 se aprecia el motivo de visita de los turistas, donde se evidencia que en todos los años de análisis el mayor porcentaje se centra por motivo de vacaciones figurando un 61% para el año 2017, un 45% en el año 2018 y un 77% en el año 2019. En el 2017 el 20% de turistas visitaron Riobamba por negocios, el 14% fue por visitas a familiares y amigos y el 5% por otros motivos, para el año 2018 el 32% de visitas fueron por negocios. En el año 2019 después de visitas por vacaciones se encontró un 17% por negocios y finalmente un 6% por otros motivos.

Figura 5

Motivo de visita (porcentaje) del cantón Riobamba, periodo 2017 – 2019



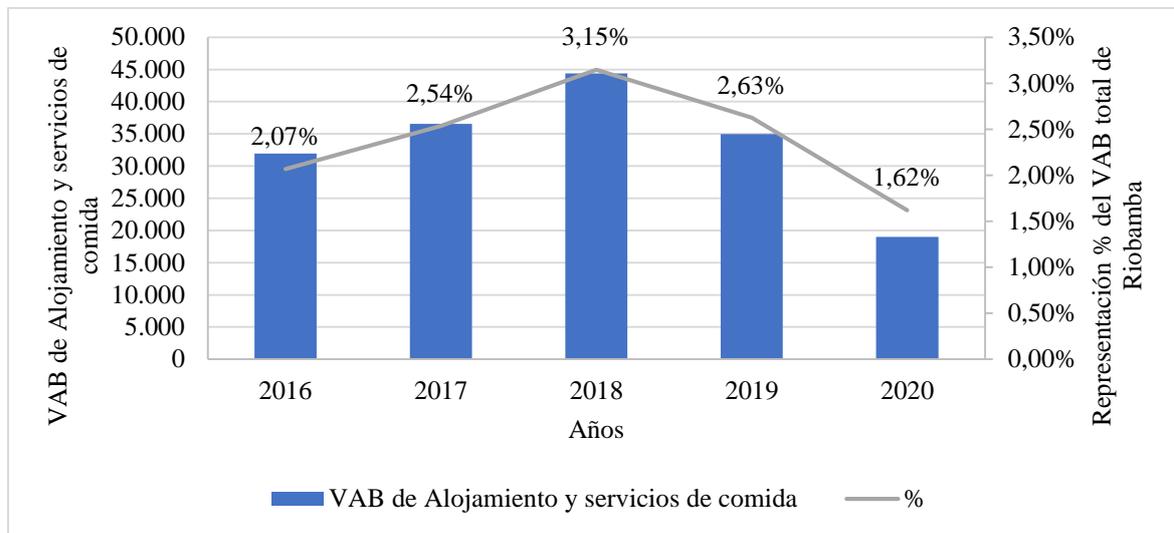
Nota. Tomado de Municipio de Riobamba citado por Borja et al. (2021)

A continuación, en la figura 6 se muestra el Valor Agregado Bruto que generan los establecimientos turísticos antes mencionados, correspondiente al VAB del sector de Alojamiento y servicios de comida del cantón Riobamba periodo 2016-2020, se muestra en el año 2016 hasta el año 2018 una mayor tasa de crecimiento, debido a las distintas iniciativas que el GADM Riobamba propuso como los sellos de calidad turística que impulsa altos estándares turísticos en los distintos establecimientos del cantón (Municipio de Riobamba, 2016).

En consecuencia, para los siguientes años 2019 y 2020, el VAB empezó a decrecer esto debido a una crisis social generada por la inestabilidad política que sufrió el país en el 2019 donde los turistas prefirieron no viajar por el cierre de vías y la inseguridad, la industria representó el 2.63% del total del VAB Cantonal. A su vez, la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia (Covid-19) tuvo un mayor impacto en el sector de Alojamiento y servicios de alimentación debido al confinamiento de las personas, llegando a representar el 1.62% del VAB de Riobamba (Lucero, 2020).

Figura 6

VAB del sector de alojamiento y servicios de comida del cantón Riobamba, periodo 2016-2020

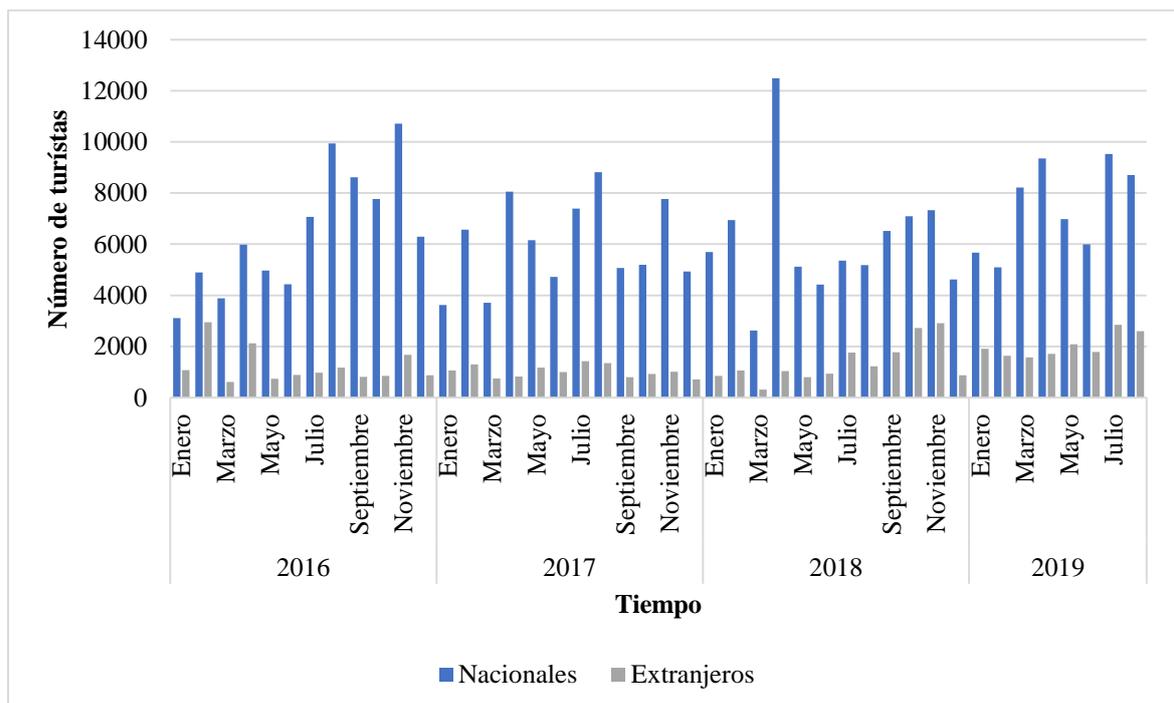


Nota. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de (Banco Central del Ecuador, 2021)

Riobamba representa ser un atractivo por sus reservas naturales y los sitios turísticos urbanos y rurales, por lo cual ingresan turistas nacionales y extranjeros todo el tiempo, en la figura 7, se observa que el mayor número de arribos se da por parte de los turistas nacionales, no obstante, en los dos casos se da un crecimiento en el periodo analizado, las visitas de turistas nacionales en enero del año 2016 fueron de 3.106 y 5.666 en el año 2019, mientras que los visitantes extranjeros pasaron de 1.072 en enero del 2016 hasta 1.915 en el año 2019.

Figura 7

Arribo de turistas nacionales y extranjeros del cantón Riobamba, periodo 2016-2019



Nota. Elaboración propia con base en información de (Municipio de Riobamba, 2019c)

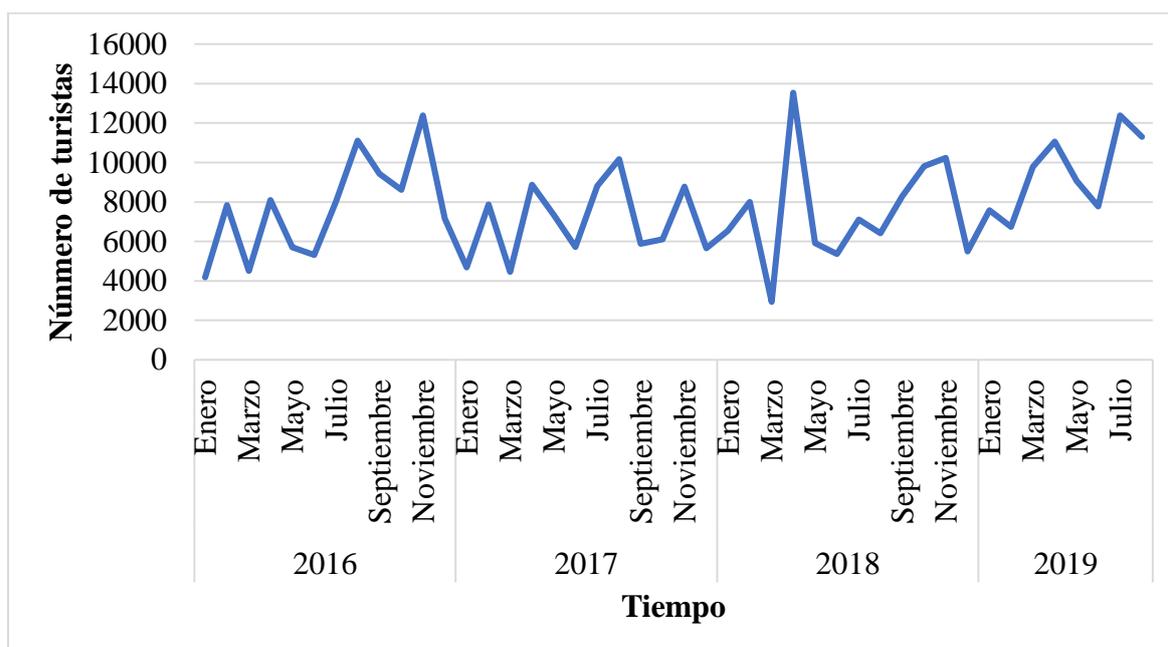
En los meses de noviembre y abril de los distintos años se muestra una mayor afluencia de turistas en el cantón, en noviembre de 2016 Riobamba recibió a un total de 10.717 turistas, número seguido por 8.059 turistas del mes de abril en el año 2017 el cual paso al siguiente año a ser de 12.492 turistas nacionales finalizando en el 2019 con el arribo de 9.348 turistas, estos meses son caracterizados por las fiestas patronales del cantón en el cual se desarrollan nuevos productos y estrategias comerciales para llamar la atención de propios y extraños a que visiten Riobamba.

Por su parte, se denota que en los meses de abril, julio y noviembre se presenta una mayor afluencia de visitantes nacionales, mientras que febrero, noviembre y agosto son los meses en los que se muestra mayor densidad de turistas extranjeros.

En otro orden de ideas, el ciclo de vida turística muestra el volumen de turistas que llegan a un destino con el paso del tiempo ayudando a analizar la competitividad turística. La figura 8 representa el ciclo de vida turística de Riobamba, en el periodo 2016 - 2019, se observa como el turismo es un proceso dinámico que ha evolucionado en Riobamba en el periodo de análisis, donde se muestra el desarrollo del turismo a lo largo del tiempo.

Figura 8

Ciclo de vida turística del cantón Riobamba, periodo 2016-2019



Nota. Elaboración propia con base en información de (Municipio de Riobamba, 2019c)

El modelo del ciclo de vida ayuda a desarrollar ventajas competitivas representando de forma visual y gráfica el apogeo de turistas en un orden de seis etapas, Riobamba es un destino turístico que se muestra en la primera fase del ciclo de vida, se identifica en una etapa de exploración puesto que es mínima la llegada de turistas, una etapa donde el turismo es limitado y las atracciones se centran en la cultura del cantón y en su naturaleza, esto debido a la falta de infraestructura y el desarrollo de nuevos productos turísticos.

En esta etapa el entorno físico y social no se ve alterado ya que la llegada de visitantes es en números bajos, puesto que, la promoción del cantón se aprecia en espacios reducidos. Como resultado de esto, la interacción entre residente-turista es cordial debido a que los

locales buscan un contacto con los visitantes a fin de conocer sus costumbres, este volumen de turistas es restringido por falta de servicios turísticos.

En los meses de marzo y octubre, el cantón se prepara para sus fiestas patrimoniales, para lo cual Riobamba organiza las actividades a desarrollar, así como la infraestructura que se va a utilizar transporte y recursos necesarios, haciendo uso de instalaciones locales. En los meses de abril y noviembre, Riobamba acoge a turistas, los cuales representan la séptima parte de la población local, es por tal que no se puede considerar que el cantón pase a la siguiente etapa después de la de exploración. El 84% representa el turismo nacional como consumo interno y el 16% turismo internacional como consumo receptor.

El modelo del ciclo de vida turístico es una guía que permite a los empresarios o promotores del turismo renovar sus servicios turísticos, formalizar planes a largo plazo, planes alternativos y de contingencia. En Riobamba tiene posibilidades de una mejor planificación y desarrollo de productos turísticos, generar mejores oportunidades mediante la renovación de productos y la elección de estrategias para un mejor posicionamiento de Riobamba como destino turístico.

5.1.2. Características sociodemográficas de los encuestados

La encuesta realizada se constituyó de la información sobre características sociodemográficas de la PEA que reside en el cantón Riobamba y su nivel de dependencia ocupacional con el turismo, los resultados se presentan en la tabla 14.

En referencia al perfil sociodemográfico de la muestra de investigación, el instrumento de estudio se aplicó a 253 personas que pertenecen a la zona urbana del cantón y 130 personas que pertenecen a la zona rural, población de características diversas siendo el 54,8% de género femenino y el 45,2% de género masculino. Se evidencia una mayor predominancia del género femenino respecto al género opuesto, es decir se denota una mayor incidencia de nacimiento de mujeres según los datos estadísticos del último censo de población y vivienda del país.

Según el 72,3% de las personas encuestadas determinan que tienen un tiempo de residencia mayor a 10 años en Riobamba, seguidos por el 27,7% quienes manifiestan que residen en la ciudad por un período menor a 10 años. Esto indica que la mayoría de población son ciudadanos nacidos en la ciudad que por elección o decisión han mantenido su residencia y no han migrado a las grandes ciudades del país.

Con respecto a la edad de los encuestados, el 65% pertenece a la franja de edad entre los 15 a 24 años, seguido por el 20,9% de personas que se encuentran en un rango de edad de 25 a 34 años, también están aquellos que se encuentran en un rango de edad de 35 a 44 años representados por el 8,9%, mientras que en el 3,9% están quienes cuyo rango de edad es de 45 a 54 años y el 1,3% fueron encuestados mayores a 55 años. Se puede justificar la diferencia de rangos de edad debido a que existe una alta población de jóvenes y adultos que acceden con mayor facilidad a las redes sociales, y, por ende, usan este medio de comunicación con mayor frecuencia, mismo que se utilizó para aplicar las encuestas.

Tabla 14*Características de los encuestados riobambeños*

		¿En qué zona reside?		Total	%
		Zona urbana	Zona rural		
¿Cuál es su género?	Masculino	120	53	173	45,2%
	Femenino	133	77	210	54,8%
Total		253	130	383	100,0%
Tiempo de residencia	Menos de 10 años	75	31	106	27,7%
	Más de 10 años	178	99	277	72,3%
Total		253	130	383	100,0%
¿En qué rango de edad se encuentra?	15 años a 24 años	165	84	249	65,0%
	25 años a 34 años	57	23	80	20,9%
	35 años a 44 años	20	14	34	8,9%
	45 años a 54 años	8	7	15	3,9%
	Más de 55 años	3	2	5	1,3%
Total		253	130	383	100,0%
¿Cuál es su nivel de educación?	Educación Inicial	1	2	3	0,8%
	Educación General Básica	8	6	14	3,7%
	Bachillerato General Unificado	73	40	113	29,5%
	Educación Técnico Profesional	15	14	29	7,6%
	Educación Superior	156	68	224	58,5%
Total		253	130	383	100,0%
¿Cuál es su ocupación?	Empleo de medio tiempo	14	9	23	6,0%
	Empleo de tiempo completo	31	22	53	13,8%
	Desempleado	8	7	15	3,9%
	Trabajador por cuenta propia	28	14	42	11,0%
	Estudiante	168	78	246	64,2%
	Jubilado	4	0	4	1,0%
Total		253	130	383	100,0%
¿Su ocupación se relaciona con el turismo?	Si	52	25	77	20,1%
	No	201	105	306	79,9%
Total		253	130	383	100,0%
¿En los últimos 5 años ha trabajado usted en la industria del turismo?	Si	24	16	40	10,4%
	No	229	114	343	89,6%
Total		253	130	383	100,0%
¿Alguno de los miembros de su familia está empleado en turismo?	Si	61	29	90	23,5%
	No	192	101	293	76,5%
Total		253	130	383	100,0%
¿Cree usted que ha cambiado su ingreso y el de los miembros de su familia debido al turismo?	Si, ha aumentado	65	29	94	24,5%
	Si, ha disminuido	188	101	289	75,5%
Total		253	130	383	100,0%
¿Cuál piensa que es el motivo por el cual los turistas viajan al Cantón Riobamba?	Necesidad de relajación	130	74	204	53,3%
	Necesidad de estimulación	17	11	28	7,3%
	Necesidades de autoestima	81	31	112	29,2%
	Necesidades de autorrealización	25	14	39	10,2%
Total		253	130	383	100,0%

Nota. Elaboración propia a partir de la obtención de información primaria por medio de encuestas realizadas al cantón Riobamba, año 2022.

Con relación a la formación académica más de la mitad de las personas señalan que tienen estudios de Educación Superior representados por el 58,5%, en tanto que el 29,5% de

los encuestados establecen que tienen un nivel académico de Bachillerato General Unificado, el 7,6% se ha formado en Educación Técnico Profesional, seguidos por el 3,7% quienes poseen una formación de Educación General Básica y tan solo el 0,8% manifiesta que ha recibido Educación Inicial. Se podría decir que la diferencia se da debido a ciertas políticas de gobierno, la mayoría de la población en los últimos años ha podido acceder a un título de tercer nivel y cumplir con los requerimientos que demandan algunas plazas laborales, sin embargo, tampoco es un determinante para la obtención de un empleo en las condiciones actuales del país.

En cuanto a la información sobre la ocupación de los encuestados, 246 personas son estudiantes representando el 64,2%, seguido por 53 personas empleadas de tiempo completo los cuales representan el 13,8%, 42 de los encuestados trabajan por cuenta propia que representan el 11%, a este valor les siguen 23 personas figurando el 6,0% las cuales son empleados de medio tiempo, 15 personas que representan el 3,9% quienes mencionan que son desempleados y por último 4 personas que representan el 1% que corresponden al grupo de jubilados. Se evidencia que existe un alto porcentaje de ocupación que hace referencia a estudiantes dado que Riobamba es una ciudad que promueve conocimiento e investigación en la educación superior y también son los estudiantes quienes dan una mayor apertura para responder encuestas de investigación independientemente del tema.

Acorde a la relación que mantienen los residentes del cantón Riobamba con el turismo se determinó que solo el 20,1% tiene una ocupación relacionada al turismo de los cuales 52 personas habitan en la zona urbana y 25 en la zona rural, mientras que el 79,9% manifestó que no tiene ninguna ocupación relacionada con el turismo tanto en la zona urbana como rural. Por lo tanto, se establece que es una mínima parte de la población que trabaja en esta área evidenciándose poca actividad turística en la ciudad a pesar de la riqueza cultural y natural que posee, este podría ser un indicador para que las autoridades pertinentes lo consideren a la hora de tomar decisiones en tema de desarrollo turístico.

Alrededor de 343 personas que representan el 89,6% no ha laborado en la industria turística en los últimos cinco años donde 229 personas viven en la zona urbana y 114 son de la zona rural, por otra parte, solamente 40 habitantes han trabajado en turismo en los últimos 5 años, representando el 10,4%. Estos datos estadísticos nos permiten evidenciar un declive en las plazas ocupacionales del sector turístico el mismo que es considerado un generador de empleo que mejora la calidad de vida de sus pobladores, ya que su dinámica es integrar a varios sectores que conforman la cadena de valor del turismo.

Con respecto a si los familiares de los encuestados han tenido una ocupación afín al turismo el 76,5% manifestó que no están empleados en turismo, mientras que 90 personas que equivalen al 23,5% mencionaron que si tienen familiares ocupados en la industria turística. Como se mencionó anteriormente la poca actividad turística disminuye la posibilidad de empleo en esta área.

Así mismo, el 75,5% de las personas creen que el ingreso y el de los miembros de su familia ha disminuido debido al turismo, en cambio el 24,5% restante hace mención que el turismo si ha aumentado los ingresos de su familia. Después de la pandemia y de una crisis política trabajar en turismo es un verdadero reto, ya que la afluencia del turismo receptor ha disminuido considerablemente ya sea por políticas de viaje, sanitarias o de gobierno, para reactivar esta área se necesitarán de estrategias sostenibles viables.

Haciendo alusión al motivo por el cual es visitado el cantón Riobamba, el 53,3% de los encuestados supieron declarar que los turistas van a Riobamba por necesidades de relajación, es decir, por descansar y realizar actividades recreativas, seguidamente, el 29,2% de los habitantes locales piensan que los turistas visitan la ciudad por necesidades de autoestima, o sea por desarrollo personal, cultural, histórico o medioambiental. El 10,2% de los encuestados piensan que los turistas van por necesidades de autorrealización, en otras palabras, porque buscan felicidad, finalmente el 7,3% de los riobambeños piensan que la necesidad de estimulación es el motivo por el cual viajan los turistas a Riobamba, es decir por emociones fuertes o por seguridad. Es clara la diferencia que existe con relación al motivo de viaje ya que la mayoría lo hace para relajarse de su vida cotidiana en una ciudad llena de cultura, historia y gastronomía, la misma que posee características únicas en atención a otras ciudades, como lo es su clima al encontrarse en un valle, su cercanía a la costa, sierra o amazonía dado que es un punto central de fácil accesibilidad y tránsito dentro de la ciudad.

5.1.3. Impactos del turismo percibidos por los encuestados

Esta sección del instrumento tuvo como finalidad medir las variables de estudio mediante una escala de Likert de 6 puntos, para lo cual se obtuvieron los siguientes resultados.

5.1.3.1. Impactos económicos del turismo.

Respecto a los impactos económicos percibidos según se muestra en la tabla 15, el 39,7% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo que el turismo aporta mayores inversiones y gastos al cantón Riobamba, seguido del 36,3% de los encuestados que se encuentran de acuerdo, tan solo el 13,8% están un poco de acuerdo con esa afirmación, el 7% no están de acuerdo y en menor proporción el 3,1% se encuentra algo en desacuerdo. En promedio los habitantes locales están de acuerdo que el turismo aporta más inversiones y gastos, esto se debe a que Riobamba es una ciudad donde la gente puede vivir, trabajar, estudiar y divertirse, por lo que la población local considera que incentiva la inversión pública y privada.

Así mismo, el 52,7% de los residentes riobambeños están totalmente de acuerdo que el turismo ayuda a mejorar la situación económica, mientras que el 36,3% solamente está de acuerdo con tal afirmación, el 7,6% de los encuestados manifestaron que están un poco de acuerdo que el turismo mejora la situación económica y tan solo el 3,4% de la población local está algo en desacuerdo. La media está de acuerdo con que el turismo mejora la situación económica de la ciudad, generando fuentes de empleo, por lo que las familias tendrían mayores ingresos para satisfacer sus necesidades.

El 30,5% de los encuestados están un poco de acuerdo con que los precios de bienes y servicios se han acrecentado a causa del turismo, el 27,4% está de acuerdo, el 18% está totalmente de acuerdo, el 14,4% no está de acuerdo y el 9,7% está algo en desacuerdo con esa afirmativa. Se puede decir que, en promedio la población está un poco de acuerdo en que

los precios se incrementen por el turismo, ya que para muchos de ellos los precios han aumentado por otras razones como por el alza de precios en la gasolina y el diésel.

Tabla 15

Impactos económicos del turismo percibidos por los residentes del cantón Riobamba

Indicadores		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado	Media
El turismo aporta mayores inversiones y gastos	Totalmente de acuerdo	152	39,7	39,7	39,7	2,0
	De acuerdo	139	36,3	36,3	76,0	
	Un poco de acuerdo	53	13,8	13,8	89,8	
	Algo en desacuerdo	12	3,1	3,1	93,0	
	No estoy de acuerdo	27	7,0	7,0	100,0	
Total		383	100,0	100,0		
El turismo ayuda a mejorar la situación económica	Totalmente de acuerdo	202	52,7	52,7	52,7	1,6
	De acuerdo	139	36,3	36,3	89,0	
	Un poco de acuerdo	29	7,6	7,6	96,6	
	Algo en desacuerdo	13	3,4	3,4	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
Los precios de los productos, servicios e inmuebles han aumentado debido al turismo	Totalmente de acuerdo	69	18,0	18,0	18,0	2,8
	De acuerdo	105	27,4	27,4	45,4	
	Un poco de acuerdo	117	30,5	30,5	76,0	
	Algo en desacuerdo	37	9,7	9,7	85,6	
	No estoy de acuerdo	55	14,4	14,4	100,0	
Total		383	100,0	100,0		
El aumento del número de turistas ayuda al desarrollo de la economía local	Totalmente de acuerdo	201	52,5	52,5	52,5	1,7
	De acuerdo	141	36,8	36,8	89,3	
	Un poco de acuerdo	21	5,5	5,5	94,8	
	Algo en desacuerdo	20	5,2	5,2	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
El turismo genera nuevas oportunidades de negocio	Totalmente de acuerdo	203	53,0	53,0	53,0	1,7
	De acuerdo	138	36,0	36,0	89,0	
	Un poco de acuerdo	23	6,0	6,0	95,0	
	Algo en desacuerdo	19	5,0	5,0	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
En general, el turismo trae a la economía local más efectos positivos que negativos	Totalmente de acuerdo	190	49,6	49,6	49,6	1,7
	De acuerdo	147	38,4	38,4	88,0	
	Un poco de acuerdo	29	7,6	7,6	95,6	
	Algo en desacuerdo	17	4,4	4,4	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		

Nota. “1 = Totalmente de acuerdo”, “2 = De acuerdo”, “3 = Un poco de acuerdo”, “4 = Algo en desacuerdo”, “5 = No estoy de acuerdo” y “6 = Totalmente en desacuerdo”. Datos tomados de SPSS v.25.

El 52,5% está totalmente de acuerdo que el incremento de turistas ayuda al desarrollo de la economía local, el 36,8% está de acuerdo, el 5,5% está un poco de acuerdo, el 5,2% está algo en desacuerdo y en promedio las personas están de acuerdo con tal declaración, con la llegada de turistas existe mayor consumo de bienes y servicios turísticos que se ofrecen en las zonas locales del cantón, con estos ingresos que se obtienen el Gobierno Municipal podría mejorar las infraestructuras y servicios básicos, contribuyendo de este modo al mejoramiento del bienestar social.

Referente a si el turismo genera nuevas oportunidades de negocio, el 53% está totalmente de acuerdo, el 36% está de acuerdo, el 6% está un poco de acuerdo, el 5% está algo en desacuerdo y en promedio las personas están de acuerdo que el turismo genera nuevas oportunidades de negocio, esto nos indica que puede haber un mayor interés por parte de las empresas privadas en invertir en emprendimientos de materia turística y aporte mayores beneficios no solo a la población sino al desarrollo de la ciudad.

De forma general, el 49,6% menciona que está totalmente de acuerdo que el turismo trae más efectos positivos que negativos sobre la economía riobambeña, el 38,4% está de acuerdo, el 7,6% está un poco de acuerdo, en menor proporción el 4,4% está algo en desacuerdo y la media está de acuerdo que el turismo tiene efectos positivos en la economía. Es decir, hay una gran aceptación de la ciudadanía en este campo, evidenciando que en este caso los beneficios superan a los costos.

5.1.3.2. Impactos ambientales del turismo.

Por otra parte, se tienen los resultados de las percepciones de los habitantes locales de Riobamba sobre los impactos ambientales que genera el turismo. En atención a los impactos ambientales percibidos, el 36,3% respondió que está totalmente de acuerdo que el turismo incentiva la conservación de los recursos naturales en Riobamba, el 34,7% está de acuerdo, el 19,1% un poco de acuerdo y el 9,9% está algo en desacuerdo. En promedio los residentes del cantón manifestaron que están de acuerdo que el turismo incentiva la conservación de los recursos naturales, esto se debe a que en los últimos años se ha concientizado a la población de realizar un turismo sostenible para evitar la degradación del medioambiente tomando en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible que son los ejes clave para trabajar en los diferentes proyectos ya sea por iniciativa pública o privada.

De la misma manera, el 38,1% de los encuestados está de acuerdo que el turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas, el 29,2% está totalmente de acuerdo, el 19,6% está un poco de acuerdo, el 7,8% está algo en desacuerdo, el 5,2% no está de acuerdo y en promedio las personas están de acuerdo que el turismo mejora la calidad de infraestructura y obras públicas del cantón. Esto nos permite determinar que una mejora de los principales servicios ayuda en la calidad de vida de sus pobladores y al progreso local, además de ofrecer un lugar seguro y con condiciones óptimas para los diferentes turistas que deciden pernoctar en la ciudad.

El 39,4% de la población está de acuerdo que en temporada alta el turismo ocasiona que los lugares se vean abarrotados e inaccesibles, el 21,1% está un poco de acuerdo, el 19,8% está totalmente de acuerdo, el 12% está algo en desacuerdo y el 7,6% no está de acuerdo. La media se encuentra un poco de acuerdo con que el turismo ocasione abarrotamiento o inaccesibilidad a sitios, esto implica que en el cantón no se tiene un turismo de masas, sin embargo, existe una alta aglomeración de personas cuando son fiestas patronales, desfiles cívicos, desfiles de la alegría, desfiles culturales, desfiles de la riobambeñidad, procesiones, pases del niño, conciertos, ferias gastronómicas, feria agrícola, entre otros.

Tabla 16*Impactos ambientales del turismo percibidos por los residentes del cantón Riobamba*

Indicadores		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado	Media
El turismo incentiva la conservación de los recursos naturales	Totalmente de acuerdo	139	36,3	36,3	36,3	2,1
	De acuerdo	133	34,7	34,7	71,0	
	Un poco de acuerdo	73	19,1	19,1	90,1	
	Algo en desacuerdo	38	9,9	9,9	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas	Totalmente de acuerdo	112	29,2	29,2	29,2	2,2
	De acuerdo	146	38,1	38,1	67,4	
	Un poco de acuerdo	75	19,6	19,6	86,9	
	Algo en desacuerdo	30	7,8	7,8	94,8	
	No estoy de acuerdo	20	5,2	5,2	100,0	
Total	383	100,0	100,0			
El turismo ocasiona que durante temporada alta los lugares se vean abarrotados e inaccesibles	Totalmente de acuerdo	76	19,8	19,8	19,8	2,5
	De acuerdo	151	39,4	39,4	59,3	
	Un poco de acuerdo	81	21,1	21,1	80,4	
	Algo en desacuerdo	46	12,0	12,0	92,4	
	No estoy de acuerdo	29	7,6	7,6	100,0	
Total	383	100,0	100,0			
El turismo genera congestión del tráfico vehicular, ruido y contaminación (basura, aguas residuales)	Totalmente de acuerdo	91	23,8	23,8	23,8	2,5
	De acuerdo	140	36,6	36,6	60,3	
	Un poco de acuerdo	84	21,9	21,9	82,2	
	Algo en desacuerdo	31	8,1	8,1	90,3	
	No estoy de acuerdo	37	9,7	9,7	100,0	
Total	383	100,0	100,0			
La construcción de hoteles y otras instalaciones turísticas destruye el entorno natural	Totalmente de acuerdo	54	14,1	14,1	14,1	3,1
	De acuerdo	90	23,5	23,5	37,6	
	Un poco de acuerdo	99	25,8	25,8	63,4	
	Algo en desacuerdo	52	13,6	13,6	77,0	
	No estoy de acuerdo	88	23,0	23,0	100,0	
Total	383	100,0	100,0			
En general, el turismo trae al medio ambiente más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	Totalmente de acuerdo	95	24,8	24,8	24,8	2,4
	De acuerdo	138	36,0	36,0	60,8	
	Un poco de acuerdo	91	23,8	23,8	84,6	
	Algo en desacuerdo	59	15,4	15,4	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		

Nota. “1 = Totalmente de acuerdo”, “2 = De acuerdo”, “3 = Un poco de acuerdo”, “4 = Algo en desacuerdo”, “5 = No estoy de acuerdo” y “6 = Totalmente en desacuerdo”. Datos tomados de SPSS v.25.

Este dato es relevante ya que, el gobierno local debe trabajar en alianzas estratégicas con los diferentes gremios que están involucrados en el sector turístico para evitar inconvenientes y aprovechar las temporadas bajo las cuales funciona el turismo.

El 36,6% de los encuestados están de acuerdo que el turismo ocasiona congestión vehicular, ruido, contaminación por basura y aguas residuales, el 23,8% está totalmente de acuerdo, el 21,9% está un poco de acuerdo, el 9,7% no está de acuerdo y el 8,1% está algo en desacuerdo. En promedio, las personas están un poco de acuerdo que el turismo genera congestión vehicular, ruido o contaminación, provocando así la alteración de los paisajes y la degradación de su capacidad de asimilación de residuos, que podrían darse por una falta de políticas claras y concisas que partan de la realidad local.

El 25,8% de las personas están un poco de acuerdo que la construcción de hoteles e instalaciones turísticas destruyen el entorno natural de Riobamba, el 23,5% está de acuerdo, el 23% no está de acuerdo, el 14,1% está totalmente de acuerdo y el 13,6% está algo en desacuerdo con dicha afirmación, la media está un poco de acuerdo con que el turismo destruye el entorno natural, razón suficiente para entender que el funcionamiento de la actividad turística depende de la calidad y el estado del medio ambiente, teniendo implícita la necesidad de un modelo sostenible. Para el turismo, esta relación tiene un carácter particular, ya que el entorno como recurso constituye la materia prima, la cual tiene como propiedad la imposibilidad del desplazamiento.

Para finalizar, de manera general el 36% de los encuestados está de acuerdo que hay más efectos positivos que negativos sobre el medioambiente en Riobamba, el 24,8% está totalmente de acuerdo, el 23,8% está un poco de acuerdo, el 15,4% está algo en desacuerdo y en promedio los encuestados perciben que hay más efectos positivos que negativos con respecto a los impactos ambientales que provoca el turismo, en definitiva esto nos indica que si se cumplen las normas y reglas establecidas en la ley pública, la afectación del entorno natural es mínimo al momento de producir bienes y servicios turísticos.

5.1.3.3. Impactos socioculturales del turismo.

También, se tienen los resultados de las encuestas realizadas a las 383 personas acerca de los impactos socioculturales del turismo percibidos por los habitantes locales del cantón Riobamba, tal como se muestra en la tabla 17.

De acuerdo con los impactos socioculturales percibidos por los residentes del cantón Riobamba, el 42,6% de los encuestados consideró estar totalmente de acuerdo que el turismo contribuye al mejoramiento de su calidad de vida, seguido del 42,3% que está de acuerdo, el 12,8% estuvieron un poco de acuerdo y el 2,4% está algo en desacuerdo. Los residentes están en promedio de acuerdo con que el turismo mejora su calidad de vida, esto se debe a que beneficia a los habitantes de manera directa con el crecimiento económico o indirectamente a través de inversiones que satisfacen la demanda turística.

Conforme a que el turismo aumenta la disponibilidad de instalaciones recreativas para los habitantes, el 40,7% está de acuerdo, el 37,3% está totalmente de acuerdo, el 14,4% un poco de acuerdo, el 4,4% algo en desacuerdo y el 3,1% no está de acuerdo. La media afirmó que el turismo incrementa la disponibilidad de las instalaciones recreativas como parques y canchas deportivas en donde se promueve un turismo de recreación al aire libre.

Consecuente a que el turismo fomenta una variedad de actividades culturales, y eventos el 42,6% de los habitantes están totalmente de acuerdo, el 41% de acuerdo, el 11% un poco de acuerdo y el 5,5% algo en desacuerdo con esta premisa. La media mostró que están de acuerdo con que el turismo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos, esto se debe a que en Riobamba se realizan eventos donde se resaltan sus tradiciones y costumbres como; Pawkar Raymi, Fiestas de Abril de Riobamba, Carnaval de Chimborazo, Fiesta de los Reyes Magos y Pases del Niño.

Tabla 17*Impactos socioculturales del turismo percibidos por los residentes del cantón Riobamba*

Indicadores		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado	Media
El desarrollo del turismo contribuye a mejorar la calidad de vida	Totalmente de acuerdo	163	42,6	42,6	42,6	1,8
	De acuerdo	162	42,3	42,3	84,9	
	Un poco de acuerdo	49	12,8	12,8	97,7	
	Algo en desacuerdo	9	2,3	2,3	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
El turismo aumenta la disponibilidad de instalaciones recreativas para los habitantes	Totalmente de acuerdo	143	37,3	37,3	37,3	2,0
	De acuerdo	156	40,7	40,7	78,1	
	Un poco de acuerdo	55	14,4	14,4	92,4	
	Algo en desacuerdo	17	4,4	4,4	96,9	
	No estoy de acuerdo	12	3,1	3,1	100,0	
Total	383	100,0	100,0			
El turismo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos (tradiciones y costumbres)	Totalmente de acuerdo	163	42,6	42,6	42,6	1,8
	De acuerdo	157	41,0	41,0	83,6	
	Un poco de acuerdo	42	11,0	11,0	94,5	
	Algo en desacuerdo	21	5,5	5,5	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
El turismo ayuda a mantener viva la cultura y la identidad étnica	Totalmente de acuerdo	165	43,1	43,1	43,1	1,8
	De acuerdo	158	41,3	41,3	84,3	
	Un poco de acuerdo	37	9,7	9,7	94,0	
	Algo en desacuerdo	23	6,0	6,0	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
El turismo promueve la restauración y conservación del patrimonio histórico	Totalmente de acuerdo	156	40,7	40,7	40,7	1,9
	De acuerdo	153	39,9	39,9	80,7	
	Un poco de acuerdo	47	12,3	12,3	93,0	
	Algo en desacuerdo	20	5,2	5,2	98,2	
	No estoy de acuerdo	7	1,8	1,8	100,0	
Total	383	100,0	100,0			
El turismo incrementa la inseguridad y delincuencia	Totalmente de acuerdo	74	19,3	19,3	19,3	2,8
	De acuerdo	120	31,3	31,3	50,7	
	Un poco de acuerdo	85	22,2	22,2	72,8	
	Algo en desacuerdo	50	13,1	13,1	85,9	
	No estoy de acuerdo	35	9,1	9,1	95,0	
	Totalmente en desacuerdo	19	5,0	5,0	100,0	
Total	383	100,0	100,0			
En general, el turismo trae a la sociedad y la cultura local más efectos positivos que negativos	Totalmente de acuerdo	123	32,1	32,1	32,1	2,0
	De acuerdo	178	46,5	46,5	78,6	
	Un poco de acuerdo	61	15,9	15,9	94,5	
	Algo en desacuerdo	21	5,5	5,5	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		

Nota. “1 = Totalmente de acuerdo”, “2 = De acuerdo”, “3 = Un poco de acuerdo”, “4 = Algo en desacuerdo”, “5 = No estoy de acuerdo” y “6 = Totalmente en desacuerdo”. Datos tomados de SPSS v.25.

Conciliable a que el turismo ayuda a mantener viva la cultura y la identidad étnica, el 43,1% de los encuestados consideraron estar totalmente de acuerdo, seguido por el 41,3% que está de acuerdo, el 9,7% un poco de acuerdo, y el 6% se encuentra algo desacuerdo. En promedio, los residentes están de acuerdo que esta industria ayuda a mantener viva la cultura y la identidad étnica, siendo una herramienta que permite manifestar por medio de sus diferentes actividades su patrimonio tangible e intangible, lo cual permite captar la atención del visitante.

Acerca de que el turismo promueve la restauración y conservación del patrimonio histórico, el 40,7% está totalmente de acuerdo, el 39,9% estuvo de acuerdo, un poco de

acuerdo estuvo el 12,3%, el 5,2% estuvo algo en desacuerdo y finalmente el 1,8% no está de acuerdo. La población se encuentra en promedio de acuerdo, esto debido a que se han concientizado de su grado de responsabilidad para favorecer la preservación de patrimonios históricos tales como; Casa Calero, Plaza de Toros Raúl Dávalos, Casa de Bolívar, Reloj de Lara, Teatro León, Colegio Maldonado, Casa de la Independencia, Edificio del SRI, Edificio del Correo, Palacio Municipal, Edificio de la Gobernación, entre otros.

Por otra parte, el 31,3% está de acuerdo con que el turismo en el cantón incrementa la inseguridad y delincuencia, el 22,2% un poco de acuerdo, el 19,3% totalmente de acuerdo, un 9,1% no está de acuerdo y un 5% está totalmente en desacuerdo. Los encuestados están un poco de acuerdo en promedio con este apartado. Debido a que el desarrollo de estas actividades genera ingresos de visitantes que no siempre vienen por tema de relajación y recreación, sino más bien por otro interés, generando un aspecto negativo dentro del tema de seguridad ciudadana.

En general, acerca de si los impactos socioculturales traen más efectos positivos que negativos, el 46,5% de los residentes del cantón están de acuerdo, el 32,1% totalmente de acuerdo, el 15,9% está un poco de acuerdo y el 5,5% está algo en desacuerdo. Finalmente, la ciudadanía está en promedio de acuerdo con que el turismo trae a la sociedad y la cultura local más efectos positivos que negativos al cantón Riobamba, generando así mayores beneficios a la sociedad en tema de identidad, conservación y revitalización cultural.

5.1.4. Actitud y comportamiento de los encuestados

Para las actitudes se consideraron dos preguntas de escala tipo Likert que se realizaron a los habitantes locales del cantón Riobamba (ver Tabla 18).

Tabla 18

Actitudes de los residentes del cantón Riobamba, año 2022

Indicadores		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado	Media
En general, las ventajas resultantes del turismo superan a las desventajas para los residentes locales del cantón Riobamba	Totalmente de acuerdo	132	34,5	34,5	34,5	1,9
	De acuerdo	178	46,5	46,5	80,9	
	Un poco de acuerdo	49	12,8	12,8	93,7	
	Algo en desacuerdo	16	4,2	4,2	97,9	
	No estoy de acuerdo	8	2,1	2,1	100,0	
Total		383	100,0	100,0		
Generalmente, estoy abierto a un mayor desarrollo turístico	Totalmente de acuerdo	145	37,9	37,9	37,9	1,8
	De acuerdo	181	47,3	47,3	85,1	
	Un poco de acuerdo	41	10,7	10,7	95,8	
	Algo en desacuerdo	9	2,3	2,3	98,2	
	No estoy de acuerdo	7	1,8	1,8	100,0	
Total		383	100,0	100,0		

Nota. “1 = Totalmente de acuerdo”, “2 = De acuerdo”, “3 = Un poco de acuerdo”, “4 = Algo en desacuerdo”, “5 = No estoy de acuerdo” y “6 = Totalmente en desacuerdo”. Datos tomados de SPSS v.25.

El 46,5% de los residentes del cantón Riobamba están de acuerdo de forma general que las ventajas del turismo superan a las desventajas, el 34,5% está totalmente de acuerdo, el 12,8% está un poco de acuerdo, el 4,2% está algo en desacuerdo, el 2,1% no está de

acuerdo y en promedio están de acuerdo con que el turismo genera más ventajas que desventajas, en vista que es una actividad en crecimiento, la cual produce una especie de modelo de desarrollo territorial en el que se traza la pauta de impacto sobre el entorno natural, económico y el medio sociocultural.

Conforme a que, si los encuestados están abiertos a un mayor desarrollo turístico, el 77,3% está de acuerdo, el 37,9% está totalmente de acuerdo, el 10,7% un poco de acuerdo, el 2,3% algo en desacuerdo y el 1,8% no está de acuerdo, en promedio están de acuerdo con tal aseveración, consideran que el desarrollo del turismo trae consigo impactos positivos, ya que integran a la mayoría de los sectores productivos de bienes y servicios.

Respecto al comportamiento se consideraron cinco preguntas de escala tipo Likert y una pregunta con tres opciones de respuesta para “sí, apoyo (activo), “si, apoyo (pasivo)” y “no, no apoyo” (ver Tabla 19). El 61,1% que representa la mayoría apoya de manera activa al desarrollo turístico, el restante, representado por el 38,9% presenta un apoyo de forma pasiva a esta industria, en promedio los residentes del cantón estarían dispuestos a apoyar de manera activa, es decir promocionando y difundiendo los diferentes atractivos turísticos, de acuerdo a esto se podrían crear políticas públicas donde se tome en cuenta la participación certera de la ciudadanía.

Con respecto, si los encuestados intentan convencer a otros acerca de sus opiniones del turismo, el 41,8% está de acuerdo, el 27,9% está totalmente de acuerdo, el 20,4% está un poco de acuerdo, el 4,4% algo en desacuerdo y el 5,5% no está de acuerdo. En promedio, la ciudadanía está un poco de acuerdo en convencer a otras personas de que el turismo puede traer beneficios para el cantón, esto se debe a que no consideran al turismo como la principal actividad económica que genere fuente de ingresos a sus familias, por lo que no sería conveniente recomendar dedicarse a esta actividad.

En referencia, si los residentes de Riobamba se informan regularmente de las novedades del turismo, el 41,5% respondió estar de acuerdo, el 26,1% está un poco de acuerdo, el 20,1% está totalmente de acuerdo, el 7,6% está algo en desacuerdo, el 3,4% no está de acuerdo y el 1,3% está totalmente en desacuerdo, en promedio, los residentes están de acuerdo con dicha afirmación, esto podría ser por el marketing digital que realiza el Municipio de Riobamba haciendo que los residentes se sientan motivados a informarse de las novedades, no obstante, hay ausencia de uso estratégico de medios de comunicación que ayuden a la difusión de estas y la poca oferta diversificada de las mismas.

El 37,9% de los encuestados están de acuerdo con que se unirían a un comité para apoyar a la industria turística, el 24% está un poco de acuerdo, el 20,4% totalmente de acuerdo, el 8,4% no está de acuerdo, el 7,8% algo en desacuerdo y el 1,6% totalmente en desacuerdo, en promedio los residentes están un poco de acuerdo en unirse a un comité, para manifestar las necesidades que muestra la industria turística, lo cual las personas en cierta medida estarían dispuestas a participar, colaborar y formar asociaciones públicas y privadas.

En consecuencia, si los encuestados se unirían a un grupo para manifestarse sobre el turismo, el 33,4% respondió estar de acuerdo, un 25,8% respondió estar un poco de acuerdo, el 19,3% está totalmente de acuerdo, el 11% no está de acuerdo y el 2,9% totalmente en desacuerdo. La media mostró estar un poco de acuerdo involucrarse en la temática turística, debido al conocimiento medio de estas actividades y de las nuevas tendencias de la demanda turística.

Tabla 19*Comportamiento de los residentes del cantón Riobamba, año 2022*

	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado	Media
Apoyo para un mayor desarrollo turístico	Si, apoyo (activo)	234	61,1	61,1	61,1	1,4
	Si, apoyo (pasivo)	149	38,9	38,9	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
Intento convencer a otros de mi opinión acerca del turismo (pasivo)	Totalmente de acuerdo	107	27,9	27,9	27,9	2,5
	De acuerdo	160	41,8	41,8	69,7	
	Un poco de acuerdo	78	20,4	20,4	90,1	
	Algo en desacuerdo	17	4,4	4,4	94,5	
	No estoy de acuerdo	21	5,5	5,5	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
Me informo regularmente sobre las novedades de turismo (pasivo)	Totalmente de acuerdo	77	20,1	20,1	20,1	2,4
	De acuerdo	159	41,5	41,5	61,6	
	Un poco de acuerdo	100	26,1	26,1	87,7	
	Algo en desacuerdo	29	7,6	7,6	95,3	
	No estoy de acuerdo	13	3,4	3,4	98,7	
	Totalmente en desacuerdo	5	1,3	1,3	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
Me uniría a un comité para apoyar a la industria turística (activo)	Totalmente de acuerdo	78	20,4	20,4	20,4	2,5
	De acuerdo	145	37,9	37,9	58,2	
	Un poco de acuerdo	92	24,0	24,0	82,2	
	Algo en desacuerdo	30	7,8	7,8	90,1	
	No estoy de acuerdo	32	8,4	8,4	98,4	
	Totalmente en desacuerdo	6	1,6	1,6	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
Me uniría a un grupo para manifestarme sobre el turismo (activo)	Totalmente de acuerdo	74	19,3	19,3	19,3	2,7
	De acuerdo	128	33,4	33,4	52,7	
	Un poco de acuerdo	99	25,8	25,8	78,6	
	Algo en desacuerdo	29	7,6	7,6	86,2	
	No estoy de acuerdo	42	11,0	11,0	97,1	
	Totalmente en desacuerdo	11	2,9	2,9	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		
No me interesa este tema, alguien más es responsable	Totalmente de acuerdo	40	10,4	10,4	10,4	3,5
	De acuerdo	82	21,4	21,4	31,9	
	Un poco de acuerdo	78	20,4	20,4	52,2	
	Algo en desacuerdo	56	14,6	14,6	66,8	
	No estoy de acuerdo	66	17,2	17,2	84,1	
	Totalmente en desacuerdo	61	15,9	15,9	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		

Nota. “1 = Totalmente de acuerdo”, “2 = De acuerdo”, “3 = Un poco de acuerdo”, “4 = Algo en desacuerdo”, “5 = No estoy de acuerdo” y “6 = Totalmente en desacuerdo”. Datos tomados de SPSS v.25.

Finalmente, con respecto a los residentes que no les interesa el tema sobre el turismo que se desarrolla en el cantón, ya que piensan que alguien más se hace responsable, se tuvo que el 21,4% está de acuerdo, el 20,4% un poco de acuerdo, el 17,2% no estuvo de acuerdo, el 15,9% totalmente en desacuerdo, el 14,6% algo en desacuerdo y el 10,4% totalmente de acuerdo. En promedio los residentes están algo en desacuerdo en que no les interesa los temas involucrados en el turismo, los resultados obtenidos son evidencia que la ciudadanía riobambeña les interesa apoyar al turismo, siempre y cuando tengan un respaldo del Gobierno Municipal.

5.1.5. Componentes de los impactos del turismo

Cada uno de los indicadores de las variables sobre los impactos del turismo en sus tres dimensiones (económicos, ambientales y socioculturales) se examinaron con el análisis factorial que al ser una técnica multivariante permitió efectuar una búsqueda para reducir la dimensión de los datos y explicar el fenómeno a estudiar desde un menor número de variables denominados factores, los mismos que explican la mayor parte de la varianza total, además, proporciona una medida alternativa de consistencia interna de las escalas de actitud de los impactos del turismo usando el análisis de componentes principales (ACP) con el método de rotación varimax se simplificó la interpretación de los factores (Méndez y Rondón, 2014).

Tabla 20

Medida KMO y prueba de esfericidad de Barlett

		Primer Análisis	Segundo Análisis
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,884	0,897
	Aprox. Chi-cuadrado	3047,041	2463,896
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl	171	105
	Sig.	0,000	0,000

Nota. Elaboración propia. Datos tomados de SPSS v.25

Para precisar la idoneidad de los datos se tomó en consideración los resultados de la medida Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de adecuación de muestreo y la prueba de esfericidad de Barlett. En el ACP se incluyeron los diecinueve ítems que corresponden a los impactos del turismo, por lo que se pudo evidenciar en primera instancia un KMO de 0,884 y una prueba de esfericidad de Barlett estadísticamente significativa, sin embargo, al analizar la matriz de correlación anti-imagen (ver Anexo D) los ítems que presentaron cargas bajas fueron 03, 10, 11 y 18 por lo que se procedió a sacarlos del análisis; con ello se evidenció un incremento en el valor de KMO siendo mayor que 0,8 y una prueba de esfericidad de Barlett del mismo modo estadísticamente significativa.

Además, en la matriz de correlación anti-imagen se observó un mejoramiento de los coeficientes al tener valores superiores al valor crítico de 0,7 y también en la matriz de comunalidades donde todos los elementos se encuentran por encima del umbral de 0,5 (Ver Anexo E).

Se identificaron cinco componentes de los impactos del turismo y su varianza general explicada es del 70,19% (Ver Anexo F). Tal como se muestra en la tabla 21, en el primer componente predominan los ítems de los impactos socioculturales como; cultura e identidad étnica, actividades culturales y eventos, instalaciones recreativas, restauración y conservación del patrimonio histórico y la calidad de vida. El segundo componente engloba aquellos ítems relacionados con la economía como; desarrollo económico local, oportunidades de negocio, efectos en la economía local y situación económica. En el tercer componente se encuentra la conservación de los recursos naturales y el mejoramiento de infraestructuras. En el cuarto componente se hallan los ítems de aportación de inversiones y el aumento de turistas en temporadas altas. Finalmente, el quinto componente comprende a los efectos sobre el medio ambiente y los efectos que trae a la sociedad el turismo.

Tabla 21*Resultados del análisis de componentes principales (ACP)*

Componente	Indicador	Factor cargado
1	El turismo ayuda a mantener viva la cultura y la identidad étnica del Cantón Riobamba	0,828
	El turismo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos en el Cantón Riobamba (tradiciones y costumbres)	0,784
	El turismo aumenta la disponibilidad de instalaciones recreativas para los habitantes	0,753
	El turismo promueve la restauración y conservación del patrimonio histórico	0,683
	El desarrollo del turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón Riobamba	0,634
2	El aumento del número de turistas en el Cantón Riobamba ayuda al desarrollo de la economía local	0,823
	El turismo genera nuevas oportunidades de negocio en el Cantón Riobamba	0,789
	En general, el turismo trae a la economía local más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	0,775
	El turismo ayuda a mejorar la situación económica en el Cantón Riobamba	0,710
3	El turismo incentiva la conservación de los recursos naturales	0,786
	El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas	0,745
4	El turismo aporta mayores inversiones y gastos al Cantón Riobamba	0,861
	El turismo ocasiona que durante temporada alta los lugares se vean abarrotados e inaccesibles	0,602
5	En general, el turismo trae al medio ambiente más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	0,662
	En general, el turismo trae a la sociedad y la cultura locales más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	0,545

Nota. Elaboración propia. Datos tomados de SPSS v.25

5.1.6. Validación de las hipótesis

Para probar las hipótesis de investigación H_1 , H_2 y H_3 se realizó un análisis de regresión lineal múltiple, donde se tomó el valor total de la media como variable agrupada tanto de las actitudes de los residentes del cantón Riobamba (variable dependiente) como de la percepción de los impactos económicos, ambientales y socioculturales del turismo (variables independientes). Las variables de control que podían influir en la percepción de cómo el turismo tiene efectos en la economía, sociedad y ambiente son; edad, género, tiempo de residencia trabajo relacionado con el turismo, empleo en la industria turística y participación laboral de la familia en el turismo.

Como se observa en la tabla 22, en el primer bloque se ingresaron las variables de control, donde se obtuvo un coeficiente de relación de Pearson (R) de 0,265 indicando que al ser un valor mayor que cero, pero menor que 0,6 demuestra que existe una correlación directa débil entre las variables. No obstante, al ingresar los predictores en el segundo bloque los resultados demostraron un incremento en R siendo de 0,63 aproximadamente dejando en evidencia que existe una correlación directa fuerte entre las variables al ser mayor estrictamente que 0,6 y menor que 1. El coeficiente de determinación (R^2) reveló que el

0,394 es la proporción de variabilidad explicada por las percepciones de los impactos del turismo a las actitudes de los residentes del cantón Riobamba.

Respecto al nivel de significación del estadístico F de la tabla ANOVA se puede concluir que al ser un valor menor que 0,05 se muestra evidencia en contra de la H_0 de que los estimadores B_1 , B_2 y B_3 sean igual a cero, por lo que a nivel poblacional los estimadores van a ser distintos de cero y las variables de las percepciones de los impactos del turismo aportan significación al modelo (Wooldridge, 2009).

En cuanto a los supuestos del método de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) de homocedasticidad, independencia y normalidad se cumplieron en su totalidad al tener coeficientes superiores a 0,05 demostrando la confiabilidad del modelo (Ver Anexo I). Para el supuesto de homocedasticidad se contrastó la prueba Rho de Spearman donde se acepta la hipótesis nula de que los residuos mantienen un comportamiento homogéneo en las varianzas de los residuos; para el supuesto de independencia se efectuó la prueba de rachas teniendo como resultado que los residuos no dependen del residuo anterior; finalmente, en el supuesto de normalidad se consideró el nivel de significación de la prueba de Kolmogórov-Smirnov ya que los datos son mayores que 30 observaciones donde se indicó que los residuos se ajustan a una curva de campana.

Tabla 22

Estimación del modelo de actitud de los residentes del cantón Riobamba respecto a la percepción de los impactos del turismo, año 2022

Modelo	Variable dependiente	Actitudes de los residentes	
		Coefficientes	Nivel de significación
1	Constante	1,177	0,000
	<i>Variables de control</i>		
	Edad	-0,029	0,247
	Género	-0,250	0,577
	Tiempo de residencia	0,043	0,386
	Trabajo relacionado con el turismo	0,179	0,004
	Empleo en la industria turística	0,214	0,012
	Participación laboral de la familia en el turismo	-0,093	0,090
	<i>F (Tabla ANOVA)</i>	4,719	0,000
	<i>R</i>	0,265	
	<i>R cuadrado</i>	0,070	
	<i>N (Observaciones)</i>	383	
2	Constante	-0,039	0,827
	<i>Variables de control</i>		
	Edad	-0,430	0,034
	Género	-0,051	0,162
	Tiempo de residencia	0,058	0,153
	Trabajo relacionado con el turismo	0,074	0,145
	En los últimos 5 años ha trabajado en la industria turística	0,068	0,334
	Participación laboral de la familia en el turismo	-0,059	0,188
	<i>Variables independientes</i>		
	Percepción de los impactos económicos	0,220	0,000*
	Percepción de los impactos ambientales	0,251	0,001*
	Percepción de los impactos socioculturales	0,435	0,000*
	<i>F (Tabla ANOVA)</i>	26,921	0,000*
	<i>R</i>	0,628	
	<i>R cuadrado</i>	0,394	
	<i>N (Observaciones)</i>	383	

Nota. Datos tomados de SPSS v.25.

A este respecto, se tiene la estimación de la regresión expresada en términos absolutos de tipo lineal, observando que las actitudes de los residentes del cantón Riobamba dependen de las percepciones de los impactos económicos, ambientales y socioculturales. Las variables de control al parecer no aportan significación al modelo puesto que los valores superan el nivel crítico de 0,05.

$$\hat{Y}_i = 0,220 X_{1i} + 0,251 X_{2i} + 0,435 X_{3i} + e_i \quad (8)$$

En consecuencia, el modelo estimado muestra que se aceptan las hipótesis H_1 , H_2 y H_3 puesto que existe una relación positiva significativa entre las actitudes de los residentes hacia el turismo y la percepción de los impactos económicos, ambientales y socioculturales.

En tal sentido, para verificar la H_4 se concretó una correlación de Pearson entre la actitud de los residentes y el apoyo para un mayor desarrollo turístico a fin de confirmar si la actitud influye en el apoyo y en qué medida. Se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa, además tiene una correlación directa débil ($r_p = 0.208, p < 0.05$) entre las actitudes y el apoyo para un mayor desarrollo del turismo en el cantón.

Tabla 23

Correlación de Pearson y verificación H_4

		Actitudes de los residentes	Apoyo para un mayor desarrollo turístico
Actitudes de los residentes	Correlación de Pearson	1	,208**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	383	383
Apoyo para un mayor desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,208**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	383	383

Nota. Datos tomados de SPSS v. 25. “Obs **. En el nivel 0,01 (bilateral) la correlación es estadísticamente significativa”.

En ese marco, se respalda la H_4 cuanto más positiva sea la actitud de los residentes hacia el turismo, la probabilidad de que los residentes estén dispuestos a apoyar al turismo será menor.

5.1.7. Comprobación de las hipótesis

En la presente investigación, la primera hipótesis determina que hay una relación positiva entre el impacto económico del turismo percibido por los residentes y su actitud general hacia el turismo, de igual forma, la segunda hipótesis establece que hay una relación positiva entre el impacto sociocultural del turismo percibido por los residentes y su actitud general hacia el turismo, y, la tercera hipótesis determina que hay una relación positiva entre el impacto ambiental del turismo percibido por los residentes y su actitud general hacia el turismo, por lo que después de haber aplicado el modelo de regresión lineal múltiple con los respectivos indicadores para cada dimensión; económica, sociocultural y ambiental se ha

podido precisar mediante el coeficiente de determinación R cuadrado que, tanto los impactos económicos, ambientales y socioculturales inciden en un 39,4% en la actitud general de los residentes del cantón Riobamba hacia el turismo, a la vez el grado de correlación entre las variables fue directa fuerte, por lo que existe una relación positiva entre las variables analizadas.

De igual forma, la cuarta hipótesis establece que cuanto más positiva sea la actitud de los residentes hacia el turismo, la probabilidad de que los residentes apoyen al turismo será menor, después de haber aplicado una correlación de Pearson entre la actitud de los residentes y el apoyo para un mayor desarrollo turístico se ha podido indicar que existe una relación directa débil entre las variables, es así como se puede señalar que la probabilidad de que los residentes del cantón Riobamba apoyen al turismo es muy baja.

5.2. Discusión

En el presente trabajo de investigación, se tuvo como objetivo la caracterización del sector turístico en el cantón Riobamba donde se pudo denotar que entre las actividades relacionadas con el turismo se hallan alimentos y bebidas, alojamiento, centros de turismo comunitario, intermediación, operación e intermediación turística, parques de atracciones y transporte turístico; los mismos que demandan plazas de empleo a los residentes, mientras que a los visitantes ofertan habitaciones, camas, mesas y transporte para una mejor estadía. En este ámbito, el VAB del sector de alojamiento y servicios de comida en el cantón mantuvo una tendencia al crecimiento hasta el año 2018, sin embargo, esta industria es susceptible a crisis económicas y sociales como lo ocurrido en octubre de 2019 y el confinamiento ocasionado por la pandemia en el año 2020 originando afectaciones al sector turístico similar a lo mencionado por Camino et al. (2021) que el cese de estas actividades perjudica a las familias al no percibir ingresos.

Por los datos recolectados se pudo establecer que, Riobamba se sitúa en la primera fase del modelo de ciclo de vida de un destino turístico denominado exploración, dado que la afluencia de turistas que llegan al cantón es mínima, siendo la cultura y naturaleza lo que atrae a los visitantes, al igual que la parroquia Malacatos, Ecuador (León y Reyes, 2020) a Riobamba le hace falta iniciativas, dejando en evidencia que el cantón no cuenta con una historia turística extensa, contrario al caso estudiado por Guijarro et al. (2018) en Misahuallí, Ecuador al encontrarse en la fase de desarrollo y el estudio efectuado por Bamba (2018) en Saly ubicada en la costa de Senegal, África; donde esta zona se encuentra en la etapa de estancamiento, presentándose problemas sociales, ambientales y económicos debido a un turismo excesivo.

Al recopilar información de las percepciones que tienen los residentes tanto de la zona urbana como de la rural mediante una encuesta, se tuvo como resultado percepciones positivas respecto a los impactos económicos en vista de que en promedio están de acuerdo que el turismo en general atrae más efectos positivos que negativos sobre la economía riobambeña, resultados similares a los estudios realizados por los autores Forteza et al. (2018), Betancour y Jara (2019), Almeida et al. (2021) y García et al. (2021).

Del mismo modo, la población tiene percepciones positivas en cuanto a los impactos ambientales ya que la media está de acuerdo que el turismo trae al medio ambiente más

efectos positivos que negativos, en cambio, están un poco de acuerdo que el turismo genera contaminación, destrucción del entorno natural y lugares abarrotados por personas, contrario a lo mencionado por Kuščer y Mihalič (2019) y Haro et al. (2021) que debido a un turismo excesivo se presentan factores negativos sobre el medio ambiente como la contaminación. Otro aspecto por considerar es que, se tuvo como resultado que los riobambeños en promedio están de acuerdo que el turismo incentiva la conservación de los recursos naturales, similar a lo investigado por Muñoz (2017) en las islas Galápagos y Sumaco mencionando que el turismo promueve el cambio social y ecológico.

En atención a la percepción de los impactos socioculturales se puede acentuar que también son positivos, puesto que en general las personas consideran que el turismo trae a la sociedad y la cultura local más efectos positivos, mostrando que están un poco de acuerdo que incrementa la inseguridad y delincuencia a causa del turismo, aspecto que contrasta el estudio realizado por Barbini et al. (2018) donde se evidencia un descontento por parte de la población en cuanto a la inseguridad en la ciudad.

A continuación, se buscó determinar la relación entre la actitud de la población local del cantón Riobamba y la percepción de los impactos del turismo por medio de un análisis factorial y un modelo de regresión lineal múltiple; obteniendo de este modo, que el componente de los impactos del turismo que predomina en el análisis factorial son los socioculturales, dejando en evidencia que el cantón Riobamba se encuentra en la etapa de exploración, donde el número de turistas limitado se interesa en el cantón por la atracción de sus particularidades naturales y culturales, tal como se expuso en el caso de Chile según Armelini et al. (2013) que al encontrarse en la fase de exploración los turistas crean un vínculo positivo con los residentes, a fin de conocer sus costumbres.

Bajo esta premisa, el modelo de regresión lineal múltiple aplicado para demostrar la relación entre las actitudes de los residentes y los impactos económicos, ambientales y socioculturales del turismo percibidos por los habitantes locales confirmó la relación positiva y significativa, aceptando de esta forma las tres primeras hipótesis de la investigación, siendo el aspecto sociocultural el determinante que más se destaca, como Chen et al. (2018) también declaró en su caso de estudio. Otro hallazgo donde se utilizó esta metodología es de los autores Jani y Ngowi (2018) donde estos impactos del turismo percibidos tienen mayor influencia en la satisfacción general de los habitantes con el turismo.

Para finalizar, se analizaron las actitudes de los residentes de Riobamba respecto a su percepción sobre los impactos generados por el turismo en el cantón, considerando la Teoría del Intercambio Social en la que se postula que cuando los beneficios percibidos por los residentes superan a los costos sociales generados por el turismo, los actores locales tendrán un comportamiento de apoyo y respaldo a esta industria (Muldoon y Zoller, 2018). Contrario a tal observación se rechaza la hipótesis cuatro en esta investigación, demostrando que a pesar de que las personas en promedio están de acuerdo que las ventajas del turismo superan a las desventajas, no están abiertos a un mayor desarrollo turístico, lo cual se traduce en una actitud positiva y un comportamiento pasivo que según la matriz de actitudes y comportamiento hacia el turismo indica la aceptación y apoyo parcial por parte de los residentes conforme lo mencionado por Monterrubio y Osorio (2017) y Chang et al. (2018) en su investigación.

CAPÍTULO V

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Posterior a la recolección y análisis de datos de la industria turística, se puede determinar que, el cantón Riobamba se encuentra en la fase de exploración según el modelo del ciclo de vida de un destino turístico de Butler, ya que existe la mínima llegada de turistas que están focalizados en actividades culturales y de medio ambiente, lo que deja clara evidencia de la escasez de infraestructura existente, así como la limitada gestión turística dentro de la ciudad.
- Riobamba tiene mayor proporción de habitantes en la zona urbana siendo el género femenino el que predomina sobre el masculino, además se caracteriza por ser una ciudad universitaria por lo que la mayoría de la población es joven y cuenta con estudios de tercer nivel. En su mayoría las personas no se ocupan o se han ocupado en actividades afines al turismo, evidenciándose poca actividad turística, por lo cual se considera que el turismo no es de las principales actividades económicas, a pesar de ello, los residentes riobambeños perciben más efectos positivos que negativos en la economía local, entorno natural y en la sociedad, dado que es una actividad que aún está en desarrollo.
- Tras aplicar el análisis factorial y el modelo de regresión lineal múltiple para demostrar la relación entre las actitudes de los residentes y los impactos económicos, ambientales y socioculturales percibidos del turismo, se confirmó una relación positiva y significativa entre las variables, siendo los impactos socioculturales los que tienen una mayor predominancia al ser el primer componente que ingresó en el análisis factorial.
- Por otro lado, con el coeficiente de correlación de Pearson se encontró una asociación lineal estadísticamente significativa entre las actitudes y el apoyo para un mayor desarrollo del turismo al ser de 0,208, por lo que se concluye que es una correlación directa débil, en tal medida los residentes locales no están dispuestos a promocionar los atractivos que oferta el cantón Riobamba, de modo que tienen un comportamiento pasivo de apoyo hacia el turismo.

6.2. Recomendaciones

- Riobamba se ha caracterizado por ser un cantón que oferta atractivos turísticos, culturales, naturales, arquitectónicos y gastronómicos con baja competitividad, puesto que este sector aún se está desarrollando al estar la etapa de exploración por tener un turismo limitado enfocado en la cultura y naturaleza, según el modelo usado para comprender las percepciones de los habitantes locales ante efectos producidos por el turismo. En vista de que, el aspecto cultural es el que predomina puede emplearse el modelo de estrategias culturales de enfrentamiento local a fin de distinguir que estrategia es la que es usada por la población riobambeña.

- De igual forma, se recomienda al municipio de Riobamba impulsar el sector turístico tanto de la zona urbana como de la zona rural, a través de políticas públicas u ordenanzas cantonales enfocadas en regular, planificar, controlar, gestionar y brindar estímulos al desarrollo turístico incluyendo a los actores locales y emprendedores, dado que el turismo es una industria de rápido crecimiento que puede generar ingresos con una baja inversión.
- Por último, los encargados de la planificación turística en el cantón deberían enfocarse en maximizar y gestionar el apoyo local para el mejoramiento de infraestructuras y brindar productos turísticos de calidad con la finalidad de obtener un mayor reconocimiento a nivel nacional e internacional, considerando siempre que la percepción de los habitantes es fundamental para detectar si los costos sociales superan a los beneficios y de ser necesario tomar medidas correctivas ante impactos negativos del turismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, C., Chávez, C., Redroban, P., y Torres, L. (2019). *Desarrollo económico enfocado al ámbito turístico en el Camino del Inca* (Ecuador). *Espacios*, 40(25).
- Ahmad, S., y Azhar, M. (2018). *Economical and Societal Benefits of Tourism (A Case Study of Bomborot Chital)*. Munich Personal RePEc Archive. MPRA. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/97490/>
- Ahmad, M., Choi, Y., Jin, M., y Lee, C. (2020). Effects of Place Attachment and Image on Revisit Intention in an Ecotourism Destination: Using an Extended Model of Goal-Directed Behavior. *Sustainability*, 12(18), 7831. doi:10.3390/su12187831
- Ajzen, I., y Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. En D. Albarracín, B. Johnson, M. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (173-221)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes and personality traits*. En I. Ajzen (Ed.), *Attitudes, personality and behaviour* (1-23). McGraw-Hill International.
- Albornos, L., Dávila, C., y Enseñat, F. (2021). *Percepciones de los residentes de Pisté (Yucatán) sobre los impactos del turismo*. *Antrópica. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(13), 165–188.
- Aleshinloye, K., Draper, J., Erul, E., Jiang, J., y Woosnam, K. (2018). *Applying self-perception theory to explain residents' attitudes about tourism development through travel histories*. *Tourism Management*, 64, 357–368. doi: 10.1016/j.tourman.2017.09.015
- Almeida, N., Linderová, I., y Scholz, P., (2021). *Attitudes of local population towards the impacts of tourism development: evidence from Czechia*. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.684773>
- Álvarez, D., Ramón, J., y Sánchez, M. (2019). *Residents' attitudes towards different tourist offers: Maldonado-Punta del Este conurbation (Uruguay)*. *European Journal of Government and Economics*. 8(1), 30-47. <http://dx.doi.org/10.17979/ejge.2019.8.1.4580>
- Anderson, W., y Westcott, M. (2021). *Introduction to tourism and hospitality in B.C.* (2a ed.). BCCampus. <https://opentextbc.ca/introtourism2e/>
- Araújo, G., y De Sevilla, M. (2017). *Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar*. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 62-85.
- Arenas M., Bermúdez V., Carrillo S., Chacón J., Espinosa J., Hernández J., Rodríguez J., Peñaloza M. y Toloza C., (2018). *Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones*. *Revista Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*. 37 (5). 588-590. <https://bit.ly/3Jqvevx>
- Armellini G., García, B. y Reinares A. (2013). *Tourist Destinations' Life Cycle & Communication Strategies: The Cases of Spain and Chile*. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDRResearch ESIC*. 7 (7). 76-93 DOI: 10.7263/ADR.004.01.5
- Azizov M., Mammadov J., Mikayilov, J. y Mukhtarov, S. (2019). *Re-evaluating the environmental impacts of tourism: does EKC exist?* *Environ Sci Pollut Res*. <https://doi.org/10.1007/s11356-019-05269-w>
- Balbuena Vázquez A., Barrera Fernandez D., y Hernandez Escampa M. (2017). *El impacto Sociocultural del turismo de Benalmádena*. *International Journal of Scientific Management and Tourism*. 3 (1), 31-47. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5975073.pdf>

- Bamba, M. (2018). An Application of Butler's (1980) *Tourist Area Life Cycle to Saly (Senegal)*. *International Journal for Innovation Education and Research*, 6(1), 47-56. <https://doi.org/10.31686/ijer.vol6.iss1.919>
- Banco Central del Ecuador (2021). *Cuentas cantonales (anuales)*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/CuentasCantonales/Indice.htm>
- Barbini, B., Castellucci, D., y Cruz, G. (2018). *Comunidad residente y turismo: percepción de los impactos en un destino de sol y playa. El caso de Mar del Plata (Argentina)*. En G. Guijarro, A. Muñoz, y M. Osorio (Eds.), *Tendencias de investigación en turismo en América Latina. Estudios de caso. Grupo Turismo y Sociedad* (45–63). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://nulan.mdp.edu.ar/2987/>
- Betancour, A., y Jara, D. (2019). *Percepción del desarrollo del turismo: casos residentes de la parroquia urbana El Sagrario de la ciudad de Cuenca, Ecuador* [Tesis de Grado] Universidad de Cuenca
- Boğan, E., Çalışkan, C., Dedeoğlu, B., y Gursoy, D. (2019). *Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 117–128. doi: 10.1016/j.jhtm.2019.03.00
- Bohner, G., y Dickel, N. (2017). *Attitudes and Attitude Change*. *Annual Review of Psychology*, 62(1), 391–417. doi: 10.1146/annurev.psych.121208
- Boley, B., Green, G., Woosnam, K., y Yeager, E. P., (2020). *Modeling residents' attitudes toward short-term vacation rentals*. *Journal of Travel Research*, 59(6), 955–974. <https://doi.org/10.1177/0047287519870255>
- Borja, M., González, M., Pinilla, D., y Zurita, E. (2021). *Sector Turístico y su impacto en la economía ecuatoriana*, (1ra ed.). Universidad Nacional de Chimborazo. http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/obsrepositorio/libros/portadas/67/Sector_Turistico.pdf
- Briñol, P., Petty, R., y Stavrakı, M. (2019). *Structure and Function of Attitudes*. Oxford Research Encyclopedia of Psychology. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190236557.013.320>
- Brown, N. (2018). *Residents' perception of their quality of life and tolerance of tourism as a diagnostic model for assessing the social carrying capacity in small island developing states: the case of ocho Rios, Jamaica*. <https://hdl.handle.net/11244/321156>
- Caballero-Galeote, L., García-Mestanza, J., y Haro-Aragú, M. (2021). *Stakeholders' Perception on the Impacts of Tourism on Mass Destinations: The Case of Seville*. *Sustainability*, 13(16), 1-27. doi:10.3390/su13168768
- Camino, S., Cuenca, G., Cunalata, C., y Orellana, Z. (2021). *Efectos del Covid-19 en el sector turismo*. *Estudios sectoriales. Investigación y Estudios* <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/Sector-Turismo-03-08-2021.pdf>
- Carona, J. (2014). *Actitudes de los residentes hacia el turismo en destino turísticos consolidados: El caso de Ibiza* [Tesis doctoral, Universitat de les Illes Balears]. Repositorio institucional de la Universitat de les Illes Balears. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104266/tjrc1de1.pdf;jsessionid=D2BC123DEEE859F1EB4A1D2484535DDA?sequence=1>
- Castellucci, D., Cruz, G., y Barbini, B. (2016). *Percepción de los residentes sobre los impactos del turismo. El caso de Mar del Plara (Argentina)*. VII Congreso Latinoamericano de Investigación Turística (CLAIT). <http://nulan.mdp.edu.ar/2521/>

- Castilho, L., De Vleeschouwer, K., Milner, E., y Schiavetti, A. (2018). *Attitudes and Behaviors of Rural Residents Toward Different Motivations for Hunting and Deforestation in Protected Areas of the Northeastern Atlantic Forest, Brazil*. *Tropical Conservation Science*, 11, 1-14. doi:10.1177/1940082917753507
- Caviedes D., y Olaya A. (2018). *Ecoturismo en áreas protegidas de Colombia: una revisión de impactos ambientales con énfasis en las normas de sostenibilidad ambiental*. *Revista Luna Azul*, (46), 311-330. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/lunazul/article/view/3271>
- Caviedes Rubio D. I., y Olaya Amaya A. (2018). *Ecoturismo en áreas protegidas de Colombia: una revisión de impactos ambientales con énfasis en las normas de sostenibilidad ambiental*. *Revista Luna Azul*, (46), 311-330. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/lunazul/article/view/3271>
- Çelik, S., y Rasoolimanesh, S. (2021). *Residents' Attitudes towards Tourism, Cost-Benefit Attitudes, and Support for Tourism: A Pre-development Perspective*. *Tourism Planning and Development*, 1–19. doi:10.1080/21568316.2021.1873836
- Chan, C., Legerer, A., y Peters, M., (2018). *Local Perception of Impact-Attitudes-Actions towards Tourism Development in the Urlaubsregion Murtal in Austria*. *Sustainability*, 10(7), 2360. doi:10.3390/su10072360
- Chang, K., Chien, H., Cheng, H., y Chen, H. (2018). *The Impacts of Tourism Development in Rural Indigenous Destinations: An Investigation of the Local Residents' Perception Using Choice Modeling*. *Sustainability*, 10 (12), 4766. doi: 10.3390 / su10124766
- Chang., K. (2021) The affecting tourism development attitudes based on the social exchange theory and the social network theory, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(2), 172. doi: 10.1080/10941665.2018.1540438
- Chen, K., Gursoy, D., y Lau, K. (2018). *Longitudinal impacts of a recurring sport event on residents with different level of event involvement*. *Tourism Management Perspectives*, 28, 228–238. doi: 10.1016/j.tmp.2018.09.005
- Chérrez B., López C., y Logroño I. (2021). *Tourism as a resource generator of growth and economic development through statistical indicators*. *FIPCAEC* 23 (6) 1, 648-664. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.361>
- Chilton, K., y Jung, K. (2018). The applicability of growth machine theory to the knowledge
- Cornejo, J., Andrade, E., Chavez, R., y Espinoza, R. (2018). *Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México*. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 16(3), 745-754. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.053>
- Crotts, J., Ghanian, M., y Ghoochani, O. (2014). *An application of European Performance Satisfaction Index towards rural tourism: The case of western Iran*. *Tourism Management Perspectives*, 11, 77–82. doi: 10.1016/j.tmp.2014.04.005
- Delfino, G., Valencia, J., y Zubieta, E. (2005). Valores y Actitudes en Elena Zubieta (Ed.), *Psicología Política y Social. Procesos teóricos y estudios aplicados*, 25-46. EcoEditores
- Díaz, R., Garau, J. y Gutiérrez, D. (2007). *Actitud del Residente en Destinos Turísticos Insulares: Un Análisis Comparativo*. XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing
- Díaz-Armas, R, Garau-Vadell, J., y Gutierrez Taño, D. (2018). *Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations*. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 68–75. 10.1016/j.jdmm.2016.08.008
- Dies, V. (2020). *La teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos: el caso de Tandil*. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18 (1), 1-26

- Dogru, T., Mody, M., Suess, C., y Woosnam, K. (2020). Hapless victims or empowered citizens? Understanding residents' attitudes towards Airbnb using Weber's Theory of Rationality and Foucauldian concepts. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–23. doi:10.1080/09669582.2020.1834567
- economy. *International Journal of Social Economics*, 45(4), 582–601. doi:10.1108/ijse-102016-0293
- Escamilla, P., González, R., López, S. y Nuñez, J. (2020). *Residents' perceptions of sports tourism: impacts, quality of life and support for the industry*. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 20(2), 174-188
- Espino, R., López del Pino, F., y Tovar, B., (2020). *Residents' perceptions and attitudes towards the cruise tourism impact in gran Canaria*. *Research in Transportation Business and Management*, <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100586>
- Eusébio, C., Vieira, A. L., y Lima, S. (2018). *Place attachment, host–tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: the case of Boa Vista Island in Cape Verde*. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890–909. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425695>
- Fanjul, M., Fernández, M., Barceló A. (2017). *De la definición de turismo a los diferentes tipos de desplazamiento*. Una guía para entender qué es el turismo. AMEC Ediciones
- Ferrer, J., Ringer, A., Saville, K., Parris, M., y Kashi, K. (2022). *Students' motivation and engagement in higher education: the importance of attitude to online learning*. *High Educ* 83, 317–338. <https://doi.org/10.1007/s10734-020-00657-5>
- Flores A., Limaico C., Miranda, P., y Verdugo, C. (2018). *Análisis estadístico descriptivo de los indicadores políticos que potencian el turismo en Riobamba*. *Polo del Conocimiento* (21 ed.) 3(7), 453-480. <https://doi.org/10.23857/pc.v3i7.566>
- Forteza, J., Loor, D., y Sánchez, A. (2018). *Análisis de la percepción de la población del cantón Paján (Ecuador) hacia la implementación de la actividad turística*. *Revista Espacios*. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n37/a18v39n37p19.pdf>
- Fujita, Y., Koshiba, S., Miyakuni, K., y Rengiil, G. (2018). *Residents' Attitudes toward Tourism in an-Island Destination, Focusing on Ecocentric Attitudes: The Case of the Republic of Palau*. *Palau Coral Reef Island Ecosystem Project*, 1-26.
- García, F., Gutiérrez, D., y Martínez, J. (2020). *La participación de los millennials en el desarrollo turístico de Canarias: un análisis a partir de la Covid-19*. En M. Simancas, R. Hernández y N. Padrón (Ed.), *Turismo pos-Covid-19. Reflexiones, retos y oportunidades* (755-763). Cátedra de Turismo Caja Canarias - Ashotel de la Universidad de La Laguna
- García, M., Mendoza, M., Saldaña, O., Serrano, R. del C., y Villalón, A. (2018). *La Percepción de los Impactos del Turismo en la Comunidad de Ixtapa-Zihuatanejo, México, desde el Modelo de Mapas Causales*. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 10(3), 441–463. <https://doi.org/10.18226/21789061.v10i3p441>
- García, S., Hernández, L., y Solis, M. (2019). La importancia de la actitud del residente en la experiencia del turista. *Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Celaya* (pp. 1282-1287). *Academia Journals*
- Goeldner, C., y Brent, J., (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. (11). John Wiley y Sons.
- González, A. (2019). *Reseña del libro Impactos socioculturales del turismo*. Dimensiones conceptuales, teóricas y empíricas. *Dimensiones Turísticas*, 3(4), 117-125. <https://doi.org/10.47557/PGPW7297>
- GoRaymi (2020). *Parroquias de Riobamba*. <https://bit.ly/3mjmexo>

- Guijarro, G., Pacheco, V., y Verdesoto, J. F. (2018). *Percepciones y sostenibilidad del turismo comunitario: comunidad Shiripuno. Misahuallí – Ecuador*. Antropología Cuadernos de investigación, 19(12). <https://doi.org/10.26807/ant.v0i19.146>
- Guillén Arguelles E., Obombo Magio K. y Velarde Valdez M. (2018). *Actitudes de los residentes hacia el turismo en los barrios marginales y basureros. ¿Filantropía o una extraña curiosidad por la pobreza?* Estudios y perspectivas en Turismo, 27 (3), 506-532 <https://www.redalyc.org/journal/1807/180757123002/html/>
- Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R., y Wei, W. (2018). *Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: a meta-analysis*. Journal of Hospitality Marketing y Management, 1–28. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516589>
- Gutiérrez, D. (2009). *Las actitudes de los residentes ante el turismo* [Tesis doctoral, Universidad de la Laguna]. Repositorio institucional de la Universidad de la Laguna. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/9781/cs256.pdf?sequence=1>
- Gutiérrez, D., Díaz, R., y Garau, J. (2020). *El rol del residente en la recuperación de los destinos turísticos*. En M. Simancas, R. Hernández y N. Padrón (Ed.), Turismo pos-Covid-19. Reflexiones, retos y oportunidades (311-318). Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna
- Haro, M., García, J., y Caballero, L. (2021). *Stakeholders' Perception on the Impacts of Tourism on Mass Destinations: The Case of Seville*. Sustainability, 13(16), 8768.
- Homans, George C. (1958), Comportamiento social como intercambio. Revista estadounidense de sociología 63(6), 597-606
- Ianioglo, A., y Rissanen, M. (2020). *Tendencias globales y desarrollo del turismo en áreas periféricas*. Revista escandinava de hospitalidad y turismo, 20(5), 520–539. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1848620>
- Jani, D. (2018). *Residents' perception of tourism impacts in Kilimanjaro: An integration of the social exchange theory*. Tourism, 66(2), 148–160.
- Jani, D., y Ngowi, R. (2018). *Residents' perception of tourism and their satisfaction: Evidence from Mount Kilimanjaro, Tanzania*. Development Southern Africa, 1–12. <https://doi.org/10.1080/0376835x.2018.1442712>
- Juknevičienė, V., Mejerė, O., Šaparnienė, D., Raišutienė, J., y Rupulevičienė, R. (2022). *Expression of Behavior and Attitudes toward Sustainable Tourism in the Youth Population: A Search for Statistical Types*. Sustainability, 14(1), 473. <https://doi.org/10.3390/su14010473>
- Kimps, S., Neuts, B., y Van der Borg, J. (2021). *Resident Support for Tourism Development: Application of a Simplified Resident Empowerment through Tourism Scale on Developing Destinations in Flanders*. Sustainability, 13(12), 6934. doi:10.3390/su13126934
- Kuščer, K., y Mihalič, T. (2019). *Residents' Attitudes towards Overtourism from the Perspective of Tourism Impacts and Cooperation—The Case of Ljubljana*. Sustainability, 11(6), 1823. <https://doi.org/10.3390/su11061823>
- Larisa, C. (2016). *The Importance of Tourism to a Destination's Economy*. Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics. doi:10.5171/2016.143495
- León, R., y Reyes, M. (2020). *Percepción de actores locales respecto al turismo rural como estrategia de desarrollo*. Caso parroquia Malacatos, Ecuador. Revista Científica Ecociencia, 7(3), 1–24. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.73.342>
- Lucero, K. (02 abril, 2020). *El leve crecimiento de la economía en 2019 es un logro frente a lo vendrá este año*. Gestión Digital. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-leve-crecimiento-de-la-economia-en-2019-es-un-logro-frente-lo>

- Maqbool S., Tarique M., y Rasool H. (2021) *The relationship between tourism and economic growth among BRICS countries: a panel cointegration analysis*. *Futur Bus J*, 1(7). <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00048-3>
- Martín, B. (1999). The efficacy of growth machine theory in explaining resident perceptions of community tourism development. *Tourism Analysis*, 4(1), 47-55. <https://n9.cl/v0oa7>
- Mendoza M., Pacheco, M., y Rivera R. (2018). *La tolerancia del turismo y la transformación de una fiesta tradicional: actitudes de la población local*. *Investigaciones Turísticas* (16), 127-142. <http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2018.16.07>
- Méndez, C., y Rondón, M. (2014). *Introducción al análisis factorial exploratorio*. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 41(1), 197-207. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502012000100014
- Ministerio de Turismo (04 de octubre de 2021). *Información turística del Ecuador. Establecimientos registrados del cantón Riobamba*. MINTUR. <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>
- Monterrubio, C., Sosa, A., y Osorio, M. (2018). *Impactos del turismo residencial percibidos por la población local: una aproximación cualitativa desde la teoría del intercambio social*. *LiminaR*, 16(1), 103-118. <https://doi.org/10.29043/liminar.v16i1.567>
- Monterrubio, C., y Osorio, M. (2017). *Actitudes locales ante el turismo residencial: Un análisis basado en la matriz de actitudes y comportamiento*. *El periplo sustentable*, 33, 221-250. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000200221
- Moral S. (2017). *Los impactos económicos del Turismo: el caso del turismo fronterizo*. *Revista de Investigaciones Turísticas*. (16) 63-77
- Muldoon, J., y Zoller, Y. (2018). *Illuminating the principles of social exchange theory with Hawthorne studies*. *Journal of Management History*. doi:10.1108/jmh-05-2018-0026
- Municipio de Riobamba (2016). *Riobamba destino turístico de calidad*. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba. <https://bit.ly/39tQcvY>
- Municipio de Riobamba (2019a). *Lugares Turísticos de Riobamba*. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba. <https://bit.ly/3H3guSg>
- Municipio de Riobamba (2019b). *Ruta Turismo Rural en Riobamba*. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba. <https://bit.ly/3NoDiyf>
- Municipio de Riobamba (2019c). *Boletín Demanda Turística*. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba.
- Muñoz, A. (2017). *Percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biosfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco*. *Investigaciones Geográficas*, 2017(93), 110-125. <https://doi.org/10.14350/rig.47805>
- Myers, D., y Twenge, J. (2019). *Comportamiento y Actitudes*. En P., Fernández, A., Bautista y G., Martínez (Ed.), *Psicología Social* (13a, 95-120). McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: La Covid-19 y la transformación del turismo*. Naciones Unidas. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- Ngowi, R., y Jani, D. (2018). *Residents' perception of tourism and their satisfaction: Evidence from Mount Kilimanjaro, Tanzania*. *Development Southern Africa*, 1-12. <https://doi.org/10.1080/0376835x.2018.1442712>
- Nogués, A. (2020). *El turismo como contexto. Disparidades*. *Revista De Antropología*, 75(1). <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001c>

- Nunkoo, R. (2016). Toward a More Comprehensive Use of Social Exchange Theory to Study Residents' Attitudes to Tourism. (39) 590 [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30303-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30303-3)
- Olmedo, M., Palafox, A., y Lagunas, S. (2020). *Propuesta metodológica para el estudio de la percepción de los residentes de la isla Cozumel*. *Revista De Investigación En Turismo* 10(1), 1-24. <https://revistes.ub.edu/index.php/ara/article/view/30991>
- Ovalles, G. y Urbina, J. (2018). Teoría de las representaciones sociales. Una aproximación al estado del arte en América Latina. *Psicogente* 21(40), 495-544. <https://doi.org/10.17081/psico.21.40.3088>
- Parlamento Andino. (15 de agosto de 2021). *Fundación de Riobamba: La Sultana de los Andes*. <https://www.parlamentoandino.org/index.php/actualidad/noticias/327-fundacion-de-riobamba-la-sultana-de-los-andes>
- Pazmiño, F. (2019). *Competitividad turística de la ciudad de Riobamba, valorada mediante análisis multivariante y alternativas para la consolidación como destino turístico*. [Tesis de maestría, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Repositorio Institucional.
- Půtová, B. (2018). *Anthropology of Tourism: Researching Interactions between Hosts and Guests*. *Czech Journal of Tourism*, 7(1), 71-92. <https://doi.org/10.1515/cjot-2018-0004>
- Ramírez, O. (2020). *Hacia un replanteamiento del modelo de irritabilidad de Doxey con base en las actitudes del residente local hacia el visitante*. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 8 (22). <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2020.22.75813>
- Salvador, C. (2017). *Los impactos económicos del turismo: El caso del turismo fronterizo*. *Gran Tour*, 16, 63-77. <https://bit.ly/3wDjL5Z>
- SITEAL. (2019). *Sistema Educativo del Ecuador*. UNESCO.
- Van, N. (2020). *Resident perceptions toward tourism development in Nui Coc Lake, Vietnam: A social exchange theory approach*. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 9(2), 1-17. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_57_vol_9_2__2020_vietnam.pdf
- Wooldridge, J. (2009). *Introducción a la econometría*. Un enfoque moderno. (4a. ed.). Cengage Learning
- Xiangping, L., y Wan, Y. (2016). Residents' support for festivals: integration of emotional solidarity, *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 517-535. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1224889>
- Yusuf, M. (2020). *How Far Can Tourism Go? Residents' Attitudes toward Tourism Development in Yogyakarta City, Indonesia*. *Indonesian Journal of Geography*. 52(2), 208-218. <http://dx.doi.org/10.22146/ijg.38375>

ANEXOS

Anexo A

Revisión de literatura

Estudio	Herramientas	Resultados obtenidos
<p>Título: Stakeholders' Perception on the Impacts of Tourism on Mass Destinations: The Case of Seville. Sustainability Percepción de los grupos de interés sobre los impactos del turismo en los destinos masivos: el caso de Sevilla</p>	<p>Modelo: Esta investigación analiza las percepciones de residentes, turistas, alojamientos y académicos sobre el turismo de masas en la ciudad de Sevilla, para lo cual el diseño de estudio se centró en la recopilación, procesamiento y análisis de datos cuantitativos y cualitativos</p>	<p>Se constató que el turismo se ha ido convirtiendo en uno de los principales motores económicos de España, el cual es competitivo e incluso recomendable en determinadas circunstancias. Asimismo, los impactos que ha generado la presencia del turismo tienen efectos positivos y apuesta por un modelo de turismo sostenibles el cual demanda que la naturaleza no se degrade, ya que el turismo no puede separarse del medio ambiente.</p>
<p>Autores: Haro Aragón, M., García-Mestanza, J., y Caballero-Galeote, L. (2021)</p>	<p>Variables: género, edad, niveles de estudio y distritos, turismo de masas, alojamiento, generación de empleo</p>	
<p>Título: Attitudes of local population towards the impacts of tourism development: evidence from Czechia Actitudes de la población local hacia los impactos del desarrollo turístico evidencia de Checa</p>	<p>Modelo: Se obtuvo información primaria a través de una encuesta de cuestionario de trece preguntas abiertas, semiabiertas y cerradas, para los residentes de Predharadí. Los métodos de investigación que se utilizaron fueron cuantitativos, se utilizó métodos matemáticos, estadísticos, el método de análisis, el análisis de correspondencia (CA) y el método de generalización, evaluando los resultados por medio del programa Statistica 13</p>	<p>El desarrollo del turismo trae consigo impactos positivos para los destinos como el crecimiento económico, nuevas oportunidades laborales y comerciales, estimulando así la economía local, pero los efectos del desarrollo turístico no son solo positivos sino también negativos como la contaminación.</p>
<p>Autor: Scholz P., Linnderová, I., y Almeida N. (2021)</p>	<p>Variables: Género, Edad, tiempo de vida en el municipio, desarrollo económico, Oportunidades laborales, renacimiento de tradiciones, renacimiento del arte, mayor nivel de servicios, cuidado del espacio público. Mejor cuidado de los monumentos culturales, mayor tráfico, visitantes, ruido, fenómenos socialmente patógenos, comportamiento de los turistas.</p>	
<p>Título: Propuesta metodológica para el estudio de la percepción de los residentes de la isla Cozumel</p>	<p>Modelo: Se realizó un cuestionario que constaba de cuatro secciones haciendo uso de la escala de Likert de 5 puntos, contemplando 56 preguntas. La información que resultó de esta encuesta se analizó mediante técnicas estadísticas y los resultados derivados del estudio estuvieron en el índice Irridex de Doxey (1975)</p>	<p>Los residentes perciben que el turismo es la actividad que genera empleo y por el cual obtienen beneficios económicos; además, no se afecta en la pérdida de costumbres de la zona. No obstante, esta actividad no considera el</p>

Autores: Olmedo, Palafox y Lagunas (2020)	Variables: Aspectos económicos, medioambientales, sociales, opinión sobre el turismo en Cozumel y datos sociodemográficos	cuidado del medio ambiente por lo que se genera contaminación y ocasiona que existan problemas de tráfico, estacionamiento y accidentes.
Título: Percepciones de los residentes sobre el turismo deportivo: impactos, calidad de vida y apoyo al sector	Modelo: Analizaron los estadísticos descriptivos y la proporción de varianza explicada de una variable dependiente en relación con las variables independientes, tomando en consideración el enfoque clásico de Baron y Kenny (1986) que consiste en demostrar el efecto mediador de las variables utilizando una regresión lineal simple.	Cuánto mayor sean las percepciones positivas de los habitantes respecto a los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales mayor será el apoyo al desarrollo del turismo en Gran Canaria.
Autores: González, Escamilla, López y Nuñez (2020)	Variables: sociodemográficas, percepción sobre la calidad de vida de los residentes y apoyo al desarrollo del turismo deportivo	Los resultados en este estudio obtenidos demuestran algunos factores que influyen negativamente en la satisfacción de los locales con la presencia turística, sin embargo, la cooperación ayuda a mitigar dichas percepciones negativas en cuanto al excesivo turismo en Liubliana.
Título: Residents' Attitudes towards Overtourism from the Perspective of Tourism Impacts and Cooperation—The Case of Ljubljana Actitudes de los residentes hacia el turismo excesivo desde la perspectiva de los impactos del turismo y cooperación: el caso de Liubliana	Modelo: Se implementa el modelo SRT que consiste en evaluar el riesgo del excesivo turismo por satisfacción el residente, del mismo modo, se basa en el análisis factorial exploratorio (EFA). Los datos se obtuvieron mediante un cuestionario que fue informado por el Sistema Europeo de Indicadores de Turismo utilizando una escala de Likert de 5 puntos	Los residentes de Puerto Morelos valoran los costos y beneficios del desarrollo del turismo residencial lo cual puede impulsar a las grandes y pequeñas empresas.
Autores: Kuščer y Mihalič, (2019)	Variables: Datos demográficos, Impactos económicos, socioculturales, ambientales y de cooperación de las partes interesadas	Se puede evidenciar que los habitantes del Centro Integralmente Planificado de Ixtapa-Zihuatanejo, Guerrero, México; presentan un mayor crecimiento económico, como un impacto positivo del turismo, lo que da paso a
Título: Impactos del turismo residencial percibidos por la población local: una aproximación cualitativa desde la teoría del intercambio social	Modelo: Realizan un análisis de carácter exploratorio que se enfoca en las dimensiones sociales del turismo, considerando las postulaciones de la teoría del intercambio social.	
Autores: Monterrubio, Sosa, y Osorio (2018).	Variables: quienes son los turistas, turismo residencial a nivel personal y turismo residencial a nivel comunitario	
Título: La Percepción de los Impactos del Turismo en la Comunidad de Ixtapa-Zihuatanejo, México, desde el Modelo de Mapas Causales	Modelo: Se usó el método cuantitativo para identificar la percepción de los residentes sobre su condición de bienestar, y un método mixto o estructural para estudiar las relaciones de causalidad. Se aplicó una encuesta estadística intencional no probabilística donde la elección de las variables se basó en los estudios de Brunt y Courtney, Delamere, Wankel y Hinch, y Sharpley. Además,	

	se aplicó el Modelo Mapas causales, el cual se deriva del análisis de Redes Sociales.	
Autores: Osorio; Villalón; Serrano; Mendoza y Saldaña (2018)	Variabes: Sexo, Lugar de Nacimiento, Edad, Grado Máximo de Estudios, Ingresos que provienen del turismo, Domicilio, Tipo de vivienda, Tiempo de residencia, Ocupación, Tipo de relación que tiene con el turista.	una mejora en la calidad de vida de los mismos gracias a la creación de nuevos puestos de empleo.
Título: Residents' perception of tourism and their satisfaction: Evidence from Mount Kilimanjaro, Tanzania Percepción de los residentes sobre el turismo y su satisfacción: evidencia del monte Kilimanjaro, Tanzania	Modelo: Los datos se recopilaron mediante encuestas que fueron procesadas mediante análisis descriptivos e inferenciales y para probar las hipótesis se usó una regresión lineal múltiple moderada	Los residentes están satisfechos con los impactos del turismo en su área y perciben que este tiene más beneficios en comparación con los costos. Relativamente, los residentes que obtienen beneficios económicos del turismo son más comparados con aquellos que participan tomar decisiones turísticas en sus respectivas áreas.
Autores: Ngowi y Jani (2018)	Variabes: Condiciones económicas, variables sociodemográficas, percepciones económicas, socioculturales y ambientales	
Título: The Impacts of Tourism Development in Rural Indigenous Destinations: An Investigation of the Local Residents' Perception Using Choice Modeling. Los impactos del desarrollo turístico en los destinos rurales indígenas: una investigación de la percepción de los residentes locales utilizando modelos de elección	Modelo: Para el desarrollo de la investigación se utilizó el método del Modelo de Elección Discreta (DCM). Para el análisis de datos se utilizó el software estadístico R, el cual permite realizar la regresión logística mixta. El modelo Logit estándar permitió examinar las opciones discretas desordenadas multinomiales.	Los impactos que influyen en la percepción de los residentes es la contaminación la misma que afecta la calidad de vida, la alteración del entorno natural, la arquitectura cultural y la preservación del paisaje Los residentes locales valoran en mayor proporción los planes de turismo que mejoran su identidad cultural y actúan para proteger su patrimonio cultural.
Autores: Chang K., Chen H., Cheng H. y Chien H. (2018)	Variabes: Sexo, Educación, Calidad de vida, conflictos, entorno natural disturbio, arquitectura cultural y preservación del paisaje, creación de empleo, gasto.	
Título: Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México	Modelo: La información se recopiló mediante encuestas la misma que se dividió en seis secciones y se implementó el muestreo probabilístico. La encuesta constaba de 18 preguntas, para responderlas se usó la escala de Likert de 5 puntos y para realizar un análisis general de las respuestas se utilizó la media aritmética de cada grupo para después realizar una comparación de cada	De forma general, la percepción que se tiene acerca del impacto del desarrollo turístico en Tapalpa es positiva, por ende, la calidad de vida de la población ha mejorado en menor proporción, sin embargo, existen impactos

<p>Autores: Andrade E., Chavez M., Cornejo J. y Espinoza R. (2018)</p>	<p>pregunta haciendo uso de la prueba T y una prueba de muestras independientes (pobladores locales y turistas).</p> <p>Variabes: Impactos económicos positivos, económicos negativos, socioculturales positivos, socioculturales negativos, ambientales negativos, ambientales positivos, información demográfica.</p>	<p>ambientales que afectan esa calidad de vida como la contaminación, congestión, basura y el ruido.</p>
<p>Título: Place attachment, host–tourist interactions, and residents’ attitudes towards tourism development: the case of Boa Vista Island in Cape Verde Apego al lugar, interacciones anfitrión-turista y actitudes de los residentes hacia el desarrollo turístico: el caso de la isla de Boa Vista en Cabo Verde</p>	<p>Modelo: Utilizan un modelo conceptual basado en tres teorías: teoría del intercambio social, lugar adjunto y contacto social. El cuestionario es de tipo estructurado siguiendo una combinación de muestreo por conglomerados y por conveniencia, el mismo que considera cuatro factores que determina las actitudes de los residentes tomando como base la escala de Likert de 7 puntos. Para la evaluación del modelo de medición se realizó un análisis factorial, tanto exploratorio (EFA) como confirmatorio (CFA).</p>	<p>Los resultados indican que las actitudes de los locales se ven afectadas más de forma positiva que negativa. Por lo tanto, la interacción entre los residentes y turistas surge como el determinante más fuerte (directo e indirecto) de las actitudes de los residentes hacia el desarrollo turístico.</p>
<p>Autores: Eusébio C., Vieira A., y Lima S., (2018)</p>	<p>Variabes: Apego al lugar; interacciones anfitrión-turista; percepción de los residentes de los impactos positivos del turismo y las percepciones de los residentes sobre los impactos negativos del turismo.</p>	
<p>Título: Local Perception of Impact-Attitudes-Actions towards Tourism Development in the Urlaubsregion Murtal in Austria Percepción local de impacto-actitudes-acciones hacia el desarrollo turístico en Urlaubsregion Murtal en Austria</p>	<p>Modelo: La parte empírica del artículo es un cuestionario aplicado a los pobladores de URM, en el cual se determinaron los constructos, las variables y las preguntas mediante un análisis de operacionalización, la escala de Likert de 6 puntos. Para el análisis de los resultados se optó por la estadística descriptiva como frecuencias y tablas cruzadas y para probar la hipótesis, los datos se ingresaron al SPSS 22 para el análisis de correlación bivalente y análisis multivariante que incluyeron el análisis factorial y regresión múltiple.</p>	<p>Los resultados del artículo señalaron algunos inconvenientes del desarrollo turísticos que se encuentran relacionados con los impactos negativos y positivos para los locales al mismo tiempo, para los responsables de las tomas de decisiones es fundamental investigar más a fondo, tienen que maximizar y gestionar tanto el apoyo local para la infraestructura y los productos turísticos, además gestionar una población que sea anfitriona y acogedora.</p>
<p>Autores: Peters M., Chan C. y Legerer. (2018)</p>	<p>Variabes: Económico Impactos, Ambiental Impactos, Sociocultural Impactos, Actitud, Comportamiento, Dependencia, Demografía</p>	

Nota. Esta tabla muestra los artículos relacionados con el tema de investigación.

Anexo B

Diseño del cuestionario

Variables	Indicadores	Opciones de respuesta	N° de ítem	Código	Autor
Impactos Económicos	El turismo aporta mayores inversiones y gastos al Cantón Riobamba	1. Totalmente de acuerdo	01	IE1	Escamilla, González, López y Nuñez (2020)
		2. De acuerdo			
		3. Un poco de acuerdo			
		4. Algo en desacuerdo			
		5. No estoy de acuerdo			
Impactos Económicos	El turismo ayuda a mejorar la situación económica en el Cantón Riobamba	1. Totalmente de acuerdo	02	IE2	Escamilla, González, López y Nuñez (2020)
		2. De acuerdo			
		3. Un poco de acuerdo			
		4. Algo en desacuerdo			
		5. No estoy de acuerdo			
Impactos Económicos	Los precios de los productos, servicios e inmuebles han aumentado debido al turismo	1. Totalmente de acuerdo	03	IE3	Espino, López del Pino y Tovar (2020)
		2. De acuerdo			
		3. Un poco de acuerdo			
		4. Algo en desacuerdo			
		5. No estoy de acuerdo			
Impactos Económicos	El aumento del número de turistas en el Cantón Riobamba ayuda al desarrollo de la economía local	1. Totalmente de acuerdo	04	IE4	Kuščer y Mihalič (2019)
		2. De acuerdo			
		3. Un poco de acuerdo			
		4. Algo en desacuerdo			
		5. No estoy de acuerdo			
Impactos Económicos	El turismo genera nuevas oportunidades de negocio en el Cantón Riobamba	1. Totalmente de acuerdo	05	IE5	Álvarez, Ramón y Sánchez (2019)
		2. De acuerdo			
		3. Un poco de acuerdo			
		4. Algo en desacuerdo			
		5. No estoy de acuerdo			
		6. Totalmente en desacuerdo			

	En general, el turismo trae a la economía local más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	06	IE6	Chan, Legerer y Peters (2018)
	El turismo incentiva la conservación de los recursos naturales	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	07	IA1	Yusuf (2020)
	El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	08	IA2	Álvarez, Ramón y Sánchez (2019)
Impactos Ambientales	El turismo ocasiona que durante temporada alta los lugares se vean abarrotados e inaccesibles	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	09	IA3	Chan, Legerer y Peters (2018)
	El turismo genera congestión del tráfico vehicular, el ruido y la contaminación (basura, aguas residuales)	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	10	IA4	Fujita, Koshiba, Miyakuni y Rengiil (2018)
	La construcción de hoteles y otras instalaciones turísticas destruye el entorno natural del Cantón Riobamba	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	11	IA5	Boğan, Çalışkan, Dedeoğlu y Gursoy (2019)

	En general, el turismo trae al medio ambiente más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	1.	Totalmente de acuerdo	12	IA6	Chan, Legerer y Peters (2018)
		2.	De acuerdo			
		3.	Un poco de acuerdo			
		4.	Algo en desacuerdo			
		5.	No estoy de acuerdo			
		6.	Totalmente en desacuerdo			
	El desarrollo del turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón Riobamba	1.	Totalmente de acuerdo	13	IS1	Kuščer y Mihalič (2019)
		2.	De acuerdo			
		3.	Un poco de acuerdo			
		4.	Algo en desacuerdo			
		5.	No estoy de acuerdo			
		6.	Totalmente en desacuerdo			
	El turismo aumenta la disponibilidad de instalaciones recreativas para los habitantes	1.	Totalmente de acuerdo	14	IS2	Van (2020)
		2.	De acuerdo			
		3.	Un poco de acuerdo			
		4.	Algo en desacuerdo			
		5.	No estoy de acuerdo			
		6.	Totalmente en desacuerdo			
Impactos Socioculturales	El turismo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos en el Cantón Riobamba (tradiciones y costumbres)	1.	Totalmente de acuerdo	15	IS3	Escamilla, González, López y Nuñez (2020)
		2.	De acuerdo			
		3.	Un poco de acuerdo			
		4.	Algo en desacuerdo			
		5.	No estoy de acuerdo			
		6.	Totalmente en desacuerdo			
	El turismo ayuda a mantener viva la cultura y la identidad étnica del Cantón Riobamba	1.	Totalmente de acuerdo	16	IS4	Escamilla, González, López y Nuñez (2020)
		2.	De acuerdo			
		3.	Un poco de acuerdo			
		4.	Algo en desacuerdo			
		5.	No estoy de acuerdo			
		6.	Totalmente en desacuerdo			
	El turismo promueve la restauración y conservación del patrimonio histórico	1.	Totalmente de acuerdo	17	IS5	Álvarez, Ramón y Sánchez (2019)
		2.	De acuerdo			
		3.	Un poco de acuerdo			
		4.	Algo en desacuerdo			
		5.	No estoy de acuerdo			
		6.	Totalmente en desacuerdo			

	El turismo incrementa la inseguridad y delincuencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo 	18	IS6	Van (2020)
	En general, el turismo trae a la sociedad y la cultura locales más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo 	19	IS7	Chan, Legerer y Peters (2018)
Actitud	En general, las ventajas resultantes del turismo superan a las desventajas para los residentes locales del cantón Riobamba	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo 	20	A1	Chan, Legerer y Peters (2018)
	Generalmente, estoy abierto a un mayor desarrollo turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo 	21	A2	
	Apoyo para un mayor desarrollo turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si, apoyo (activo) 2. Si, apoyo (pasivo) 3. No, no apoyo 	22	C1	
Comportamiento	Intento convencer a otros de mi opinión acerca del turismo (pasivo)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo 	23	C2	Chan, Legerer y Peters (2018)
	Me informo regularmente sobre las novedades de turismo (pasivo)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 	24	C3	

	4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo			
	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	25	C4	
	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	26	C5	
	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Un poco de acuerdo 4. Algo en desacuerdo 5. No estoy de acuerdo 6. Totalmente en desacuerdo	27	C6	
	1. Si 2. No	28	D1	
	1. Si 2. No	29	D2	
	1. Si 2. No	30	D3	Chan, Legerer y Peters (2018)
	1. Sí, ha aumentado 2. Si, ha disminuido 3. No	31	D4	
	1. Necesidad de relajación (descanso, actividades) 2. Necesidad de estimulación (seguridad, emociones fuertes)	32	D5	Araújo y De Sevilla (2017)

	3. Necesidades de autoestima (desarrollo personal, cultural, histórico, medioambiental)				
	4. Necesidades de autorrealización (felicidad)				
Demografía	¿En qué rango de edad se encuentra?	1. 15 años a 24 años 2. 25 años a 34 años 3. 35 años a 44 años 4. 45 años a 54 años 5. Mas de 55 años	33	DM1	Chan, Legerer y Peters (2018)
	¿Cuál es su género?	1. Masculino 2. Femenino	34	DM2	
	¿En qué zona reside?	1. Zona urbana 2. Zona rural	35	DM3	Chan, Legerer y Peters (2018)
	Tiempo de residencia	1. Menos de 10 años 2. Más de 10 años	36	DM4	
	¿Cuál es su ocupación?	1. Empleo de medio tiempo 2. Empleo de tiempo completo 3. Desempleado 4. Trabajador por cuenta propia 5. Estudiante 6. Jubilado	37	DM5	
	¿Cuál es su nivel de educación?	1. Educación inicial 2. Educación General Básica 3. Bachillerato General Unificado 4. Educación Técnico Profesional 5. Educación Superior	38	DM6	SITEAL (2019)

Nota. La tabla muestra el diseño del cuestionario con cada una de las variables. Enlace del cuestionario (<https://forms.office.com/r/cfZGRYi8sc>)

Anexo C

Evidencias fotográficas de la investigación de campo



Nota. El anexo muestra las evidencias fotográficas de las encuestas realizadas en el Cantón Riobamba

Anexo D

Resultados del primer análisis factorial, matriz de correlación anti-imagen y comunalidades

Primer análisis factorial	Correlación anti-imagen	Comunalidades	
		Inicial	Extracción
El turismo aporta mayores inversiones y gastos al Cantón Riobamba	,872 ^a	1,000	0,394
El turismo ayuda a mejorar la situación económica en el Cantón Riobamba	,915 ^a	1,000	0,603
Los precios de los productos, servicios e inmuebles han aumentado debido al turismo	,860 ^a	1,000	0,480
El aumento del número de turistas en el Cantón Riobamba ayuda al desarrollo de la economía local	,885 ^a	1,000	0,742
El turismo genera nuevas oportunidades de negocio en el Cantón Riobamba	,903 ^a	1,000	0,746
En general, el turismo trae a la economía local más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	,916 ^a	1,000	0,638
El turismo incentiva la conservación de los recursos naturales	,855 ^a	1,000	0,648
El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas	,876 ^a	1,000	0,585
El turismo ocasiona que durante temporada alta los lugares se vean abarrotados e inaccesibles	,865 ^a	1,000	0,566
El turismo genera congestión del tráfico vehicular, el ruido y la contaminación (basura, aguas residuales)	,757 ^a	1,000	0,680
La construcción de hoteles y otras instalaciones turísticas destruye el entorno natural del Cantón Riobamba	,806 ^a	1,000	0,575
En general, el turismo trae al medio ambiente más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	,896 ^a	1,000	0,513
El desarrollo del turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón Riobamba	,909 ^a	1,000	0,495
El turismo aumenta la disponibilidad de instalaciones recreativas para los habitantes	,911 ^a	1,000	0,651
El turismo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos en el Cantón Riobamba (tradiciones y costumbres)	,896 ^a	1,000	0,725
El turismo ayuda a mantener viva la cultura y la identidad étnica del Cantón Riobamba	,868 ^a	1,000	0,756
El turismo promueve la restauración y conservación del patrimonio histórico	,913 ^a	1,000	0,612
El turismo incrementa la inseguridad y delincuencia	,778 ^a	1,000	0,587
En general, el turismo trae a la sociedad y la cultura locales más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	,919 ^a	1,000	0,469

Nota. Datos tomados de SPSS v.25 “Obs *Medidas de adecuación de muestreo -MSA (a)*”

Anexo E

Resultados del segundo análisis factorial, matriz de correlación anti-imagen y comunalidades

Segundo análisis factorial	Correlación anti-imagen	Comunalidades	
		Inicial	Extracción
El turismo aporta mayores inversiones y gastos al Cantón Riobamba	,827 ^a	1,000	0,829
El turismo ayuda a mejorar la situación económica en el Cantón Riobamba	,911 ^a	1,000	0,613
El aumento del número de turistas en el Cantón Riobamba ayuda al desarrollo de la economía local	,884 ^a	1,000	0,743
El turismo genera nuevas oportunidades de negocio en el Cantón Riobamba	,900 ^a	1,000	0,763
En general, el turismo trae a la economía local más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	,914 ^a	1,000	0,703
El turismo incentiva la conservación de los recursos naturales	,855 ^a	1,000	0,708
El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas	,868 ^a	1,000	0,746
El turismo ocasiona que durante temporada alta los lugares se vean abarrotados e inaccesibles	,914 ^a	1,000	0,644
En general, el turismo trae al medio ambiente más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	,918 ^a	1,000	0,679
El desarrollo del turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón Riobamba	,910 ^a	1,000	0,687
El turismo aumenta la disponibilidad de instalaciones recreativas para los habitantes	,914 ^a	1,000	0,669
El turismo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos en el Cantón Riobamba (tradiciones y costumbres)	,899 ^a	1,000	0,725
El turismo ayuda a mantener viva la cultura y la identidad étnica del Cantón Riobamba	,867 ^a	1,000	0,780
El turismo promueve la restauración y conservación del patrimonio histórico	,909 ^a	1,000	0,634
En general, el turismo trae a la sociedad y la cultura locales más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	,931 ^a	1,000	0,606

Nota. Datos tomados de SPSS v.25 “Obs (a)* Medidas de adecuación de muestreo -MS; Método de extracción: análisis de componentes principales.”

Anexo F

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	6,111	40,741	40,741	6,111	40,741	40,741	3,298	21,988	21,988
2	1,472	9,810	50,552	1,472	9,810	50,552	2,948	19,654	41,641
3	1,221	8,140	58,691	1,221	8,140	58,691	1,720	11,467	53,108
4	0,926	6,170	64,862	0,926	6,170	64,862	1,315	8,764	61,872
5	0,799	5,330	70,191	0,799	5,330	70,191	1,248	8,319	70,191

Nota. Datos tomados de SPSS v.25. Método de extracción: análisis de componentes principales

Anexo G

Matriz de componente rotado "a".

	Componente				
	1	2	3	4	5
El turismo ayuda a mantener viva la cultura y la identidad étnica del Cantón Riobamba	0,828	0,274	0,133	0,018	0,037
El turismo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos (tradiciones y costumbres)	0,784	0,310	0,103	-0,006	0,062
El turismo aumenta la disponibilidad de instalaciones recreativas para los habitantes	0,753	0,230	0,180	0,092	0,092
El turismo promueve la restauración y conservación del patrimonio histórico	0,683	0,084	0,355	0,104	0,154
El desarrollo del turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón Riobamba	0,634	0,061	-0,063	0,235	0,471
El aumento del número de turistas en el Cantón Riobamba ayuda al desarrollo de la economía local	0,117	0,823	0,127	0,156	0,106
El turismo genera nuevas oportunidades de negocio	0,292	0,789	0,188	0,101	0,097
En general, el turismo trae a la economía local más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	0,250	0,775	0,106	-0,047	0,165
El turismo ayuda a mejorar la situación económica en el Cantón Riobamba	0,190	0,710	0,063	0,256	0,046
El turismo incentiva la conservación de los recursos naturales	0,115	0,080	0,786	0,128	0,234
El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas	0,326	0,269	0,745	0,106	0,031
El turismo aporta mayores inversiones y gastos al Cantón Riobamba	0,022	0,143	0,074	0,861	0,247
El turismo ocasiona que durante temporada alta los lugares se vean abarrotados e inaccesibles	0,219	0,257	0,287	0,602	-0,293
En general, el turismo trae al medio ambiente más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	0,130	0,209	0,418	0,069	0,662
En general, el turismo trae a la sociedad y la cultura locales más efectos positivos que negativos en el Cantón Riobamba	0,427	0,314	0,165	0,032	0,545

Nota. Datos tomados de SPSS v.25. "Obs (a)* La rotación ha convergido en 8 iteraciones; Método de extracción: análisis de componentes principales."

Anexo H

Matriz de transformación de componente

Componente	1	2	3	4	5
1	0,640	0,576	0,366	0,228	0,268
2	-0,643	0,672	-0,015	0,327	-0,166
3	-0,277	-0,423	0,673	0,481	0,244
4	0,297	-0,190	-0,378	0,746	-0,418
5	-0,106	-0,024	-0,519	0,230	0,816

Nota. Datos tomados de SPSS v.25. Método de extracción: análisis de componentes principales

Anexo I

Supuestos del modelo MCO

Supuesto	Prueba	Hipótesis	Residuales Estandarizados	Nivel de significación
Homocedasticidad	Rho de Spearman	$H_0: \text{Residuos} = \text{Homocedasticidad}$	Percepción de los impactos económicos	0,979
		$H_1: \text{Residuos} \neq \text{Homocedasticidad}$	Percepción de los impactos ambientales	0,056
			Percepción de los impactos socioculturales	0,108
Independencia	Rachas	$H_0: \text{Residuos} = \text{Independencia}$ $H_1: \text{Residuos} \neq \text{Independencia}$	Residuales Estandarizados	0,253
Normalidad	Kolmogorov-Smirnov	$H_0: \text{Residuos} = \text{Normalidad}$ $H_1: \text{Residuos} \neq \text{Normalidad}$	Residuales Estandarizados	0,118

Nota. Datos tomados de SPSS v. 25.