



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Título

**“LA INVERSIÓN PRIVADA EN EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL
CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciado/a en
Turismo**

Autora:

Mery Jaritza Quintanilla Vergara

Tutor:

Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga, Phd.

Riobamba – Ecuador

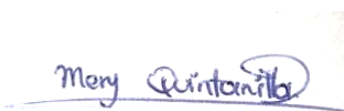
2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Mery Jaritza Quintanilla Vergara, con cédula de ciudadanía 0650288723, autora del trabajo de investigación titulado: La inversión privada en el alojamiento turístico en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo 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 autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 29 de julio de 2024.

A handwritten signature in blue ink that reads "Mery Quintanilla". The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

Mery Jaritza Quintanilla Vergara

C.I: 0650288723

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado “La inversión privada en el alojamiento turístico en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, bajo la autoría de Mery Jaritza Quintanilla Vergara; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 29 días del mes de julio de 2024.



Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga, Phd.

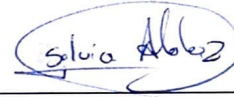
C.I: 0602494627

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “La inversión privada en el alojamiento turístico en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, con cédula de identidad número 0650288723, bajo la tutoría del Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 29 días del mes de julio de 2024.

Dra. Silvia Marieta Aldaz Hernández, PhD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Pablo Martí Méndez Naranjo, /Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICACIÓN

Que, **MERY JARITZA QUINTANILLA VERGARA** con CC: **0650288723**, estudiante de la Carrera **TURISMO**, Facultad de CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**LA INVERSIÓN PRIVADA EN EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN RIOBAMBA**", cumple con el **1%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 11 de julio de 2024



Firmado electrónicamente por:
**HECTOR GERMAN
PACHECO SANUNGA**

PhD. Héctor Germán Pacheco Sanunga
TUTOR

DEDICATORIA

A mis queridos padres y hermanos,

Con todo mi amor y gratitud, dedico este trabajo a ustedes, quienes han sido mi mayor fuente de apoyo y motivación a lo largo de esta travesía académica. Sus palabras de aliento, su paciencia inquebrantable y su amor incondicional han sido el sostén que me ha impulsado a alcanzar este logro. Cada paso que he dado en este camino ha sido iluminado por su presencia y confianza en mí.

A mis padres, por su sacrificio, su dedicación y su constante apoyo en cada etapa de mi educación. Su ejemplo de esfuerzo y perseverancia ha sido mi inspiración y guía en este viaje. A mis hermanos, por su complicidad, su ánimo y por ser mi soporte inquebrantable. Su compañía y aliento han sido mi fortaleza en los momentos más desafiantes.

Para Kathy, mi hermanita que desde antes que partas de este mundo, has sido mi fuente de inspiración, para ti este logro con mucho amor.

Este trabajo es un tributo a su amor incondicional, a su fe en mi potencial y a la influencia invaluable que han tenido en mi vida. Este logro no solo es mío, sino también de ustedes, quienes han sembrado en mí la semilla del conocimiento, la confianza y el amor por el aprendizaje.

Con todo mi cariño y agradecimiento,

Mery

AGRADECIMIENTO

A mis respetados maestros, les agradezco por compartir su sabiduría, su paciencia y su tiempo, guiándome en el camino del conocimiento y la investigación desde el primer día que me encontré en la Universidad Nacional de Chimborazo.

A mis queridos amigos, agradezco su constante ánimo, comprensión y alegría, que han hecho más llevadera esta travesía académica.

A mis amados padres, les debo todo. Su amor incondicional, su apoyo económico y emocional, y su ejemplo de sacrificio y dedicación han sido mi mayor fortaleza.

Y a mi querido tutor de tesis, Dr. Héctor Pacheco, no tengo palabras para expresar mi gratitud. Su orientación experta, su paciencia y su compromiso han sido fundamentales en el éxito de este proyecto.

Con profunda gratitud,

Mery

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Planteamiento del problema	3
1.1.1	Problema general	4
1.1.2	Problemas específicos	4
1.2	Justificación	4
1.2.1	Justificación Teórica	4
1.2.1	Justificación Práctica	4
1.2.2	Justificación Metodológica	5
1.2.3	Justificación Epistemológica	5
1.3	Objetivos	5
1.3.1	General	5
1.3.2	Específicos	5
II.	MARCO TEÓRICO	6
1.4	Antecedentes	6
1.5	Variable Independiente: La inversión privada	8
1.5.1	Aportación económica:	8
1.5.2	Cantidad	9
1.5.3	Inversión	9
1.5.4	Producto	9
1.6	Activos fijos	10
1.6.1	Bienes	10
1.6.2	Producción	10
1.6.3	Ventas	11
1.6.4	Ingresos	11
1.6.5	Recursos	12
1.6.6	Contribución	12
1.6.7	Factor productivo	13
1.7	Variable Dependiente: Alojamiento Turístico	13
1.7.1	Establecimiento	14
1.7.2	Bienes y servicios	14
1.7.3	Actividad económica	15
1.7.4	Emplazamiento	15
1.8	Prestador de Servicio	15

1.8.1	Individuo	16
1.8.2	Contrato.....	16
1.8.3	Cláusula.....	17
1.9	Remuneración económica.....	17
1.9.1	Valor.....	18
1.9.2	Trabajador	18
1.9.3	Salario.....	18
III.	METODOLOGÍA	20
1.10	Metodología.....	20
1.10.1	Métodos.....	20
1.10.2	Tipo de investigación	21
1.10.3	Diseño.....	22
1.10.4	Corte.....	23
1.11	Población de estudio y tamaño de la muestra.....	24
1.12	Métodos de análisis y procesamiento de datos	31
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
1.13	Resultados de las condiciones sociodemográficas de los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos	34
1.14	Resultados de las dimensiones de la inversión privada.....	37
1.15	Resultados de las dimensiones de alojamiento turístico.....	42
1.16	Prueba de hipótesis	48
V.	CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....	52
1.17	Conclusiones.....	52
1.18	Recomendaciones	53
VI.	PROPUESTA.....	54
1.19	Título de la propuesta	54
1.20	Introducción.....	54
1.21	Objetivos de la propuesta	54
1.22	Justificación	55
1.23	Análisis FODA	56
1.24	Lineamientos generales estratégicos	57
	BIBLIOGRAFÍA.....	67
	ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Alojamientos turísticos del cantón Riobamba.....	24
Tabla 2 Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman	32
Tabla 3 Alfa de Cronbach	33
Tabla 4 Distribución de los propietarios/gerentes por género	34
Tabla 5 Distribución de los propietarios/gerentes por grupos de edad	35
Tabla 6 Distribución de los propietarios/gerentes por nivel de instrucción.....	36
Tabla 7 Indicadores de la dimensión 1 (Aportación económica)	38
Tabla 8 Indicadores de la dimensión 2 (Activos fijos)	39
Tabla 9 Indicadores de la dimensión 3 (Ingresos).....	41
Tabla 10 Indicadores de la dimensión 1 (Establecimiento).....	42
Tabla 11 Indicadores de la dimensión 2 (Servicio de hospedaje).....	44
Tabla 12 Indicadores de la dimensión 3 (Servicios complementarios)	46
Tabla 13 Prueba de hipótesis general.....	48
Tabla 14 Prueba de hipótesis específica 1	49
Tabla 15 Prueba de hipótesis específica 2	50
Tabla 16 Prueba de hipótesis específica 3	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Distribución porcentual por género</i>	34
Figura 2 <i>Distribución porcentual por grupos de edad</i>	35
Figura 3 <i>Distribución porcentual por nivel de instrucción</i>	37
Figura 4 <i>Indicadores de la dimensión 1 de la Inversión Privada</i>	38
Figura 5 <i>Indicadores de la dimensión 2 de la Inversión Privada</i>	40
Figura 6 <i>Indicadores de la dimensión 3 de la Inversión Privada</i>	41
Figura 7 <i>Indicadores de la dimensión 1 del alojamiento turístico</i>	43
Figura 8 <i>Indicadores de la dimensión 2 del alojamiento turístico</i>	45
Figura 9 <i>Indicadores de la dimensión 3 del alojamiento turístico</i>	46

RESUMEN

Esta investigación analiza de manera profunda los factores de turismo relacionados con la inversión privada y el alojamiento turístico. Para ello se consideró en el primer caso la aportación económica, los activos fijos y los ingresos y para el segundo caso, los establecimientos, el servicio de hospedaje y los servicios complementarios. El Objetivo fue analizar la relación de la inversión privada y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo a través del contraste de los factores que pertenecen a cada una de las variables en estudio. La Metodología fue de tipo correlacional y nivel descriptivo. Se utilizó la prueba de contraste con el coeficiente de correlación de Spearman. La información se la recogió a través de encuestas aplicadas a una muestra de 65 participantes que eran propietarios/gerentes de alojamientos turísticos de la ciudad de Riobamba. Las dos variables en estudio constaban de 3 dimensiones y cada dimensión con tres indicadores, que en total representan 18 preguntas. Además, se consultaron fuentes bibliográficas relacionadas al tema. Los Resultados de la investigación evidencian que: El cuestionario aplicado tuvo alta confiabilidad en su consistencia interna. El criterio mayoritario de los encuestados coincide en señalar que todos los factores o indicadores de las dimensiones de las dos variables son muy importantes, es decir, la aportación económica, los activos fijos, los ingresos, los establecimientos, los servicios de hospedaje y los servicios complementarios, son claves para que la inversión privada permita incrementar la capacidad de oferta turística, la calidad de los servicios y la mejora continua de la atención a usuarios en los alojamientos turísticos. El coeficiente de correlación de Spearman (r_s) evidencia alta correlación entre la aportación económica, activos fijos e ingresos en relación al alojamiento turístico. En conclusión, la capacidad y calidad de alojamiento turístico depende de la inversión privada.

Palabras claves: Turismo, inversión privada, alojamiento turístico, aportación económica.

ABSTRACT

This research deeply analyzes tourism factors related to private investment and tourist accommodation. In the first case, the economic contribution, fixed assets, and income were considered, and in the second case, the establishments, the lodging service, and complementary services. The Objective was to analyze the relationship between private investment and Tourist Accommodation in the Riobamba canton, province of Chimborazo, by contrasting the factors that belong to each of the variables under study. The Methodology was correlational and descriptive level. The contrast test with Spearman's correlation coefficient was used. The information was collected through surveys applied to a sample of 65 participants who were owners/managers of tourist accommodations in Riobamba. The two variables under study consisted of 3 dimensions, and each dimension had three indicators, which in total represent 18 questions. In addition, bibliographic sources related to the topic were consulted. The research results show that the applied questionnaire had high reliability in its internal consistency. The majority criteria surveyed agree that all the factors or indicators of the dimensions of the two variables are relevant, that is, the economic contribution, fixed assets, income, establishments, lodging services, and services. Complementary, they are key for private investment to increase the capacity of tourism, offering quality services and the continuous improvement of customer service in tourist accommodation. Spearman correlation coefficient (r_s) shows a high correlation between economic contribution, fixed assets, and income from tourist accommodation. In conclusion, the capacity and quality of tourist accommodation depends on private investment.

Keywords: Tourism, private investment, tourist accommodation, financial contribution.



Reviewed by: Marcela González R
English Professor

I. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el turismo ha emergido como un pilar fundamental para el desarrollo económico de muchas regiones alrededor del mundo. En el contexto ecuatoriano, el cantón Riobamba se destaca como un destino turístico de creciente relevancia, debido a su rica historia, su entorno natural privilegiado y su diversidad cultural. Este auge turístico ha impulsado la necesidad de una infraestructura adecuada que pueda satisfacer la demanda de visitantes nacionales e internacionales, destacando entre ellas la inversión privada en alojamientos turísticos.

La inversión privada en el sector de alojamientos turísticos se ha convertido en un factor crucial para el desarrollo sostenible de Riobamba. La intervención del sector privado no solo promueve la creación de empleos y el aumento de la oferta turística, sino que también contribuye a mejorar la calidad de los servicios ofrecidos. En este sentido, la presente tesis se propone analizar el impacto de la inversión privada en el desarrollo de alojamientos turísticos en el cantón Riobamba, evaluando tanto sus beneficios económicos y sociales como los desafíos que enfrenta.

La inversión privada en alojamientos turísticos en Riobamba tiene un impacto significativo en la economía local. La creación de nuevos hoteles, hostales y otras formas de alojamiento genera empleo, fomenta el emprendimiento y mejora la calidad de vida de los habitantes del cantón. Además, una infraestructura turística robusta y diversificada puede atraer un mayor número de visitantes, incrementando así los ingresos por turismo y consolidando a Riobamba como un destino de referencia.

A través de una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, este estudio busca proporcionar una visión integral sobre cómo la inversión privada puede influir en la competitividad y sostenibilidad del sector turístico en Riobamba. Asimismo, se pretende identificar las oportunidades y desafíos que los inversores privados encuentran al incursionar en este mercado, y cómo estas pueden ser gestionadas para maximizar el impacto positivo en la comunidad local y en el desarrollo económico regional.

Este análisis es de vital importancia no solo para los actores involucrados en la industria turística, sino también para los formuladores de políticas públicas, quienes pueden utilizar estos hallazgos para fomentar un entorno favorable para la inversión y el crecimiento sostenible del turismo en Riobamba.

Este estudio, tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado y comprensivo de la inversión privada en los alojamientos turísticos en el cantón Riobamba, identificando los diversos factores, y ofreciendo propuestas concretas para fomentar un desarrollo turístico sostenible y próspero. A través de este estudio, se espera contribuir al fortalecimiento del sector turístico en Riobamba y al bienestar económico y social de su comunidad.

1.1 Planteamiento del problema

Los turistas a través del tiempo han despertado la curiosidad por viajar a distintos lugares del Ecuador siendo así Riobamba uno de estos destinos, ya sea por su ubicación geográfica en los Andes, su clima agradable, o ya sea para conocer la cultura, gastronomía, tradiciones, y demás consideraciones turísticas, motivo por el cual se pretende analizar los factores que posicionan al alojamiento turístico de la ciudad en una situación limitada.

Se ha identificado que la insuficiente inversión privada para el alojamiento turístico en el cantón Riobamba se encuentra arraigada en tres causas fundamentales, cada una con sus respectivos efectos. Siendo la primera causa, la baja inversión económica en los establecimientos turísticos ha generado una recesión económica en dichos establecimientos, afectando su capacidad para mantenerse competitivos en el mercado y para ofrecer servicios de calidad.

La segunda causa, radica en la incorrecta información de los activos fijos correspondientes, lo cual conlleva a la depreciación en los prestadores de servicio. Esta falta de precisión en la valoración de los activos, impacta negativamente en la capacidad de los establecimientos para mantener su infraestructura y equipamiento en óptimas condiciones, mermando así la experiencia ofrecida a los visitantes y la percepción de calidad de los servicios turísticos.

La tercera causa, se manifiesta en la disminución de los ingresos destinados a las empresas, lo cual deriva en una inestable remuneración económica tanto para empleados como empleadores de los establecimientos. Esta situación afecta la estabilidad financiera de los negocios turísticos, dificultando la inversión en mejoras y la retención de talento en el sector, lo que a su vez repercute en la calidad del servicio ofrecido y en la imagen del destino turístico.

La presente investigación procura aportar al conocimiento social respondiendo la siguiente interrogante, ¿De qué manera se relaciona la inversión privada y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo?, teniendo en cuenta que los alojamientos turísticos

muy aparte de las actividades que realizan, cumplen con una de las necesidades del ser humano como es el descanso.

1.1.1 Problema general

- ¿De qué manera se relaciona la inversión privada y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo?

1.1.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera se relaciona el aporte económico y el alojamiento turístico?
- ¿De qué manera se relacionan los activos fijos y el alojamiento turístico?
- ¿De qué manera se relacionan los ingresos y el alojamiento turístico?

1.2 Justificación

1.2.1 Justificación Teórica

La justificación teórica implica la realización de un análisis destinado a "fomentar la reflexión y el debate académico sobre el conocimiento actual, cuestionar una teoría, comparar resultados o examinar la epistemología del conocimiento establecido" (Bernal, 2021).

Esta investigación examina el impacto de la inversión privada en el alojamiento turístico en Riobamba, considerando el potencial del cantón, así como sus festividades, cultura y tradiciones, y su influencia en el desarrollo y beneficio de la ciudad.

1.2.1 Justificación Práctica

La justificación práctica se refiere al proceso en el cual la investigación llevada a cabo contribuye a abordar un problema específico o, al menos, propone estrategias que, una vez implementadas, tendrán un impacto positivo en su resolución. (Bernal, 2021).

Se pretende establecer una planificación que contribuya al desarrollo del alojamiento turístico en la ciudad de Riobamba, considerando las necesidades de los clientes, las cuales se

determinan a través del uso de instrumentos de investigación con la finalidad de obtener resultados y sistematizar una propuesta.

1.2.2 Justificación Metodológica

La justificación metodológica se refiere a la razón por el cual se utiliza un método o estrategia en una investigación con el fin de generar conocimiento confiable y válido (Bernal, 2021).

El desarrollo del proyecto obedecerá a los resultados obtenidos mediante la aplicación de herramientas de investigación para conocer la realidad. La propuesta que se desarrollará permitirá el desarrollo de mejoras turísticas en beneficio del cantón.

1.2.3 Justificación Epistemológica

La epistemología se preocupa por las formas en que percibimos y creamos representaciones del mundo. Examina cómo se construyen los conocimientos científicos y humanistas, y también analiza las disciplinas científicas (Cuenca, Montero, & Gadea, 2019).

La aplicación de métodos, técnicas e instrumentos de investigación permite evaluar con precisión el estado del sector estudiado, sirviendo como guía para futuras investigaciones en el área.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

- Analizar la relación de la inversión privada y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

1.3.2 Específicos

- Investigar la relación entre el aporte económico y el alojamiento turístico.
- Inferenciar la relación entre los activos fijos y el alojamiento turístico.
- Establecer la relación entre los ingresos económicos y el alojamiento turístico.

II. MARCO TEÓRICO

1.4 Antecedentes

La inversión privada en alojamientos turísticos desempeña un papel de vital importancia en el desarrollo y fortalecimiento del sector turístico en Ecuador. Numerosos estudios y expertos en la materia han subrayado la relevancia de la inversión privada como impulsora del crecimiento económico y la competitividad del país en el ámbito turístico (Ministerio de Turismo, 2018).

Puesto que, la inversión privada en alojamientos turísticos contribuye a diversificar la oferta de hospedaje en Ecuador, brindando opciones atractivas y adaptadas a las necesidades y preferencias de los turistas. Esto no solo aumenta la afluencia de visitantes, sino que también prolonga su estadía y fomenta un mayor gasto en el destino, generando así un impacto positivo en la economía local (World Travel & Tourism Council, 2020).

La inversión privada, desempeña un rol fundamental en el desarrollo y la sostenibilidad del sector turístico de Ecuador. Su impacto se refleja en la diversificación de la oferta de hospedaje, la generación de empleo y la mejora de la infraestructura turística, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico y al fortalecimiento de la industria turística del país (Ministerio de Turismo 2022).

Además, la inversión privada permite la creación de una amplia gama de opciones de hospedaje para los visitantes, desde hoteles de lujo hasta albergues económicos, lo que satisface las necesidades y preferencias diversas de los turistas. Esta variedad de alojamientos contribuye a aumentar la competitividad de los destinos, atraer a un mayor número de viajeros y prolongar

su estadía, generando un impacto positivo en los ingresos turísticos (Ministerio de Turismo 2022).

Riobamba, situada en la región de la Sierra Central, es reconocida por su riqueza cultural, paisajes impresionantes y su proximidad al majestuoso volcán Chimborazo. Varios estudios y expertos han resaltado la importancia de contar con una amplia oferta de alojamientos turísticos en la ciudad para satisfacer la demanda de visitantes y proporcionarles una experiencia de hospedaje cómoda y memorable.

Además, la inversión privada impulsa la creación de empleo en el país, tanto directo como indirecto, lo que beneficia a las comunidades locales. La contratación de personal en áreas como recepción, gastronomía, limpieza y mantenimiento proporciona oportunidades laborales y contribuye al desarrollo económico y social de las regiones turísticas.

Los alojamientos turísticos en Riobamba son cruciales para satisfacer las necesidades de los viajeros que buscan explorar la región. La ciudad atrae a turistas interesados en el turismo cultural, el turismo de naturaleza y el turismo de aventura. Por lo tanto, la disponibilidad de una variedad de alojamientos, que incluye desde casas huésped hasta hostales acogedores, brinda opciones adecuadas para cada tipo de turista y contribuye a la diversificación de la oferta turística.

Por lo tanto, los alojamientos turísticos desempeñan un rol fundamental en el desarrollo y promoción del turismo en Riobamba. Su importancia radica en la satisfacción de las necesidades de los viajeros, la generación de empleo y el impulso a la economía local. La

disponibilidad de una oferta diversificada de alojamientos de calidad contribuye al crecimiento sostenible de la industria turística de la ciudad.

1.5 Variable Independiente: La inversión privada.

La inversión privada se puede considerar como la compra de bienes tangibles que realiza una empresa, individuos, o inversores privados, con el objetivo de crear bienes y/o servicios adicionales. Así se acumula la compra de varios capitales, acciones y bienes (Mankiw, 2012, pág. 5).

Es decir, La inversión privada se refiere a la inversión de capital por parte de empresas, individuos u otros inversores privados en empresas o proyectos específicos con el objetivo de obtener beneficios financieros. La inversión privada puede ser realizada en diversos sectores, como la industria, la tecnología, la energía, la salud, la educación, entre otros.

1.5.1 Aportación económica:

La acción de entregar algo, cuando se refiere a contribución social, significa que los socios aportan dinero, bienes o servicios que forman un legado social y pasan a formar parte de la entidad empresarial. Habitualmente, este tipo de aportación se negocia en el momento de la constitución, aunque también puede ser posterior, dando lugar a una ampliación de capital (Rodríguez, 2020).

Esto quiere decir que una aportación social, se refiere a entregar algo y se interpreta como un acto de donación en el cual los socios realizan una aportación económica, material o de servicios que se convierten en parte de la entidad empresarial y forman un legado social. Generalmente, estas donaciones se acuerdan al momento de la creación de la empresa, pero también pueden ser ofrecidas posteriormente, lo que resulta en una expansión del capital social.

1.5.2 Cantidad

Una cantidad es una parte de algo que se puede medir y contar, como objetos, personas, dinero, etc. Vale la pena saber que hay cosas, generalmente cosas abstractas como la felicidad o el amor, que no se pueden medir (Flores, 2014).

Esto nos da a entender que Cantidad se refiere a la medida o número de algo, ya sea en términos físicos o abstractos.

Es decir que, cantidad es algo que puede ser evaluado y cuantificado, como objetos, personas, dinero, entre otros. Es importante tener en cuenta que hay cosas, especialmente aquellas de carácter abstracto, tales como la felicidad o el amor, que no son susceptibles de ser medidas.

1.5.3 Inversión

La inversión es una acción que está relacionada con el propósito de conseguir cierto tipo de recurso con fines de lucro. En economía, esos recursos son: tiempo, capital y trabajo (Chávez, 2020).

Esto hace referencia a que la Inversión se direcciona a la colocación de dinero o recursos en un proyecto o empresa con el objetivo de obtener ganancias a largo plazo y a su vez se clasifican en Tiempo, capital y trabajo.

1.5.4 Producto

Todo lo que se produce o surge durante el proceso de producción es un producto. Desde el punto de vista económico, un producto es todo lo que se intercambia en el mercado, un

producto es todo lo que se produce o surge del proceso de producción. Desde un punto de vista económico, un producto es cualquier cosa que se comercializa en el mercado (Quiroa, 2020).

En el mundo de las finanzas y los negocios, un producto es un producto o servicio que se obtiene al final de la cadena productiva, es decir, mediante la conversión de materias primas en productos o servicios manufacturados. Todo lo que nos rodea es de una u otra forma natural o artificialmente producida gracias a la intervención humana. Aunque esto último se limita a la recolección o minería. Y, por lo tanto, casi todo hoy en día es un producto mercantilizado.

1.6 Activos fijos

Los Activos Fijos no se diseñan con el propósito de ser vendidos, sino que se emplean para ser utilizados por una empresa, ya que constituyen los grandes bienes que la empresa utiliza de manera constante (Adame, 2021).

1.6.1 Bienes

Económicamente, una mercancía es un material o elemento material destinado a satisfacer una necesidad general. Además, se puede comprar en el mercado por una tarifa (Galán, 2020).

Entonces, los bienes son aquellos objetos, productos o recursos que tienen valor económico y pueden ser adquiridos, poseídos y utilizados por las personas o empresas para satisfacer sus necesidades o deseos. Los bienes pueden ser tangibles, como alimentos, ropas, vehículos, casas, etc., o intangibles, como servicios, patentes, marcas, conocimientos, entre otros.

1.6.2 Producción

La producción es la función central de cualquier negocio, que es el uso de factores de producción e insumos intermedios para obtener bienes y servicios. El propósito de la

producción es ensamblar bienes o servicios para que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores. Por lo tanto, las actividades de producción incluyen la producción, el transporte, el almacenamiento y la distribución (MHEDUCATION, 2018, pág. 3).

La producción es el proceso por el cual se crean y se fabrican bienes o servicios a través de la utilización de recursos humanos, financieros y materiales. Puede aplicarse a cualquier sector, desde la agricultura hasta la tecnología y abarca todas las etapas del proceso, desde el diseño y la planificación, pasando por la adquisición de los materiales necesarios, la fabricación, el embalaje y la distribución de los productos finales. La producción es fundamental para el crecimiento económico de una empresa o una nación y su eficiencia y eficacia son esenciales para mantener la competitividad en un mercado globalizado.

1.6.3 Ventas

El procedimiento, tanto personal como impersonal, a través del cual el vendedor reconoce, estimula y cubre las necesidades del comprador, resultando en un beneficio continuo y recíproco para ambas partes. (American Marketing Association, 2005)

La venta puede definirse entonces, como un acto por el cual una persona transfiere a otra un bien o un derecho que le pertenece por un precio determinado. Este es un proceso dinámico y sigue un ciclo que requiere tiempo, planificación y tácticas para lograr resultados óptimos.

1.6.4 Ingresos

El ingreso es tanto la ganancia monetaria como la ganancia no monetaria, que juntas forman el centro de ganancias del consumidor. Podemos distinguirlos como los obtenidos a través de la venta de productos o servicios (Rodríguez, 2018).

Los ingresos son el dinero que una persona, empresa u organización recibe por la venta de bienes o servicios, por inversiones o por otras fuentes, como regalías o donaciones. Los ingresos

son un aspecto importante para evaluar la solvencia financiera de una persona o empresa, ya que permiten determinar su capacidad para pagar sus deudas y cumplir con sus compromisos financieros.

1.6.5 Recursos

El término se refiere a aquellos recursos empresariales que son dinero (capital) o pueden ser, por ejemplo, dinero en cuentas bancarias, cuentas por cobrar o acciones en otras organizaciones. La gestión de los recursos financieros de una empresa es una función clave para su supervivencia, ya que permiten la adquisición o contratación de bienes y/o servicios, muchos de los cuales son necesarios para mantener los equipos de producción como la maquinaria, material o personal calificado (Equipo editorial, Etecé, 2021).

Los recursos económicos son los medios o elementos que se utilizan para producir bienes y servicios que satisfacen las necesidades de la sociedad. Estos recursos incluyen la tierra, el trabajo, el capital y la tecnología. La tierra es el recurso natural que proporciona materias primas y espacio para la producción. El trabajo se refiere a la fuerza laboral humana que se utiliza para realizar actividades productivas. El capital incluye el dinero, los materiales y las máquinas utilizadas en la producción. La tecnología se refiere a la habilidad y conocimientos para utilizar los recursos disponibles de manera eficiente y productiva. La combinación adecuada de estos recursos es fundamental para el éxito de una economía.

1.6.6 Contribución

La contribución se puede definir como un pago obligatorio que los ciudadanos deben hacer al estado. El gobierno utiliza este financiamiento para llevar a cabo tareas relacionadas con el bienestar de su población. Se considera un recurso económico de alta eficiencia, que permite la creación de funcionales actividades en diversas zonas del país. De esta manera, brindan al país excelentes herramientas que conducen a mejores caminos de desarrollo (Ramos, 2020).

Una contribución es una aportación o ayuda que se proporciona para apoyar una causa, proyecto o iniciativa. Puede ser financiera, material o en forma de trabajo voluntario. Las contribuciones son importantes para lograr objetivos en diferentes ámbitos, como en organizaciones no gubernamentales, comunidades, proyectos sociales, entre otros.

1.6.7 Factor productivo

Estos elementos son los recursos que las empresas de un país utilizan para generar ingresos y riqueza. La producción consta de cuatro elementos: tierra, trabajo, capital y tecnología. Desde un punto de vista económico, los factores de producción son partes estructurales del proceso de producción. También es el punto de partida que posibilita la producción de bienes en función de las necesidades (Ramírez, 2022).

Los factores productivos son los medios o elementos que se utilizan para producir bienes y servicios que satisfacen las necesidades de la sociedad. Estos recursos incluyen la tierra, el trabajo, el capital y la tecnología. La tierra es el recurso natural que proporciona materias primas y espacio para la producción. El trabajo se refiere a la fuerza laboral humana que se utiliza para realizar actividades productivas. El capital incluye el dinero, los materiales y las máquinas utilizadas en la producción. La tecnología se refiere a la habilidad y conocimientos para utilizar los recursos disponibles de manera eficiente y productiva. La combinación adecuada de estos factores es fundamental para el éxito de una economía.

1.7 Variable Dependiente: Alojamiento Turístico

Los Alojamiento turísticos son empresas que tienen por objeto la prestación de servicios de habitación y/o alojamiento a cambio de una prestación económica. La combinación de estructura física y organización, imagen y estándares de calidad de los servicios prestados determinará la categoría de esta residencia. A partir de esta conceptualización, esta actividad pretende satisfacer las necesidades de alojamiento y otros servicios complementarios de los turistas en función del precio (García, 2015, p. 13).

Los alojamientos turísticos son establecimientos que ofrecen hospedaje a viajeros y turistas y están destinados a satisfacer sus necesidades de descanso y confort durante su estancia en un lugar determinado. Entre ellos se incluyen hoteles, hostales, albergues, casas rurales, apartamentos y villas de vacaciones. Estos alojamientos pueden variar desde opciones económicas hasta opciones lujosas y exclusivas, y pueden ofrecer servicios adicionales como restaurantes, piscinas, spas, gimnasios y acceso a actividades turísticas.

En el Ecuador existe el Reglamento de Alojamiento turístico el cual regula la actividad turística de alojamiento y se aplica a nivel nacional. La actividad turística de alojamiento puede ser realizada por personas o empresas, y se trata de ofrecer un servicio de hospedaje temporal a turistas de cualquier lugar. En el Ecuador para cumplir con los requisitos de esta actividad, es necesario seguir las regulaciones y clasificaciones establecidas en el Reglamento de Alojamiento Turístico correspondiente.

1.7.1 Establecimiento

El establecimiento se refiere al acto y resultado de establecer o crear. Este verbo (establecer) también significa establecer, crear, ordenar o exhibir algo (Porto & Merino, 2022).

Un establecimiento es un lugar donde se lleva a cabo una actividad comercial, industrial o de servicios. Es el lugar físico donde se realizan operaciones comerciales o empresariales para ofrecer bienes y servicios a los clientes o usuarios.

1.7.2 Bienes y servicios

Los bienes y servicios son todos aquellos satisfactores que se producen en el proceso de producción para satisfacer las necesidades humanas (Quiroa, 2020).

Por lo tanto, los bienes son objetos físicos, tangibles, que se pueden comprar y vender. Los servicios, por otro lado, son intangibles, es decir, no se pueden tocar o poseer físicamente, pero consisten en un trabajo realizado por una persona o empresa para satisfacer las necesidades de otra persona o empresa.

1.7.3 Actividad económica

Es el proceso mediante el cual las personas producen bienes y prestan servicios para las necesidades de terceros a cambio de un pago. Se clasifican según la industria a la que pertenecen (Banco central de Reserva del Salvador, 2017).

Por lo tanto, una actividad económica es cualquier forma en que se produce, transfiere y/o vende un producto o servicio para satisfacer una necesidad o un deseo a cambio de una retribución económica.

1.7.4 Emplazamiento

El término de emplazamiento puede usarse para referirse a la ubicación geográfica o física de algo. En este sentido, un diagrama que muestra la orientación, la forma y la disposición de un edificio o serie de edificios se denomina plano del sitio (Merino & Porto, 2017).

El concepto de emplazamiento se puede utilizar para hacer referencia a la localización ya sea geográfica o física de un objeto. De este modo, un plano que ilustra la dirección, el diseño y la estructura de un inmueble o conjunto de ellos es conocido como plano de sitio.

1.8 Prestador de Servicio

Es un servicio intangible e independiente que una persona natural o jurídica presta a otra persona natural o jurídica a cambio de una retribución. Los proveedores de servicios deben ser libres de realizar las actividades para las que están empleados como y cuando lo deseen, siempre que cumplan con los plazos y especificaciones de entrega acordados mutuamente (Chávez, 2022).

Un prestador de servicio es una persona que ofrece servicios a otras personas o empresas. El prestador de servicio se encarga de realizar la tarea requerida por el cliente con eficiencia y calidad. A cambio, recibe una compensación económica por sus servicios.

La importancia de un prestador de servicio es que permite a las empresas y personas obtener ayuda y apoyo en diferentes áreas de sus negocios o vidas personales sin tener que

contratar un empleado a tiempo completo. Los prestadores de servicios pueden proporcionar conocimientos especializados, habilidades técnicas o recursos adicionales que una organización o individuo puede no tener internamente.

1.8.1 Individuo

Un individuo es una sola entidad, algo que no se puede dividir. Un término que puede referirse a humanos, pero también se usa para animales y microorganismos. También es una palabra que se usa para una persona cuyo nombre se desconoce o es mejor dejarlo sin nombre. En ciencia, esta palabra es muy importante cuando se habla de un organismo específico en una colonia. Los objetos también se denominan individuos cuando se ven como elementos cualitativos que forman parte de una población, como en las estadísticas (Sánchez, 2022).

En términos generales, un individuo es una persona única e irrepetible. Cada individuo tiene su propia personalidad, habilidades, intereses, creencias y valores que lo hacen diferente a los demás. Además, cada individuo tiene una serie de necesidades físicas, emocionales y sociales que deben ser satisfechas para desarrollarse plenamente como persona. En resumen, ser un individuo significa tener una identidad única y necesidades específicas que deben ser atendidas para alcanzar una vida plena y satisfactoria.

1.8.2 Contrato

Un contrato es un documento en el que se coordina el comportamiento de las personas, y su validez está determinada por la voluntad de las partes que deciden celebrarlo para lograr un resultado económico común, teniendo en cuenta en cierta medida la conveniencia o perjuicio de lo anunciado, siempre en relación con la consecución de los fines individuales a los que se esfuerzan (Tartière, 2018, pág. 2).

Por lo tanto, un contrato es un documento escrito en el que dos o más partes se comprometen a cumplir varias condiciones buscando una conveniencia de acuerdo a sus fines objetivos o económicos. Aunque la ley laboral ecuatoriana tiene al menos 16 tipos diferentes

de contratos que pueden usarse en diferentes circunstancias, las empresas e inversionistas extranjeros generalmente usan tres contratos básicos cuando operan en el mercado.

1.8.3 Cláusula

La Real Academia de la Lengua define a la cláusula como:

“Cada una de las disposiciones de un contrato, tratado, testamento o cualquier documento análogo, público o privado” (RAE, 2014).

Esto quiere decir que una cláusula describe cada objeto a tratar en un acuerdo, tratado, testamento o cualquier documento público o privado de interés. La importancia de una cláusula radica en que permite a las partes establecer las condiciones y los límites del acuerdo, lo que ayuda a prevenir malentendidos y conflictos futuros. Además, las cláusulas pueden ser utilizadas para proteger los derechos y los intereses de las partes involucradas.

Por lo tanto, una cláusula sirve como una herramienta para establecer reglas y obligaciones en un contrato o acuerdo, lo que ayudará a garantizar que todas las partes cumplan con sus responsabilidades y expectativas.

1.9 Remuneración económica

Una remuneración es cualquier tipo de contraprestación o retribución ofrecida por la prestación de un servicio o transferencia de propiedad. También puede verse como un pago entre dos o más partes o como un pago por la transferencia de algún factor necesario. En otras palabras, es el precio pagado por una parte para proporcionar un servicio o activo a otra (Pedrosa, 2020).

La remuneración económica es una compensación financiera que recibe un trabajador por sus servicios o trabajo realizado en una empresa. Esta remuneración puede ser en forma de salario, bonificaciones, comisiones, entre otros conceptos económicos y puede ser pagada de manera mensual, quincenal o semanal, dependiendo del acuerdo al que se llegue entre el empleador y el empleado.

1.9.1 Valor

El valor económico es un término que, dependiendo de la teoría del valor a la que nos refiramos, se refiere a medir el valor de varios bienes y servicios en función de su utilidad esperada (López & Morales, 2020).

Este texto se refiere a la idea de que el valor económico de un bien o servicio depende de la teoría del valor que se está utilizando para medir su utilidad. En otras palabras, diferentes teorías pueden utilizarse para evaluar la importancia o el costo de un objeto o servicio con respecto a su valor para las personas que lo utilizan. El texto sugiere que la teoría del valor es importante para determinar el valor económico de algo, ya que esto puede afectar cómo se utiliza, se compra y se vende en el mercado.

1.9.2 Trabajador

Un trabajador es una persona física que está dispuesta a trabajar en nombre y para el mantenimiento de otros a cambio de una remuneración basada en un contrato de trabajo (Montoya, 2017).

Este concepto hace referencia a una persona que desempeña actividades laborales en una organización o empresa, aportando su tiempo, habilidades y conocimientos para cumplir con tareas específicas y contribuir al logro de los objetivos de la entidad en la que está empleado.

1.9.3 Salario

La remuneración o salario es la suma total de dinero que se le paga a un empleado por el puesto que ocupa y los servicios que brinda durante un período de tiempo específico. (Chiavenato, 2011, pág. 233).

El salario es el centro del intercambio entre personas y organizaciones. Todas las personas y empresas invierten su tiempo y esfuerzo a cambio recibir dinero que a su vez representa derechos y las correspondientes obligaciones mutuas del empleado y el empleador.

También menciona que este factor consta de tres partes: primero, el salario base, que es el salario fijo que recibe el trabajador de manera regular, salario mensual o salario por hora. En segundo lugar, los incentivos de pago, donde los programas están diseñados para recompensar a los empleados de alto desempeño, las bonificaciones, la participación en el desempeño y, finalmente, los beneficios, que son beneficios indirectos proporcionados a través de programas como vacaciones, transporte subsidiado, seguro de vida, seguro de salud, etc. un restaurante subvencionado.

III. METODOLOGÍA

1.10 Metodología

1.10.1 Métodos

Esta investigación es de carácter mixto, es decir, cuantitativa y cualitativa.

Los enfoques mixtos son una serie de procedimientos organizados y críticos dentro de la investigación, que abarcan la recopilación y análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos. Estos métodos involucran la integración y discusión conjunta de estos datos para generar inferencias más amplias y obtener una comprensión más completa del fenómeno en estudio (Hernández Sampieri, 2008, pág. 2).

Los métodos mixtos son una combinación de enfoques de investigación cualitativos y cuantitativos. Es decir, se utilizó tanto métodos de recolección de datos cuantitativos, como encuestas, análisis estadísticos y experimentos, como también métodos cualitativos como entrevistas, observación participante y análisis de datos textuales para responder preguntas de investigación complejas.

En el contexto de la investigación de inversión privada, el método mixto resultó ser muy útil, ya que permitió una comprensión más profunda de los datos financieros a través del análisis cuantitativo, mientras que también se pudo explorar los factores subyacentes detrás de las decisiones de inversión a través de la investigación cualitativa.

Por ejemplo, un análisis cuantitativo podría ayudar a identificar patrones y tendencias en los datos financieros que podrían ser indicativos de oportunidades de inversión viables. Sin embargo, estos datos por sí solos no proporcionan información sobre la calidad de la empresa o su potencial para crecer en el futuro. La investigación cualitativa, por otro lado, podría ayudar a comprender mejor las perspectivas de la industria, las actitudes y creencias de los empresarios, y otros factores subjetivos que podrían informar sus decisiones de inversión.

1.10.2 Tipo de investigación

Esta investigación fue de tipo exploratorio, correlacional y nivel descriptivo.

Exploratorio

Los estudios exploratorios se llevan a cabo generalmente cuando se pretende investigar un tema o problema que ha recibido poca atención previa o que aún no ha sido abordado en profundidad (Sampieri, 2008, pág. 2).

Por lo tanto, una investigación exploratoria es un tipo de investigación que se realiza para aprender más sobre un tema o problema desconocido o poco estudiado. Este tipo de investigación se utiliza para obtener información preliminar y general sobre el problema o fenómeno en cuestión, antes de la realización de investigaciones más detalladas y profundas.

Esta investigación de tipo exploratoria desempeña un papel fundamental en el estudio de la inversión privada en el alojamiento turístico, ya que proporciona una base sólida para comprender y explorar las diferentes dimensiones y características de este fenómeno. A través de la investigación exploratoria, se busca obtener una comprensión inicial y enriquecedora de la inversión privada en el sector del alojamiento turístico, identificar patrones emergentes, descubrir nuevas tendencias y generar hipótesis de investigación más precisas.

Correlacional

Un estudio correlacional implica la medición de dos variables sin intervenir en variables externas, con el objetivo de comprender y estimar las relaciones estadísticas entre ellas. Esto se aplica, por ejemplo, en la evaluación de la rentabilidad socioeconómica y privada de un proyecto, lo que influye en la planificación de la inversión. (Velásquez, 2015).

El estudio correlacional es importante en esta investigación, porque permite identificar y medir la relación entre dos o más variables. Al analizar correlaciones entre variables económicas, sociales y financieras, se puede obtener una comprensión más profunda de cómo diferentes factores pueden afectar la inversión privada.

En primer lugar, la inversión privada en el alojamiento turístico es un fenómeno complejo que está influenciado por una serie de factores interrelacionados. La investigación correlacional permite explorar y comprender cómo estas variables se relacionan entre sí, debido a su capacidad para analizar las relaciones y asociaciones entre diferentes variables relevantes para este fenómeno.

Descriptiva

La investigación descriptiva se basa en hechos, y su característica principal es dar explicaciones válidas. Con la investigación descriptiva, su principal preocupación es descubrir algunas características esenciales de un conjunto homogéneo de fenómenos. Utiliza valores predeterminados del sistema que le permitan revelar su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener notas que caracterizan la realidad que se estudia (Sabino, 1992, pág. 43).

Es decir, la investigación descriptiva se enfoca en los hechos y su principal objetivo es proporcionar explicaciones precisas y válidas. Su interés radica en descubrir las características fundamentales de un conjunto de fenómenos homogéneos, utilizando valores previamente establecidos para analizar su comportamiento o estructura.

Por otro lado, la investigación de tipo descriptiva desempeña un papel valioso en el estudio de la inversión privada en el alojamiento turístico, ya que se enfoca en describir y caracterizar las diferentes dimensiones y aspectos de este fenómeno. A través de la investigación descriptiva, se busca recopilar datos detallados y objetivos, lo que proporciona una base sólida para comprender su estado actual, identificar tendencias y patrones, y generar conocimiento relevante.

1.10.3 Diseño

La investigación no experimental es aquella en la que las variables de investigación no se controlan ni manipulan. Para desarrollar la investigación, los autores observan los fenómenos

estudiados en su medio natural y obtienen los datos directamente para su posterior análisis (Montano, 2015, pág. 1).

La investigación no experimental desempeña un papel importante en el estudio de la inversión privada en el alojamiento turístico al proporcionar un enfoque metodológico adecuado para comprender y analizar este fenómeno. Aunque la investigación no experimental no implica la manipulación directa de variables o la implementación de intervenciones controladas, ofrece beneficios significativos en el estudio de la inversión privada en el alojamiento turístico.

Por otro lado, la investigación no experimental también permite utilizar métodos cualitativos, como entrevistas, grupos focales y análisis de contenido, para obtener una comprensión en profundidad de las percepciones y experiencias de los actores involucrados en la inversión privada en el alojamiento turístico. Esto proporciona información valiosa sobre los motivos de inversión, los desafíos enfrentados, las estrategias utilizadas y las perspectivas de futuro.

1.10.4 Corte

Esta investigación presenta un corte transversal porque se trata de un estudio observacional y contiene datos y variables de una muestra predefinida en un momento específico.

Un estudio transversal o estudio de prevalencia es un tipo de estudio observacional. Para un estudio, se selecciona un conjunto de variables de un determinado conjunto de muestras; todo esto dentro de un cierto período de tiempo (Morales, 2020).

Es decir, la investigación no experimental permite recopilar datos existentes sobre la inversión privada en el alojamiento turístico sin intervenir en el entorno natural. Esto puede incluir datos económicos, estadísticas turísticas, informes financieros, registros de inversión y

otra información relevante. Al analizar y sintetizar estos datos, se pueden obtener conclusiones y tendencias significativas sin necesidad de realizar experimentos directos.

1.11 Población de estudio y tamaño de la muestra

En este estudio, se analizó el tamaño de la muestra obtenida a partir del catastro del Departamento de Turismo del Municipio del cantón Riobamba 2023, el cual proporcionó datos precisos sobre la existencia de 65 alojamientos turísticos en la ciudad de Riobamba. La encuesta se aplicó a una población y muestra de 65 participantes representados por propietarios y gerentes de estos alojamientos turísticos.

Por considerar que la población es finita, se ha aplicado a todo el universo las encuestas.

Tabla 1

Alojamientos turísticos del cantón Riobamba

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Propietario	Calle Principal	Intersección	email
ABRASPU NGO	ALOJA MIENT O	HOTEL	3 Estrellas	ALBERG UE TURISTI CO ABRASPU NGO CIA. LTDA. AISALL	km 3.5 de la vía a Guano	S/N	ihurtado@hacienda abrapungo.com
AGUAS CRISTALIN AS	ALOJA MIENT O	CAMPAM ENTO TURÍSTIC O	CATEGOR ÍA ÚNICA	A YUNGA N WASHIN GTON SANCHO HERDOI ZA	COMUNI DAD DALDAL	DALD AL	deysi.leonela98@g mail.com
BAMBU	ALOJA MIENT O	HOTEL	2 Estrellas	CESAR EDMUN DO CARPIO HERRER IA	Av. Pedro Vicente Maldonado	Said Ammo ud Montre ac	hotelbamburiobamb a2017@gmail.com
BELLA CASONA	ALOJA MIENT O	HOTEL	2 Estrellas	JIMMY PATRICI O	Duchicela	Monter rey	info@hotelbellacas ona.com

CANADA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella	SAIGUA MESACHE PABLO ABELINO CHARCO CHILENO MANUEL NICOLA LDE GONZALEZ SANTIA GO MARCELO	AV. LA PRENSA	AV. DANIEL LEON BORJA AV. DANIEL LEON BORJA	hostalcanadario@gmail.com
CARACAS SUITE	ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 Estrellas	MANUEL NICOLA LDE GONZALEZ SANTIA GO MARCELO	EPLICAC HIMA	DANIEL LEON BORJA	manuel_10_01_45@hotmail.com
CASA 1881	ALOJAMIENTO	CASA DE HUÉSPED ES	Categoría Única	CISNEROS ZAMBRANO IRMA ANABEL	OLMEDO	ESPAÑA	info@casa1881.com
CASA DE MARMOL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrellas	HOTEL CHIMBORAZO INTERNACIONAL CA HOCHICA ZURITA ASTORGA MARTHA XIMENA HERNANDEZ CEVALLOS LUIS GUILLERMO NOBOA CASTILLO MAYRA GERMÁNIA BARRAGAN LOPEZ NORMA MARIANA	DARQUEA	ENTR E PRIME RA CONS TITUY ENTE Y VELO Z	icisnerosz@hotmail.com
CHIMBORAZO INTERNACIONAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas		Argentinos	Los Nogales	hotelchimborazo@gmail.com
CHIMBORAZO LODGE	ALOJAMIENTO	REFUGIO	Categoría Única		Km 23 vía al Chimborazo	Frente a la Casa Cóndor	info@chimborazoldge.com
CUMBRES	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas		ESPAÑA	VELO Z	chimborazotravel@yahoo.es
DEL SUR	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella		AV. LEONIDAS PROAÑO	MANABI	ale-noboa2011@hotmail.com
DIANA MARIA	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas		SERGIO QUIROLA	AV. 11 DE NOVIE MBRE	norma840929@hotmail.com

EL ALTAR	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	SANCHO HERDOIZA LILIAN GEOMAR SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL EL CISNE GUILCAPI OCAÑA SEGUNDO ENRIQUE TAPIA CONTERO SANDRA JANNETH DIDONATO	Av. 11 de Noviembre	Demetrio Aguilera	hotelelaltar@hotmail.com
EL CISNE INTERNACIONAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	YEROVI HECTOR ENRIQUE ERAZO ARIAS JORGE LUIS	DUCHICE LA	AVENIDA DANIEL LEON BORJA	hotelelcisne@hotmail.com
EL ESCONDITE	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella	BUENAÑO CORDOVA LEONOR XIMENA EMPRESARA	AV. 9 DE OCTUBRE	PEDRO DE ALVARADO	jendd@hotmail.com
EL LIBERTADOR	ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 Estrellas	HOTELE RA ARGUELLO ALTAMIRANO COSTALES CA ZEUS	AV. DANIEL LEON BORJA	CARA BOBO	reservaciones@hotelelibertador.com
EL MOLINO	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 Estrellas	ARELLA NO LUZ DEL ROSARIO	DUCHICE LA	UNIDAD NACIONAL	elmolinohotelrio@yahoo.com
EL TORIL	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	3 Estrellas	GAVILANES GUADA	KM 1 VÍA A PENIPE	SIN INTERSECCIÓN	infohosteriaeltoril@gmail.com
EL TURISTA DEL CHIMBORAZO	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella		PANAME RICANA NORTE KILÓMETRO DOS Y MEDIO	SIN INTERSECCIÓN	idcleonor@hotmail.com
EMPRESA ARGUELLO ALTAMIRANO COSTALES CA ZEUS	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 Estrellas		Av. Daniel León Borja	Duchicela	reservaciones@hotelezeus.com.ec
ESTACION	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrellas		Av. Unidad Nacional	Carabobo	info@hostalestacion.ec
GUAJACUM	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrellas		MANUEL MARIA	AV. LIZAR	ramirogavi@gmail.com

				LUPE MANUEL RAMIRO DARQUE A	SANCHE Z 4	ZABU RU	
HOTEL ASHER	ALOJA MIENT O	HOTEL	2 ESTRELLA S	SANCHO MARCO SEBASTI AN GUADA LUPE	ERNESTO NOBOA	RICAR DO DEZC ALCI	mishell.lizano@gm ail.com
ILLARI HOTEL	ALOJA MIENT O	HOTEL	2 Estrellas	SAMANI EGO TATIAN A MICHEL LE	EDUARD O KIGMAN	AV. 11 DE NOVIE MBRE	tatime229@hotmail .com
JARDIN ALBORAD A RIOBAMB A	ALOJA MIENT O	HOSTAL	1 Estrella	PULGAR NOBOA ROWNY MESIAS	DANIEL LEON BORJA	JACIN TO GONZ ÁLEZ	rownypulgar@hotm ail.com
KATAZHO	ALOJA MIENT O	HOSTAL	1 Estrella	GALLEG OS GOMEZ HENRY GONZAL O MUÑOZ	VENEZU ELA	BRASI L	caroliparra71@gma il.com
LA COLINA DE RIO	ALOJA MIENT O	HOTEL	2 Estrellas	SAMANI EGO CARLOS LUIS HOSTER IA Y CENTRO DE CONVEN CIONES	AV. 11 DE NOVIEM BRE	RICAR DO DESC ALZI	carlos.l.1975@hot mail.com
LA PRIMAVER A-RBBA	ALOJA MIENT O	HOSTERÍA	3 Estrellas	LA PRIMAVERA- RBBA CIA.LTD A.	AV. LOS SHYRIS	VÍA A YARU QUÍES	hosterialaprimavera rbba@gmail.com
LAS MANOLAS TURÍSTICA	ALOJA MIENT O	HOSTERÍA	4 Estrellas	DIAZ MARTIN EZ JUAN PABLO	QUINTA EL BATAN	JOSE ELEO DORO DE LA MADR ID	lasmanolashacienda turistica@gmail.co m
LIBERTY	ALOJA MIENT O	HOSTAL	1 Estrella	ARCOS ANDRA DE IVAN MARCEL O	Avenida Héroes de Tapi	Francia	iarandra@gmail.co m
LOS ALAMOS	ALOJA MIENT O	HOSTAL	1 Estrellas	DIAS MACAS JACQUE	Sain Amand Montrond	AV. LIZAR	kelicapricornio@ho tmail.com

LOS SHYRIS	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	LINE ELIZABETH SANCHEZ SALAZAR RAMIRO ALBERTO	ROCAFUERTE	10 DE agosto	ZABURU rsanchezsalazar12@hotmail.com
MANSION SANTA ISABELLA	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 Estrellas	HOTELSPA MANSION SANTA ISABELLA CIA. LTDA.	VELOZ	ENTRE MAGDALENA DÁVALOS Y CARA BOBO	info@mansionsantaisabella.com
MARQUEZ DEL RIO	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	CERON VENEGAS BOLIVAR ALFONSO AGUAYO ROJAS OSCAR FRANCISCO	AV. LIZARZABURU	COANGOS	marquezderiotel@hotmail.com
MASHANY	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	BONILLA DEL POZO HENRY ROBERTO	VELOZ	DIEGO DONOSO	hotelmashany@hotmail.com
METROPOLITANO	ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 Estrellas	TORRES SEMPER JEANCARLO ALEXANDER	Av. Daniel León Borja	Juan de la Valle	metropolitanoriobamba@hotmail.com
MONTECARLO BY ANHYA GROUP	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	ORTIZ JOSE ADOLFO	10 de agosto	García Moreno	contact@hotelmontecarloec.com
NAVARRA	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	CHAVEZ GUERRE RO ELSI BEATRIZ	av. unidad nacional	Eplacahima	hotelnavarraortiz@hotmail.com
NUEVA SARAGOZA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella	NARANJO ARAUJO MARIA TERESA TOBAR CALDERON	AV. LA PRENSA	SANTOS LEOPOLDO CABEZAS	elsibeatrizchavezguerrero@yahoo.es
OASIS	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella		VELOZ	ALMAGRO	oasishotel@hotmail.com
PUERTAS DEL SOL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella		CORDOVEZ	ESPEJO	diegopulgar261@gmail.com

PURUHAMUSKUY	ALOJAMIENTO	REFUGIO	Categoría única	SARA DEL ROCIO CALAPIÑA GUAMAN SEGUNDO MANUEL	Vía El Arenal Km 21	La Chorrera	smcalapi@hotmail.com
QUINDELOMA ART AND GALLERY	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 Estrellas	PROGRESIO CIA LTDA MADRID SALAZAR NELLY VIOLETA BUENAÑO	ARGENTINOS	CARLOS ZAMBRANO	reservas@quindelo ma.com
REAL MADRID	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	GUILCAPI WASHINGTON MARCO TORRES SALGADO ROSA ELENA MEJIA CHAVEZ LUPE IRALDA VINUEZA	VELOZ	CARLOS ZAMBRANO	efrainmadrid@outlook.es
REY DE LOS ANDES	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	GODOY MARIANA DE JESUS PUMAGUALLE JACOME FANNY YOLANDA	AV. LIZARZABURU	CAMILO EGAS	hotelreydelosandes@gmail.com
RINCON ALEMAN	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	AVILES RIVERA RICARDO OMAR VARGAS GUAPUL	Remigio Romero	Alfredo Pareja	info@hostalrinconaleman.com
RIO	ALOJAMIENTO	HOSTAL	3 Estrellas	EMA ALEXANDRA DEL ROCIO	Pichincha	10 de Agosto	reservas@riohotelescuador.com
RIOBAMBA INN	ALOJAMIENTO	HOTEL	3 Estrellas		CARABO	PRIME RA CONSTITUYENTE	yolandacparedes@hotmail.com
ROCIO	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas		BRASIL	AV. DANIEL LEON BORJA	info@hotelpacasarreal.com
ROYALTY	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas		LIZARZABURU	SAINTE AMON D	avilesricardo5@gmail.com
RUBY	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella		Leonardo Dávalos	Bolívar Chiriboga	hostalruby@gmail.com

SHALOM	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	EGAS VILAC ALEX PATRICIO	Av. Daniel León Borja	Uruguay	reservaciones@hotelshalom.com.ec
SEÑORIAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrellas	PUCUNA MOROCO MANUEL	EPLICAHIMA	HUAYNA PALCON	juanapucuna1959@gmail.com
SPA CASA REAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	4 Estrellas	PUMAGUALLI JACOMEDOLORES DEL ROCIO	SECTOR LAS ABRAS km 1 1/2 vía a Guano Sin nombre	Sin nombre	info@hotelspacasareal.com
SUMAK PAKARI RIOBAMBA	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	GUACHO CHILENO MANUEL	EPICLACHIMA	AVDA NIEL LEON BORJA	sumakpakarirbba@gmail.com
TAMBOPAK SAMAY	ALOJAMIENTO	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	BASANTES VALVERDE DOMITILA TERESA LARA HARO DIEGO MARCELO	AV. SIMON BOLIVAR	PEDRO BASANTES	latertuliarestaurante2014@hotmail.com
TORRE AZUL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 Estrellas	INSUASTI VALVERDE MARIA EMMA NAULA GUACHO MANUEL	AV. EDELBERTO BONILLA	HANOI	hostaltorreazul@gmail.com
TREN DORADO	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	VALVERDE MARIA EMMA NAULA GUACHO MANUEL	CARABO BO	10 DE AGOSTO	htrendorado@hotmail.com
VELANEZ SUITE	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	PULGAR NOBOA DIEGO VINICIO VELOZ	CHILE	LAVALLE	hotelvelanezsuite@gmail.com
VENTURA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella	ZABALA DAVID HUMBERTO VILLAR ROEL RODRIGUEZ VICENT	JACINTO GONZALEZ	HUAYNA PALCON	diegopulgar261@gmail.com
VILLA BONITA	ALOJAMIENTO	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única		Juan Larrea	Chile y Colombia	villabonitahostel@gmail.com
VILLA DE ORO	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella		Av. Edelberto Bonilla	Rocafuerte	cmavillarroel@gmail.com

				E ANTONI O			
WHYMPER	ALOJA MIENT O	HOSTAL	SEGUNDA	HOTEL WHYMP ER CÍA. LTDA	AV. MIGUEL ANGEL LEÓN	PRIME RA CONS TITUY ENTE	gallegosregina4@g mail.com
WANDERL OT PLAZA CENTRAL	ALOJA MIENT O	HOTEL	2 ESTRELLA S	AYALA VIZUET E KATY ELIZABE TH	ESPEJO	Olmed o y Villaro el	katty_ayala93@hot mail.com

Fuente: Dirección de turismo del Municipio del cantón Riobamba – DITUR

3.3 Hipótesis de investigación

Existe relación entre la inversión privada y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo

Hipótesis específicas

HE1.- Existe relación entre el aporte económico y el alojamiento turístico.

HE2.- Existe relación entre los activos fijos y el alojamiento turístico.

HE3.- Existe relación entre los ingresos y el alojamiento turístico.

1.12 Métodos de análisis y procesamiento de datos

Los datos fueron obtenidos a través de encuestas aplicadas a los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos. Las preguntas de las encuestas miden la importancia que conceden los encuestados a cada una de las dimensiones tanto en el aspecto de inversión privada como en el de alojamiento turístico. La escala de medición utilizada en cada una de las preguntas fue de tipo Likert con un rango de uno a cinco en donde uno representa la condición menos favorable y cinco la más favorable.

Con los resultados de la encuesta se generó la base de datos con las variables, dimensiones e ítems en estudio y para ello se utilizó el programa estadístico IBM SPSS 23.0

El procesamiento de datos se lo realizó primeramente con el uso de estadística descriptiva para determinar la frecuencia absoluta o número de veces que se repite el indicador

de la variable y la frecuencia relativa o porcentual para cada pregunta y los resultados se presentan en tablas y gráficos de barras.

Para establecer la correlación entre la variable “Inversión privada” y “Alojamiento turístico” se utilizó estadística inferencial. La prueba de contraste se la realizó mediante el coeficiente de correlación de Spearman. Se tomó el promedio de cada encuestado en las nueve preguntas que corresponden a inversión privada y se las clasificó por intervalos que identificó a cada categoría. De la misma manera se procedió para el caso de la variable alojamiento turístico. Luego se procedió a aplicar la prueba de hipótesis.

Para la interpretación del coeficiente de Spearman se tomó como referencia la siguiente tabla:

Tabla 2

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman	
Valor <i>rho</i>	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a 0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a 0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 0.89	Correlación positiva alta
0.0 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Escala del coeficiente de Spearman

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El coeficiente alfa de Cronbach, es una medida estadística utilizada en el campo de la psicometría y la investigación para evaluar la confiabilidad interna o consistencia de un conjunto de ítems o preguntas que conforman una escala o cuestionario. En esencia, el coeficiente alfa de Cronbach permite determinar cuán consistentes y relacionadas están las respuestas a estas preguntas, lo que es fundamental para evaluar la confiabilidad de una herramienta de medición.

El valor resultante de coeficiente alfa de Cronbach varía entre 0 y 1. Cuanto más cercano a 1 sea el coeficiente alfa, mayor será la confiabilidad interna de la escala. En otras palabras, un valor alto de alfa de Cronbach indica que las preguntas o ítems de la escala están altamente correlacionados y miden de manera consistente el constructo que se pretende evaluar. Por otro lado, un valor cercano a 0 sugiere que los ítems de la escala no están relacionados entre sí y que la herramienta de medición carece de confiabilidad.

Generalmente se busca un valor mínimo de alfa de Cronbach de 0.70 como punto de referencia. Este valor sugiere una confiabilidad aceptable para muchas aplicaciones.

Tabla 3

Alfa de Cronbach

Alfa de cronbach	Consistencia Interna	Fiabilidad del cuestionario	
$a \geq 0,9$	Excelente	Cronbach Alpha	N of Items
$0,8 \leq a < 0,9$	Buena	0,823	18
$0,7 \leq a < 0,8$	Aceptable	Cronbach Alpha	N of Items
$0,6 \leq a < 0,7$	Cuestionable	“Inversión privada” 0,912	9
$0,5 \leq a < 0,6$	Pobre	Cronbach Alpha	N of Items
$a < 0,5$	Inaceptable	“Alojamiento turístico” 0,93	9

Fuente: Rangos del Alfa de Cronbach

Para el análisis de confiabilidad mediante la consistencia interna del cuestionario se consideró el total de 18 preguntas y se obtuvo como resultado un Alfa de Cronbach = 0,823 que se considera como muy aceptable

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,823	18

De manera individual, para el cuestionario que mide la variable “Inversión privada” que consta de 9 preguntas se obtuvo un coeficiente Alfa de Cronbach fue 0,912 y para la variable “Alojamiento turístico” que también constaba de 9 preguntas el valor de este coeficiente fue de 0,93.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,93	9

1.13 Resultados de las condiciones sociodemográficas de los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos

Tabla 4

Distribución de los propietarios/gerentes por género

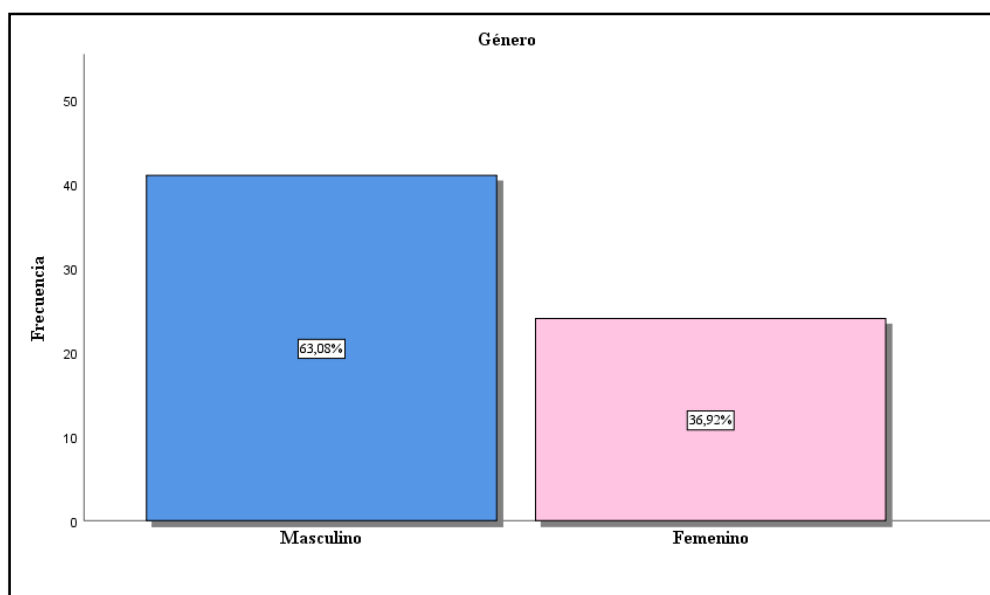
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	41	63,08	63,08	63,08
Femenino	24	36,92	36,92	100
Total	65	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 1

Distribución porcentual por género



Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

De acuerdo al género, los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos se distribuyen así: el 63,08% corresponde al género masculino y el porcentaje restante 36,92% son del género femenino. Se aprecia una clara diferencia porcentual, en donde la mayoría de los propietarios/gerentes son varones.

Tabla 5

Distribución de los propietarios/gerentes por grupos de edad

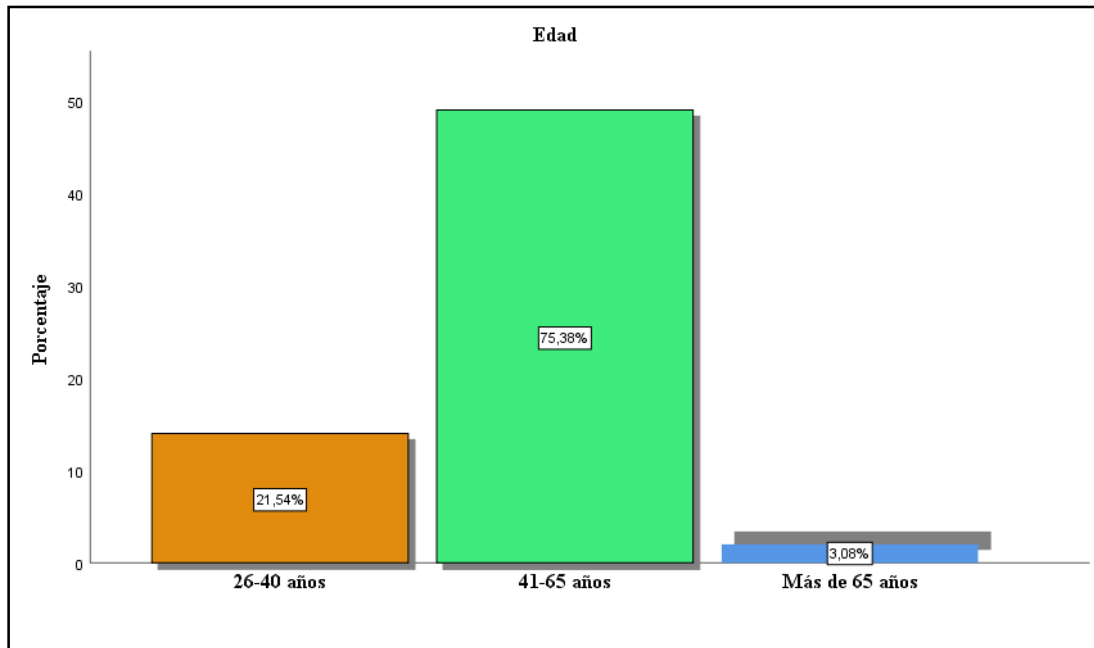
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
26-40 años	14	21,54	21,54	21,54
41-65 años	49	75,38	75,38	96,92
Más de 65 años	2	3,08	3,08	100
Total	65	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 2

Distribución porcentual por grupos de edad



Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

El grupo mayoritario 75,38% se encuentra comprendido en el rango de edad de 41-65 años. El grupo de edad de los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos de 26-40 años representan el 21,54%. Los mayores de 65 años representan un porcentaje mínimo que se le puede considerar como marginal. Los propietarios de los hoteles son, en última instancia, los responsables de todas las operaciones comerciales relacionadas con un hotel, y para consolidar un equilibrio entre formación y experiencia, casi siempre es necesario haber transcurrido cierto tiempo en el negocio.

Tabla 6

Distribución de los propietarios/gerentes por nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Secundaria	7	10,77	10,77	10,77
Título de tercer nivel	49	75,38	75,38	86,15
Título de cuarto nivel	9	13,85	13,85	100

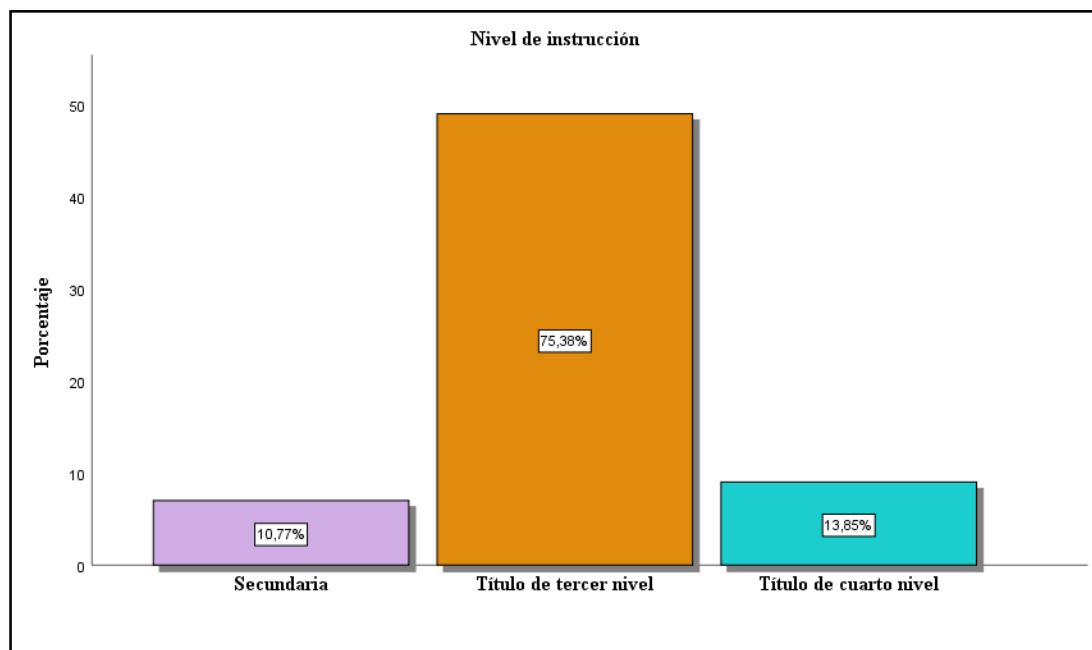
Total	65	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 3

Distribución porcentual por nivel de instrucción



Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

La gran mayoría tiene alto nivel de formación profesional, tal como se observa en la distribución de frecuencias, en donde, el 75,38% han alcanzado el tercer nivel y un considerable 13,85% incluso tienen formación de cuarto nivel. Apenas el 10,77% tiene formación secundaria. La formación en niveles gerenciales contribuye a mejorar el funcionamiento interno de las empresas de alojamiento turístico.

1.14 Resultados de las dimensiones de la inversión privada

DIMENSIÓN 1. Aportación económica

Indicador 1: Importancia de la cantidad de inversión en alojamiento turístico

Indicador 2: La inversión en alojamiento turístico aporta a la economía de la ciudad

Indicador 3: Los productos ofrecidos en los establecimientos de alojamiento turístico

Tabla 7

Indicadores de la dimensión 1 (Aportación económica)

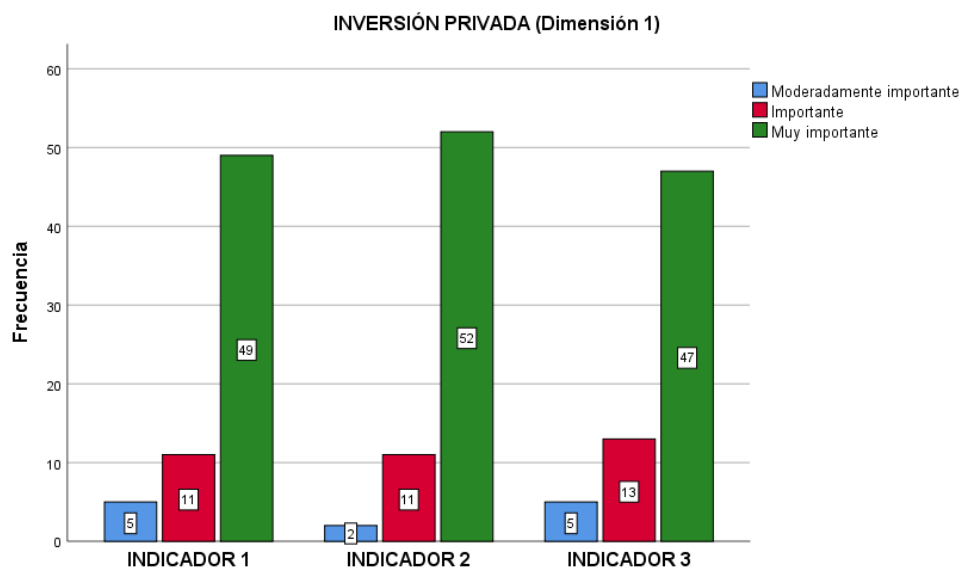
	Moderadamente importante	Importante	Muy importante	Total
Importancia de la cantidad de inversión en alojamiento turístico	5	11	49	65
La inversión en alojamiento Turístico aporta a la economía de la ciudad	2	11	52	65
Los productos ofrecidos en los establecimientos de alojamiento Turístico	5	13	47	65

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 4

Indicadores de la dimensión 1 de la Inversión Privada



Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

En la tabla 7 se observa que el indicador 1 de la dimensión “Aportación económica” de la variable Inversión Privada, hace referencia a la cantidad de inversión que es necesaria para

mejorar el alojamiento turístico y es calificado como muy importante por el 75,38% de los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos, para el 16,92% este indicador es también importante y apenas el 7,69% lo aprecia como moderadamente importante.

El indicador 2 se refiere a que si esta inversión en alojamientos turísticos en realidad aporta a la economía de la ciudad y el 80% de los encuestados opinan que en verdad esto es muy importante, el 16,92% manifiesta que si es importante y sólo el 3,07% lo ve como moderadamente importante.

Para el caso del indicador 3 el 72,30% de los encuestados considera que son muy importantes los productos que se ofrecen en los alojamientos turísticos, el 20% opina que son importantes y un pequeño porcentaje equivalente al 7,69% manifiesta que este indicador es moderadamente importante. En el gráfico 4 se observan claramente estas diferencias marcadas con respecto a la opinión de los encuestados.

DIMENSIÓN 2. Activos fijos

Indicador 1: La adquisición de bienes y servicios locales.

Indicador 2: El impulso y desarrollo de la producción local.

Indicador 3: Las ventas y la generación de ingresos para los establecimientos de alojamiento turístico.

Tabla 8

Indicadores de la dimensión 2 (Activos fijos)

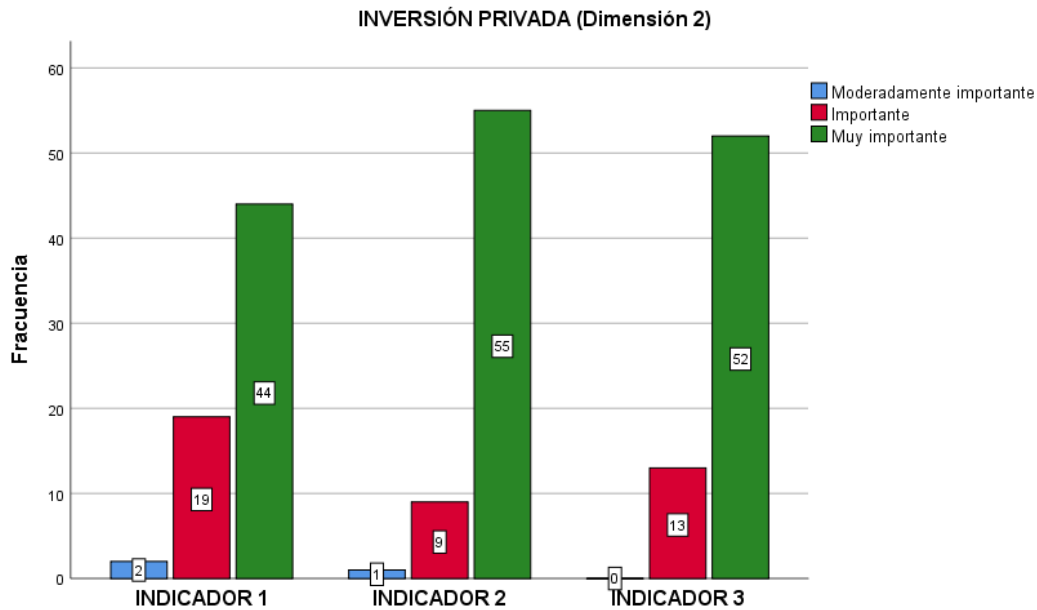
	Moderadamente importante	Importante	Muy importante	Total
La adquisición de bienes y servicios locales	2	19	44	65
El impulso y desarrollo de la producción local	1	9	55	65
Las ventas y la generación de ingresos para los establecimientos de alojamiento turístico	0	13	52	65

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 5

Indicadores de la dimensión 2 de la Inversión Privada



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

El indicador 2 de la dimensión “Activos fijos” de la variable Inversión Privada, hace referencia a la adquisición de bienes y servicios para potenciar el alojamiento turístico y lo consideran como muy importante el 67,69% de los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos, para el 29,23% este indicador es importante y para el 3,07% es moderadamente importante. El indicador 2 se refiere a que, si esta inversión en alojamientos turísticos impulsa el desarrollo local y el 84,61% de los encuestados opinan que, si es muy importante, el 13,84% manifiesta que es importante y apenas el 1,53% lo ve como moderadamente importante. Con respecto al indicador 3 el 80% de los encuestados considera que las ventas y la generación de ingresos son muy importantes para mejorar los alojamientos turísticos, el 20% opina que son importantes. Ver tabla 5 y gráfico 5.

DIMENSIÓN 3. Ingresos

Indicador 1: Los recursos monetarios en la inversión privada.

Indicador 2: La contribución económica en el impulso de la inversión privada.

Indicador 3: Los factores de producción como: tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial.

Tabla 9

Indicadores de la dimensión 3 (Ingresos)

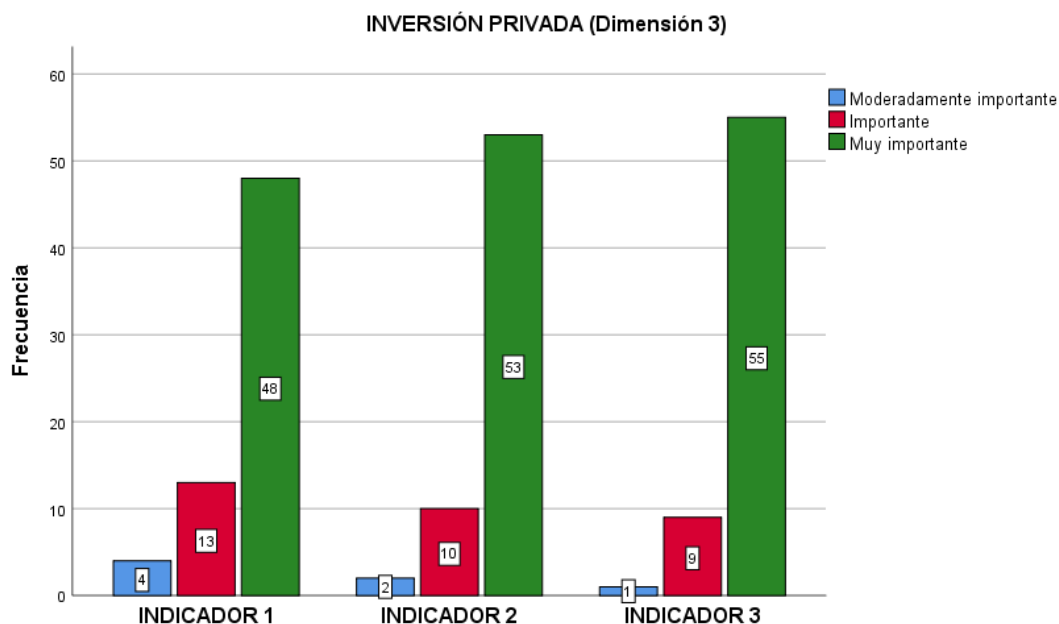
	Moderadamente importante	Importante	Muy importante	Total
Los recursos monetarios en la inversión privada	4	13	48	65
La contribución económica en el impulso de la inversión privada	2	10	53	65
Los factores de producción como: tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial	1	9	55	65

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 6

Indicadores de la dimensión 3 de la Inversión Privada



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

En la tabla 6 se observa que el indicador 3 de la dimensión “Ingresos” de la variable Inversión Privada, hace referencia a la disponibilidad de recursos necesarios para invertir en el

mejoramiento del alojamiento turístico y es calificado como muy importante por el 73,84% de los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos, para el 20% este indicador es también importante y apenas el 6,15% lo aprecia como moderadamente importante. El indicador 2 se refiere a la contribución económica en el impulso de la inversión privada y para el 81,53% de los encuestados este indicador es muy importante, el 15,38% manifiesta que si es importante y sólo el 3,07% lo ve como moderadamente importante. Con referencia al indicador 3 el 84,61% de los encuestados considera que son muy importantes los factores de producción como: tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial, el 13,84% considera que estos factores son importantes y un porcentaje marginal equivalente al 1,53% manifiesta que este indicador es moderadamente importante. En el gráfico 6 se observan la distribución de frecuencias con respecto a la opinión de los encuestados sobre los indicadores de la dimensión 3.

1.15 Resultados de las dimensiones de alojamiento turístico

DIMENSIÓN 1. Establecimiento

Indicador 1: Los bienes y servicios complementarios como restaurantes, spas y actividades recreativas en los alojamientos turísticos.

Indicador 2: Las actividades económicas encaminadas al turismo en los alojamientos turísticos.

Indicador 3: El emplazamiento o ubicación estratégica en el éxito y rentabilidad de los alojamientos turísticos.

Tabla 10

Indicadores de la dimensión 1 (Establecimiento)

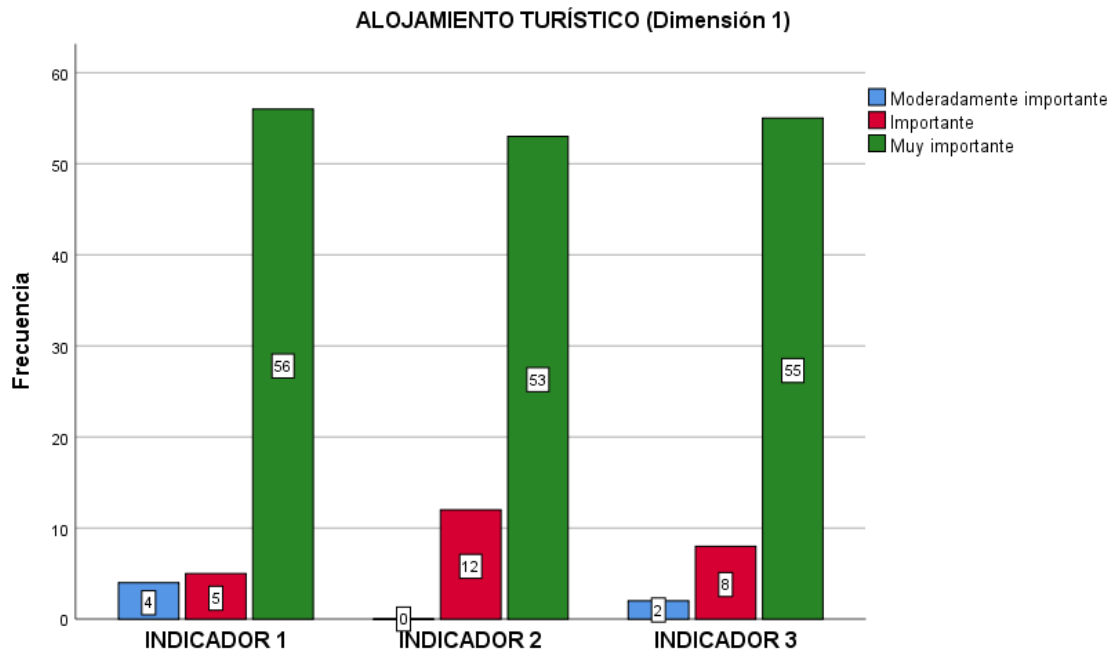
	Moderadamente importante	Importante	Muy importante	Total
Los bienes y servicios complementarios como restaurantes, spas y actividades recreativas en los alojamientos turísticos	4	5	56	65
Las actividades económicas encaminadas al turismo en los alojamientos turísticos	0	12	53	65
El emplazamiento o ubicación estratégica en el éxito y rentabilidad de los alojamientos turísticos	2	8	55	65

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 7

Indicadores de la dimensión 1 del alojamiento turístico



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

En la tabla 7 se observa que el indicador 1 de la dimensión “establecimiento” que corresponde a la variable Alojamiento turístico hace referencia a los bienes y servicios complementarios como restaurantes, spas y actividades recreativas en los alojamientos turísticos y a este aspecto el 86,15% de los encuestados lo consideran como muy importante, en cambio el 7,69% de encuestados a este indicador lo consideran importante y un 6,15% lo aprecia como moderadamente importante. El indicador 2 se refiere a las actividades económicas encaminadas al turismo en los alojamientos turísticos, lo cual el 81,53% de los encuestados opinan que este factor es muy importante, el 18,46% manifiesta que este indicador es importante. Para el indicador 3 que analiza el grado de importancia del emplazamiento o ubicación estratégica en el éxito y rentabilidad de los alojamientos turísticos, el 84,61% de los encuestados considera que son muy importantes, el 12,30% opina que son importantes y un pequeño porcentaje equivalente al 3,07% manifiesta que este indicador es moderadamente importante. En el gráfico 7 se observan la distribución de frecuencias para los tres indicadores de esta dimensión.

DIMENSIÓN 2. Servicio de hospedaje

Indicador 1: El servicio de hospedaje: 1) servicios físicos (instalaciones y comodidades) 2) servicios humanos (atención personalizada).

Indicador 2: La estancia segura, cómoda, acogedora y de descanso.

Indicador 3: El registro de entrada y salida.

Tabla 11

Indicadores de la dimensión 2 (Servicio de hospedaje)

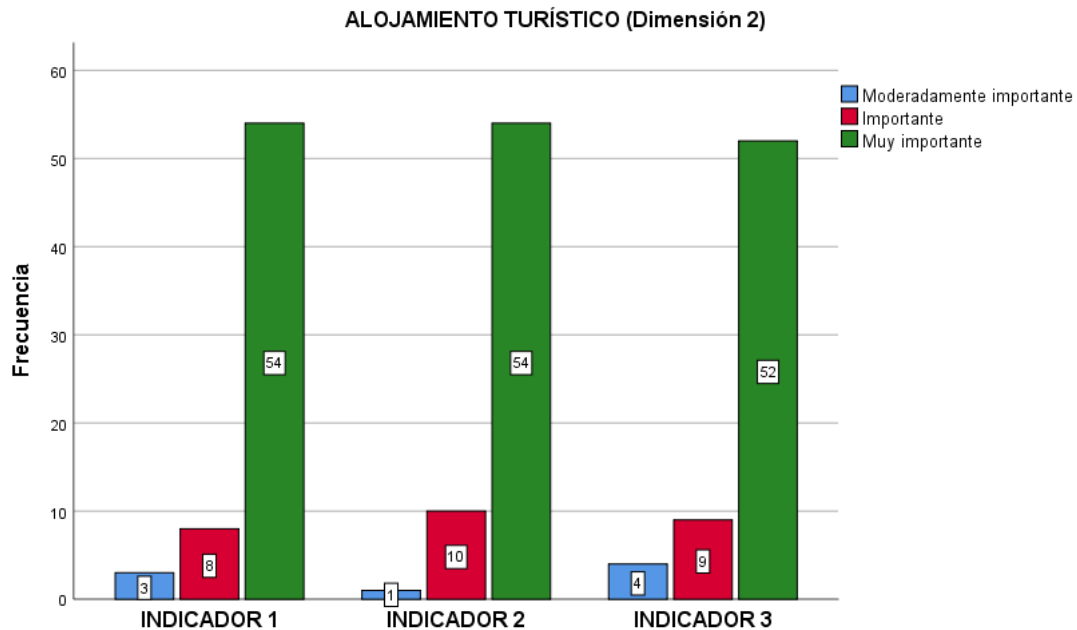
	Moderadamente importante	Importante	Muy importante	Total
El servicio de hospedaje: 1) servicios físicos (instalaciones y comodidades) 2) servicios humanos (atención personalizada)	3	8	54	65
La estancia segura, cómoda, acogedora y de descanso	1	10	54	65
El registro de entrada y salida	4	9	52	65

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 8

Indicadores de la dimensión 2 del alojamiento turístico



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

En la tabla 8 se muestra el indicador 1 de esta dimensión que se refiere al servicio de hospedaje: 1.- servicios físicos (instalaciones y comodidades) 2.- servicios humanos (atención personalizada), es considerados como muy importantes por el 83,07% de los encuestados; el 12,30% lo ve como importante y el 4,61% manifiesta que este factor es moderadamente importante. Para el caso del indicador 2 que hace referencia a las condiciones de estancia segura, cómoda, acogedora y de descanso el 83,07% de los encuestados considera que son muy importantes, el 15,38% opina que son importantes y un pequeño porcentaje equivalente al 1,53% manifiesta que este indicador es moderadamente importante. En cuanto al registro de entrada y salida que corresponde al indicador 3, el 80% opina que este factor es muy importante, el 13,84% opina que es importante y 6,15% lo considera como moderadamente importante. En el gráfico 8 se presenta la distribución de frecuencias.

DIMENSIÓN 3. Servicios complementarios

Indicador 1: Servicios adicionales como: transportes, alimentación, actividades recreativas, asistencia personalizada

Indicador 2: Satisfacer las necesidades de los huéspedes es esencial para garantizar la fidelización

Indicador 3: Valor agregado de los servicios complementarios

Tabla 12

Indicadores de la dimensión 3 (Servicios complementarios)

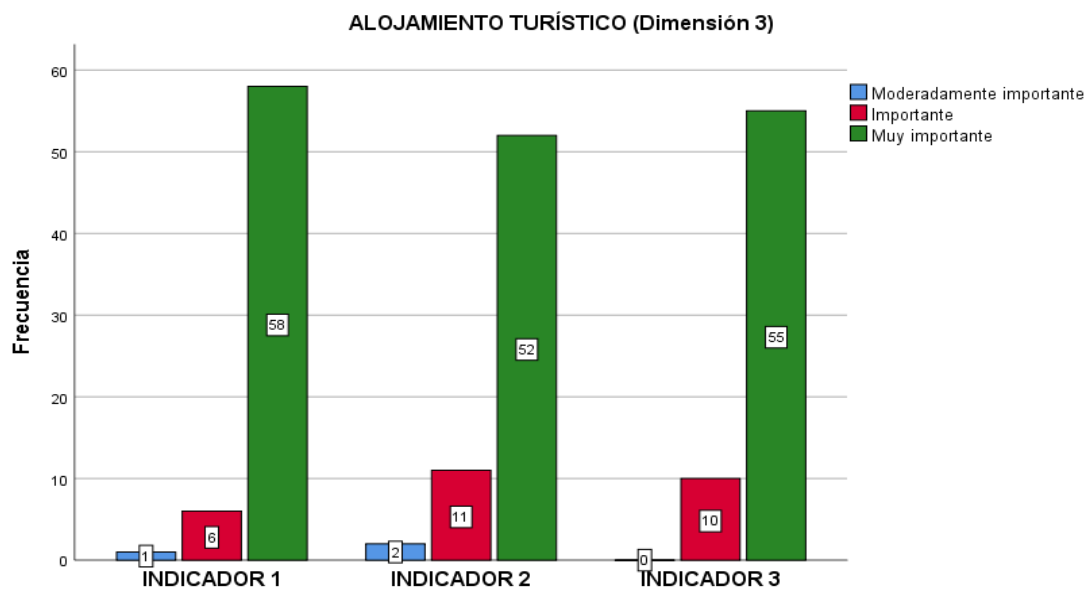
	Moderadamente importante	Importante	Muy importante	Total
Servicios adicionales como: transportes, alimentación, actividades recreativas, asistencia personalizada	1	6	58	65
Satisfacer las necesidades de los huéspedes es esencial para garantizar la fidelización	2	11	52	65
Valor agregado de los servicios complementarios	0	10	55	65

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

Figura 9

Indicadores de la dimensión 3 del alojamiento turístico



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

En la tabla 9 se observa que el indicador 1 de la dimensión “Servicios complementarios” que corresponde a la variable Alojamiento turístico hace referencia a los servicios adicionales como: transportes, alimentación, actividades recreativas, asistencia personalizada y el 89,23% de los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos lo consideran muy importante; el 9,23% opinan que es importante y apenas el 1,53% lo ve como moderadamente importante. El indicador 2 se refiere a si es esencial satisfacer las necesidades de los huéspedes para garantizar la fidelización y el 80% de los encuestados opinan que éste es un factor muy importante; el 16,92% manifiesta que si es importante y sólo el 3,07% opinan que es moderadamente importante. Para el caso del indicador 3 el 84,61% de los encuestados consideran que es muy importante el valor agregado de los servicios complementarios, el 20% opina que son importantes y un pequeño porcentaje equivalente al 15,38% manifiesta que este indicador es importante. En el gráfico 9 se observan claramente estas diferencias del grado de importancia que conceden los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos con respecto a cada uno de los indicadores de esta dimensión.

1.16 Prueba de hipótesis

a) Planteamiento de hipótesis general

Hipótesis nula

H₀: “No existe relación significativa entre la inversión privada y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo

Hipótesis alternativa

H₁: “Existe relación significativa entre la inversión privada y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo”

a) Margen de error

Nivel de significancia: $\alpha = 5\% \rightarrow 0,05$

b) Estadístico de prueba:

Coefficiente de correlación de Spearman

Tabla 13

Prueba de hipótesis general

		Inversión privada
Spearman rho	Coefficiente de Correlación	,371 **
	Sig. bilateral	,002
	N	65

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

c) Lectura del p_valor

p_valor = 0,002

d) Toma de decisión

Como el p_valor o significancia estadística 0,002 es menor que 0,05 es altamente significativo, es decir, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. En consecuencia: Existe relación altamente significativa a un nivel de 0,01 entre la inversión privada y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

a) Planteamiento de hipótesis específica 1

Hipótesis nula

HE0.- No existe relación entre el aporte económico y el alojamiento turístico.

Hipótesis de investigación

HE1.-. Existe relación entre el aporte económico y el alojamiento Turístico

a) Margen de error

El margen de error que se considera es $\alpha = 5\% \rightarrow 0,05$

b) Estadístico de prueba:

Coefficiente de correlación de Spearman

Tabla 14:

Prueba hipótesis específica 1

		Aporte económico
Spearman rho	Coefficiente de Correlación	,621**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	65

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

c) Lectura del p_valor

p_valor= 0,001

d) Toma de decisión

Como el p_valor o significancia estadística 0,001 es menor que 0,01; se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis de nula. En consecuencia: Existe relación altamente significativa a un nivel de 0,01 entre el Aporte económico y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo

a) Planteamiento de hipótesis específica 2

Hipótesis nula

HE0.- No existe relación entre los activos fijos y el alojamiento turístico.

Hipótesis de investigación

HE1.- Existe relación entre los activos fijos y el alojamiento turístico.

a) Margen de error

El margen de error que se considera es $\alpha = 5\% \rightarrow 0,05$

b) Estadístico de prueba:

Coefficiente de correlación de Spearman

Tabla 15

Prueba de hipótesis específica 2

		Activos fijos
Spearman rho	Coefficiente de Correlación	,402**
	Sig. (2-tailed)	,008
	N	65

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

c) Lectura del p valor

p_valor = 0,008

d) Toma de decision

Como el p valor o significancia estadística 0,008 es menor que 0,01; se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis de nula. En consecuencia: Existe relación altamente significativa entre los Activos fijos y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

a) Planteamiento de hipótesis específica 3

Hipótesis nula

HE0.- No existe relación entre los ingresos y el alojamiento turístico.

Hipótesis de investigación

HE1.- Existe relación entre los ingresos y el alojamiento turístico.

a) Margen de error

El margen de error que se considera es $\alpha = 5\% \rightarrow 0,05$

b) Estadístico de prueba:

Coefficiente de correlación de Spearman

Tabla 16

Prueba de hipótesis específica 3

		Ingresos
Spearman's rho	Alojamiento	Coeficiente de Correlación ,305**
	Turístico	Sig. (2-tailed) ,003
		N 65

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS.

Elaborado por: Quintanilla, M. (2024)

c) Lectura del p_valor

p_valor = 0,003

d) Toma de decision

Como el p_valor o significancia estadística (0,003) es menor que 0,01 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. En consecuencia: Existe relación altamente significativa a un nivel de 0,01 entre los Ingresos y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.17 Conclusiones

General: El grado de importancia que conceden los propietarios/gerentes de alojamientos turísticos a los indicadores de la variable Inversión Privada es muy alto. La gran mayoría considera como muy importante o al menos importante la aportación económica, los activos fijos y los ingresos como factores fundamentales dentro de la Inversión privada. En relación a los indicadores de la variable Alojamiento Turístico ocurre algo muy similar, porque conceden máxima importancia a los establecimientos como tales, a los servicios de hospedaje y a los servicios complementarios. El porcentaje de encuestados que opina que estos factores de las dos variables considerados son moderadamente importantes es muy reducido.

Se encontró alta correlación entre el aporte económico y el alojamiento turístico aplicando el coeficiente de correlación de Spearman $p_valor= 0,001$. El Alojamiento turístico en la ciudad de Riobamba depende de la Aportación económica de la inversión privada.

Se encontró alta correlación entre los activos fijos y el alojamiento turístico aplicando el coeficiente de correlación de Spearman $p_valor= 0,008$. El Alojamiento turístico en la ciudad de Riobamba depende de los activos fijos de la inversión privada.

Se encontró correlación entre los ingresos y el alojamiento turístico aplicando el coeficiente de correlación de Spearman $p_valor= 0,003$. El Alojamiento turístico en la ciudad de Riobamba depende de los ingresos de la inversión privada.

1.18 Recomendaciones

- Invertir en la mejora de la capacidad y calidad del alojamiento turístico es una estrategia a largo plazo que puede generar beneficios significativos en términos de ingresos y reputación. Sin embargo, es importante estar preparado para la inversión que se realice y para gestionarla de manera profesional y centrada en el cliente.
- Mejorar la capacidad y calidad del alojamiento turístico a través de la inversión privada es fundamental para atraer y retener a los visitantes, lo que a su vez impulsa el crecimiento económico en destinos turísticos. Se recomienda invertir en un diseño interior atractivo y en la calidad de los muebles y accesorios. Los visitantes aprecian un ambiente agradable y cómodo, lo que puede aumentar las tasas de ocupación y las tarifas.
- Además, se debería proporcionar muy buena conectividad y de alta velocidad con equipos electrónicos modernos en las habitaciones. Los viajeros suelen valorar la conectividad y la capacidad de trabajar o mantenerse entretenidos mientras están en su alojamiento.
- Capacitar al personal para brindar un servicio al cliente excepcional. Un trato amable y eficiente puede marcar la diferencia en la satisfacción del huésped.

VI. PROPUESTA

LINEAMIENTOS GENERALES ESTRATÉGICOS PARA MEJORAR EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA MEDIANTE LA INVERSIÓN PRIVADA

1.19 Título de la propuesta

Propuesta de guía estratégica que permita impulsar la inversión privada en la mejora y desarrollo de la infraestructura de los alojamientos en la ciudad de Riobamba, Ecuador.

1.20 Introducción

El desarrollo turístico de una ciudad no solo se fundamenta en sus atractivos naturales, culturales o históricos, sino también en la calidad y diversidad de sus servicios de alojamiento. En este contexto, Riobamba, una ciudad de relevancia histórica y cultural en Ecuador, se presenta como un destino turístico con potencial para fortalecer su infraestructura de alojamiento y así incrementar su atractivo para visitantes nacionales e internacionales.

La mejora del alojamiento turístico en Riobamba no solo implica la construcción de nuevos establecimientos, sino también la modernización y adecuación de los existentes. En este sentido, la inversión privada juega un papel crucial como motor de desarrollo, al impulsar la creación de espacios confortables, seguros y atractivos que satisfagan las demandas y expectativas de los viajeros modernos.

La ciudad de Riobamba tiene un gran potencial para la inversión privada en la industria turística, ya que tiene una ubicación estratégica, diversas atracciones turísticas y un mercado turístico nacional en crecimiento. Sin embargo, la ciudad también enfrenta desafíos relacionados con la falta de desarrollo y regulación en el sector turístico, así como la vulnerabilidad a desastres naturales y la competencia de otros destinos. Por lo tanto, los inversores privados deben considerar estos factores al desarrollar sus estrategias de inversión y trabajar en estrecha colaboración con las autoridades locales y las partes interesadas para garantizar el desarrollo sostenible de la industria turística en Riobamba.

1.21 Objetivos de la propuesta

Objetivo general:

Proponer una guía estratégica que permita impulsar la inversión privada en la mejora y desarrollo de la infraestructura de los alojamientos en la ciudad de Riobamba, Ecuador.

Objetivos específicos:

- Elevar la calidad y los estándares de los alojamientos a través de la implementación de normativas y estándares de calidad claros, exigentes y adaptados a las expectativas de los turistas modernos garantizando el posicionamiento de Riobamba como destino turístico de excelencia a nivel nacional e internacional
- Fomentar la inversión privada en la mejora y el desarrollo de la infraestructura de alojamiento en Riobamba.
- Establecer alianzas y colaboraciones estratégicas para promover la inversión privada en la mejora de la infraestructura de alojamiento en Riobamba.

1.22 Justificación

Es muy necesario resaltar el potencial turístico de Riobamba que posee una rica oferta cultural, histórica y natural que la convierte en un destino turístico atractivo tanto para visitantes nacionales como internacionales. Sin embargo, su infraestructura de alojamiento no siempre ha estado a la altura de las expectativas de los turistas modernos, lo que limita su capacidad para competir con otros destinos.

Se necesita mejorar la infraestructura turística, la calidad y variedad de los alojamientos turísticos son factores determinantes en la experiencia de los viajeros y en la competitividad de un destino. Mejorar la infraestructura de alojamiento en Riobamba es fundamental para satisfacer las demandas y expectativas de los turistas, así como para incrementar la permanencia y el gasto turístico en la ciudad.

Si una de las limitaciones importantes para el desarrollo de alojamientos turísticos es la falta de capital para impulsar proyectos, es necesario entonces plantear alternativas para atraer la inversión privada, que permita mejorar la infraestructura turística de Riobamba, al aportar recursos financieros, experiencia en gestión y capacidad de innovación. La participación del sector privado no solo permite acelerar el desarrollo de proyectos turísticos, sino también diversificar la oferta y garantizar estándares de calidad competitivos.

La mejora del alojamiento turístico en Riobamba mediante la inversión privada puede generar empleo, impulsar el crecimiento económico local, fortalecer la cadena de valor turística y contribuir al desarrollo integral de la ciudad y sus habitantes. Además, al aumentar la atracción de turistas, se dinamiza la economía local y se fomenta la inversión en otros sectores relacionados con el turismo.

La implementación de lineamientos estratégicos para mejorar el alojamiento turístico en Riobamba mediante la inversión privada busca no solo impulsar el desarrollo económico, sino también garantizar la sostenibilidad ambiental y social a largo plazo. Mejorar la infraestructura turística de manera planificada y sostenible es fundamental para mantener la competitividad de Riobamba como destino turístico en un mercado cada vez más exigente y globalizado.

La mejora del alojamiento turístico en Riobamba mediante la inversión privada es una iniciativa necesaria y viable que puede generar múltiples beneficios económicos, sociales y medioambientales para la ciudad y sus habitantes, así como para los visitantes que eligen este destino como su próximo lugar de visita.

1.23 Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	<p>Fortalezas: La ciudad de Riobamba se encuentra ubicada en los Andes centrales de Ecuador, conocida por sus hermosos paisajes y patrimonio cultural. La ciudad tiene una ubicación estratégica, ya que se encuentra en la Carretera Panamericana, que conecta el país de norte a sur. La ciudad cuenta con una buena infraestructura, con un aeropuerto, terminal de autobuses y estación de tren. La ciudad tiene una amplia gama de atracciones turísticas, que incluyen parques naturales, museos y eventos culturales.</p>	FACTORES EXTERNOS	<p>Debilidades: La ciudad no es muy conocida internacionalmente como destino turístico. La ciudad carece de una industria turística bien desarrollada, con opciones de alojamiento y servicios turísticos limitados. La ciudad tiene un alto nivel de informalidad en el sector turístico, lo que afecta la calidad de los servicios y la competitividad de la industria. La ciudad tiene recursos financieros limitados para invertir en el desarrollo de la industria turística.</p>
	<p>Oportunidades: La ciudad tiene un mercado turístico nacional en crecimiento, que representa una fuente potencial de demanda de alojamiento turístico. La ciudad tiene un creciente interés en el turismo sostenible, lo que podría atraer a turistas conscientes del medio ambiente.</p>		<p>Amenazas: La ciudad es vulnerable a desastres naturales, como terremotos y erupciones volcánicas, que podrían afectar la industria turística. La ciudad enfrenta competencia de otros destinos turísticos en el país y la región. La ciudad enfrenta desafíos relacionados con la informalidad y la falta de regulación en el sector</p>

<p>La ciudad tiene el potencial de desarrollar productos turísticos de nicho, como turismo de aventura, turismo cultural y turismo gastronómico.</p> <p>La ciudad tiene el potencial de atraer inversión extranjera en el sector turístico, ya que el país ofrece condiciones favorables para la inversión extranjera directa.</p>	<p>turístico, lo que afecta la calidad de los servicios y la imagen de la ciudad como destino turístico.</p> <p>La ciudad presenta pobreza y desigualdad socioeconómica generando tensiones sociales, aumentando la delincuencia, y afectando el acceso a servicios básicos como salud, educación y vivienda.</p>
--	---

1.24 Lineamientos generales estratégicos

Los lineamientos generales estratégicos que pueden guiar y potenciar la inversión privada en el sector del alojamiento turístico en la ciudad de Riobamba, no solo buscan mejorar la infraestructura hotelera, sino también promover el crecimiento económico local, la creación de empleo y el desarrollo sostenible, contribuyendo así al posicionamiento de Riobamba como un destino turístico de primera categoría en la región.

Incluyen los siguientes aspectos:

- 1) **Diseñar programas para mejorar la calidad y capacidad del alojamiento turístico:** Planificar para que el sector turístico pueda acceder a créditos blandos mediante convenios con Ban Ecuador, la CFN (Corporación Financiera Nacional) y el Ministerio de turismo.
- 2) **Fomentar incentivos fiscales y financieros:** Implementar políticas que incentiven la inversión privada en el sector del alojamiento turístico, como reducciones de impuestos, créditos preferenciales o subvenciones para la construcción o renovación de establecimientos.
- 3) **Facilitar trámites y permisos:** Simplificar los procesos burocráticos y agilizar la obtención de permisos y licencias necesarias para la construcción y operación de hoteles y otros alojamientos turísticos, lo que reduciría los costos y tiempos de inversión.
- 4) **Promover alianzas público-privadas:** Establecer mecanismos de colaboración entre el sector público y privado para desarrollar proyectos de infraestructura turística, compartiendo riesgos y recursos para maximizar el impacto y la eficiencia de las inversiones.
- 5) **Establecer normativas y estándares de calidad:** Implementar regulaciones claras y exigentes en cuanto a calidad, seguridad y sostenibilidad para garantizar que los nuevos

desarrollos turísticos cumplan con los estándares internacionales y contribuyan al prestigio de Riobamba como destino turístico.

- 6) **Promover la diversificación de la oferta:** Incentivar la creación de diferentes tipos de alojamientos turísticos, como hoteles boutique, hostales, hospedaje ecológico y alojamientos rurales, para atender las necesidades y preferencias de una amplia gama de viajeros.
- 7) **Mejorar la conectividad y accesibilidad:** Invertir en infraestructura de transporte y comunicaciones para mejorar la conectividad de Riobamba con otros destinos turísticos, facilitando el acceso de los visitantes y promoviendo un mayor flujo turístico hacia la ciudad.
- 8) **Capacitación y desarrollo del talento humano:** Implementar programas de capacitación y formación para el personal del sector turístico, con el fin de mejorar la calidad del servicio ofrecido y garantizar experiencias memorables para los turistas.
- 9) **Fomentar el desarrollo sostenible:** Promover prácticas turísticas responsables que contribuyan a la conservación del patrimonio natural y cultural de Riobamba, así como al bienestar de las comunidades locales, asegurando un crecimiento turístico sostenible a largo plazo.

Estos lineamientos generales estratégicos que pueden guiar y potenciar la inversión privada en el sector del alojamiento turístico en la ciudad de Riobamba, no solo buscan mejorar la infraestructura hotelera, sino también promover el crecimiento económico local, la creación de empleo y el desarrollo sostenible, contribuyendo así al posicionamiento de Riobamba como un destino turístico de primera categoría en la región.

Teniendo en cuenta el análisis FODA descrito con anterioridad, se plantea la Matriz de Marco lógico de la propuesta.

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

Problema: Baja inversión privada en la mejora y desarrollo de la infraestructura de los alojamientos en la ciudad de Riobamba, Ecuador.

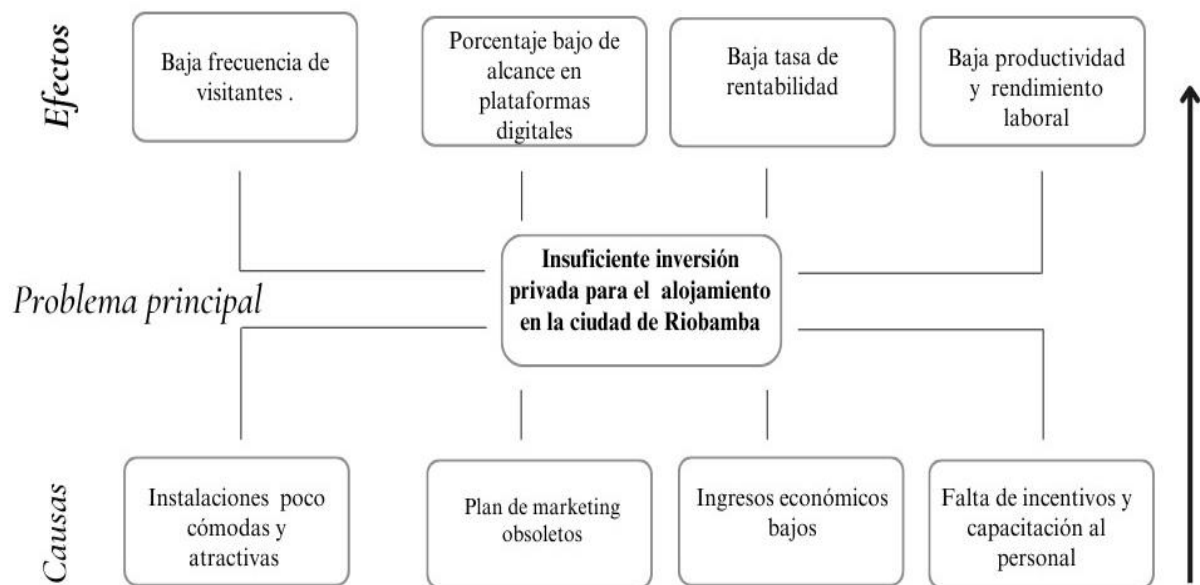
GRUPOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS	INTERÉS EN EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES

Propietarios de los establecimientos que brindan el servicio de alojamiento	-Mejorar la calidad en las instalaciones y servicio. -Contar con un mayor número de huéspedes tanto en temporada baja como en la alta. -Ser reconocidos en la ciudad de Riobamba, así como posicionar su establecimiento en plataformas digitales	-Los recursos económicos disponibles no son suficientes. -Falta de posicionamiento en el mercado y estrategias competitivas. -Plan de marketing poco efectivo.	Personal corporativo, empleados y colaboradores	Buscar inversionistas para mejorar las instalaciones, expandirse en el mercado, mejorar la calidad en el servicio y atraer más clientes mediante estrategias innovadoras.	Bajo porcentaje de rentabilidad.
Inversionistas	-Tener una tasa de rentabilidad anual muy buena para asegurar el retorno de la inversión. -Participar en proyectos innovadores de alojamiento.	-Riesgo de inversión. -Proyectos poco innovadores.		Invertir en proyectos rentables e innovadores	Falta de una buena propuesta de inversión.
Ministerio de turismo	-Hacer cumplir las normativas y reglamentos de alojamiento turístico vigentes del país.	No cumplir con los estándares de calidad, para el óptimo funcionamiento	Empleados y colaboradores	Garantizar el cumplimiento de los reglamentos de alojamiento turístico.	Dueños de establecimientos de alojamiento que no cumplen con los reglamentos dispuestos por la ley.
Municipio de Riobamba	-Agilizar los trámites el óptimo funcionamiento de los establecimientos de alojamiento	Sistema burocrático extenso.	Empleados y colaboradores	Facilitar y agilizar los permisos y trámites necesarios para el funcionamiento de los establecimientos de alojamiento.	
Trabajadores	Mantener las instalaciones en perfecto estado. Brindar un excelente servicio a los clientes.	Remuneración Falta de capacitación al personal		Alcanzar las metas planteadas y brindar un excelente servicio al cliente.	Empleadores que ofrecen una remuneración poco competitiva.
Visitantes	-Encontrar calidad y confort en las instalaciones de hospedaje.	-Instalaciones poco atractivas.		-Tener una amplia oferta de alojamiento. -Recibir alternativas de paquetes	Dueños de alojamiento que no promueven una atractiva oferta turística de alojamiento

	-Recibir recomendaciones de actividades por realizar en la ciudad y sus alrededores. -Tener acceso a plataformas digitales de los establecimientos de alojamiento.	-Inexistencia de paquetes turísticos. -Falta de presencia en redes sociales.		turísticos para realizar en la ciudad. -Acceso a plataformas digitales con mayor facilidad.	
--	---	---	--	--	--

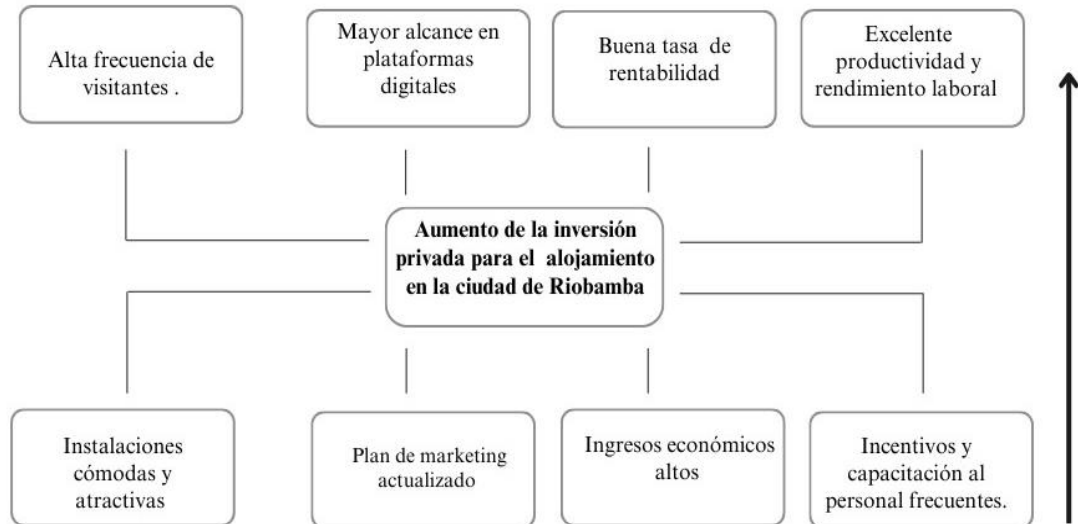
Fuente: Quintanilla, M. (2024)

Árbol de problemas



Fuente: Quintanilla, M. (2024)

Árbol de objetivos



Fuente: Quintanilla, M. (2024)

Alternativas de Solución

Para mejorar las brechas existentes que limitan e impiden la inversión privada en los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Riobamba, se plantea las siguientes alternativas de solución alcanzables, para el desarrollo de la propuesta, las mismas se visualizan en la matriz de marco lógico.

- ✓ Estrategias para mejorar la calidad en las instalaciones y servicio.
- ✓ Diversificación de la oferta
- ✓ Implementar la oferta de alojamiento en plataformas como booking.com, trivago, Airbnb, etc.
- ✓ Diseño de sitio web en el cual se visualice la oferta disponible de los hospedajes exclusivamente de la ciudad de Riobamba.
- ✓ Capacitación al personal

Matriz de Marco Lógico

MARCO LÓGICO				
	Indicadores verificables objetivamente	Indicadores	Medios de Verificación	Sustentabilidad/ Supuestos
FIN	Promover la calidad en los servicios de alojamiento, mediante alternativas innovadoras, enfocadas a mejorar la accesibilidad, hospitalidad y frecuencia de visitas, para que los visitantes tanto nacionales como extranjeros, puedan gozar de una experiencia única y en consecuencia se perciba mayores ingresos económicos, lo cual permite el desarrollo local.	El propuesta para incrementar la inversión privada en tiene una duración de 1 año, lo cual permitirá aumentar la tasa de rentabilidad de inversión en los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Riobamba. El monto total de inversión es de \$14 900,00.	Plan estratégico del establecimiento (cumplimiento de metas y objetivos alcanzados) Reportes contables	Apoyo de inversionistas. -Inseguridad en el país. -Incremento de los precios en los materiales. -Recursos económicos insuficientes.
PROPÓSITO	Estrategias enfocadas a incrementar la calidad de la infraestructura y servicio en los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Riobamba.	La propuesta de las estrategias concluirá en un año, lo cual se espera excelentes resultados en cuanto al retorno de la inversión y calidad en el servicio.	Aplicación de las estrategias, de acuerdo con lo establecido.	Rechazo a la aprobación de presupuesto para la ejecución de la propuesta.
COMPONENTES	Instalaciones cómodas y atractivas	Para las adecuaciones de las instalaciones, se presupuesta un valor aproximado de \$9000, 00	Lista de materiales adquiridos y mano de obra	No contar con los recursos necesarios para realizar las adecuaciones.
	Plan de marketing	Para incrementar la productividad y alcance del plan de marketing, se designa un valor aproximado de \$ 1100	Alcance de ventas online, interacción con el público en plataformas digitales, reportes estadísticos de cada plataforma, objetivos alcanzados.	Seguridad de datos Bajo alcance en redes sociales.
	Registros contables	Para llevar registros contable claros se designa un presupuesto aproximado de \$ 4200, 00	Registro de ventas, afluencia mensual de huéspedes y reportes mensuales según la contadora.	No cubrir las metas propuestas en ventas de hospedaje.
	Capacitación al personal	Para garantizar la eficiencia y el cumplimiento de todos los objetivos propuestos se designa un monto de aproximado de \$600,00	Reportes de Auditoría Talento Humano	Falta de presupuesto.

ACTIVIDADES	Adecuaciones en las instalaciones	\$9000,00	Materiales, mano de obra, diseño de interiores. Implementación de tecnología en las habitaciones.	Tendencias y desafíos actuales del hospedaje y turismo.
-------------	-----------------------------------	-----------	---	---

			Utilización de energía renovable.	Cumplimiento de metas y del cronograma de actividades establecido.
	Implementación de sitios web y plataformas digitales	\$600,00	Posicionamiento del establecimiento en plataformas como booking, trivago, Airbnb, entre otras. Diseño de página web exclusivo para los establecimientos de hospedaje, según su categoría.	Tendencias y desafíos actuales del hospedaje y turismo.
	Diversificación de la oferta	\$500,00	Paquetes turísticos para realizar en la ciudad. Servicio de transporte. Alianzas estratégicas con actores locales.	Tendencias y desafíos actuales del hospedaje y turismo.
	Llevar registros contables claros y precisos	\$350,00 (valor mensual)	Estados financieros. Análisis de superávit o déficit. Propuestas para inversionistas. Planificación estratégica e indicadores de rentabilidad	Cumplimiento de metas y del cronograma de actividades establecido.
	Capacitaciones al personal cada 6 meses.	\$ 600,00	Rendimiento y del productividad personal.	Tendencias y desafíos actuales del hospedaje y turismo.

Fuente: Quintanilla, M. (2024)

A continuación, se expone la página web que ha sido diseñada para que los visitantes nacionales como extranjeros puedan interactuar con la oferta de alojamiento existente en la ciudad de Riobamba.

Diseño

Para el diseño de la página web se utilizó:

- La plataforma Wix
- Información recopilada de acuerdo con el catastro turístico 2023 de Riobamba.

Link de la página web

<https://meryjquintanilla.wixsite.com/my-site-1>



Presentación de la página web



GASTRONOMÍA

La gastronomía de Riobamba es rica y variada, reflejando la diversidad cultural de la región andina de Ecuador. Entre sus platos más emblemáticos se encuentran el hornado, un cerdo asado servido con mote, papas y ensalada; y el yaguarlocco, una sopa espesa de papas con sangre de cordero. También destacan los llapingachos, tortillas de papa rellenas de queso, y el cuy asado, un manjar tradicional. La ciudad es conocida por sus mercados vibrantes, donde se pueden degustar estos y otros sabores auténticos, ofreciendo una experiencia culinaria inolvidable.

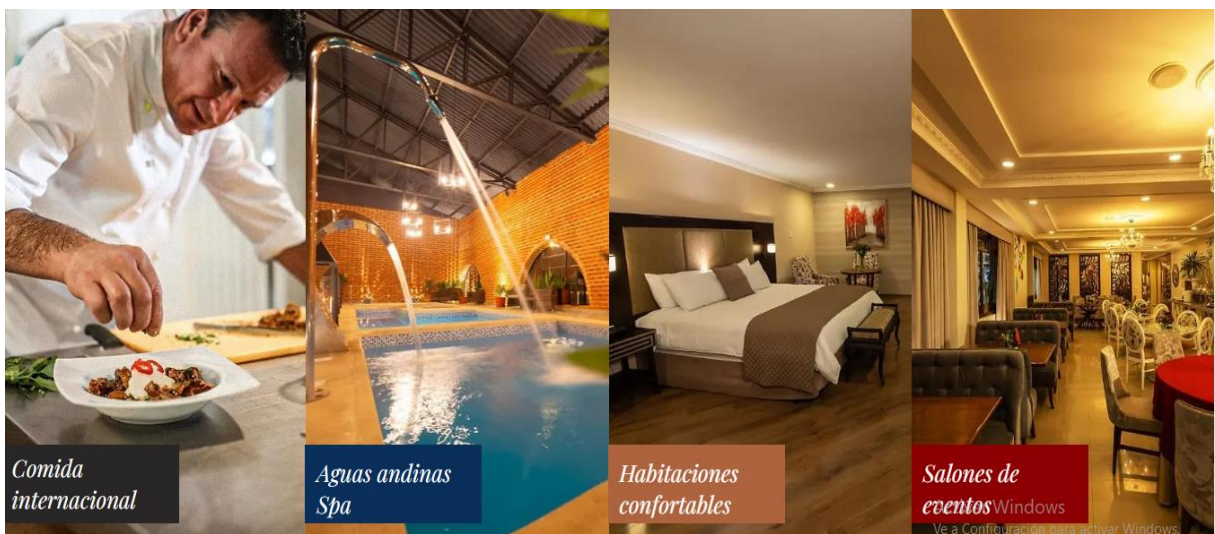
Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

EL CHIMBORAZO

El Chimborazo, el volcán más alto de Ecuador y el punto más cercano al sol desde el centro de la Tierra, atrae a turistas por sus impresionantes vistas y oportunidades para el montañismo y el senderismo. Su majestuosidad y belleza natural convierten a Riobamba en un destino popular, ofreciendo una experiencia única a aventureros y amantes de la naturaleza.



Hoteles de 4, 3 y 2 estrellas





Agencia de Viajes



Fuente: Elaboración propia

En la imagen se puede observar cómo está estructurada la pantalla de inicio de la página web, así como las pestañas de búsqueda. Esta página web está diseñada para ayudar a los visitantes a escoger distintas opciones de alojamiento exclusivamente de la ciudad de Riobamba, a más de ser segura y fácil de interactuar. Esta propuesta pretende incrementar la inversión privada y a su vez el posicionamiento en el amplio mercado turísticos a los establecimientos de alojamiento. En consecuencia, promover el desarrollo turístico y económico de la ciudad de Riobamba formando alianzas estratégicas y encadenamientos productivos

BIBLIOGRAFÍA

- Adame, J. C. (2021). [Archivo PDF]. helder,+103-110.pdf
- Alex Rodríguez, e. a. (octubre de 2018). *Que es ingresos*. BILLIN.
<https://www.billin.net/glosario/definicion-ingresos/>
- American Marketing Asociation. (2005).
PercepcionDeLosEmpresariosDeUnMunicipioDelEstadoDe
- Aranda, S. R. (2017). *Técnicas de ventas* [Archivo PDF] .
<https://core.ac.uk/download/pdf/326425109.pdf>
- Banco central de Reserva del Salvador. (2017). *Glosario de Términos Técnicos y Conceptos Económicos* [Archivo PDF].
https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/vista/Glosario_terminos_tecnicos_y_Conceptos_economicos1.pdf
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2021/01/la-justificacion-practica.html>
- Bernal, C. A. (2021). *Metodología de la Investigación, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2021/01/justificacion-teorica.html>
- Bernal, C. A. (2021). *Metodología de la Investigación, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2021/01/justificacion-metodologica.html>
- Bernal, C. A. (2021). *Metodología de la Investigación, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2021/01/la-justificacion-practica.html>
- Chávez, J. (2020). *Inversión: Qué es, características y tipos*. ceupe.
<https://www.ceupe.com/blog/inversion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20inversi%C3%B3n,futuro%2C%20se%20realiza%20una%20inversi%C3%B3n.>
- Chávez, R. (2022). *Prestadores de servicios: responsabilidades básicas y cómo contratarlos*. Konfío. <https://konfio.mx/tips/negocios/prestadores-de-servicios-responsabilidades-basicas-y-como-contratarlos/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20prestador%20de,a%20cambio%20de%20un%20pago.>

- Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos [Archivo PDF].
https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf
- Código_Trabajo. (2012). [Archivo PDF]. <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Correa, J. M. (agosto de 2004). *Individuo cultura y sociedad*. Revista Electrónica de Psicología Iztacala [Archivo PDF].
<https://www.iztacala.unam.mx/carreras/psicologia/psiclin/vol7num3/art4-2004-3.pdf>
- Cuenca, Montero, & Gadea. (2019). *Epistemología y fundamentos de la investigación científica* [Archivo PDF].
<https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/18574/document%2826%29.pdf>
- Equipo editorial, Etecé. (2021). *Recursos financieros*. Concepto. <https://concepto.de/recursos-financieros/#:~:text=En%20ese%20sentido%2C%20el%20t%C3%A9rmino,o%20acciones%20en%20otras%20organizaciones.>
- Florencia, U. (2014). Definición de cantidad. Significado.
<https://www.definicionabc.com/general/cantidad.php>
- Galán, J. S. (2020). Definición técnica. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/bien.html>
- Garcés, W. (2017). *Proyecto de inversión turística para la construcción e Instalación de un parque acuático en el cantón carlos julio Arosemena tola provincia de napo* [Archivo PDF]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6200/1/PIUPADMA0010-2017.pdf>
- García, D., Erazo, C., Gracia, J., & Castillo, J. (2018). [Archivo PDF].
<file:///C:/Users/Invitado/Downloads/161-Texto%20del%20art%C3%ADculo-493-2-10-20181225.pdf>
- García, R. (2015). [Archivo PDF]. <file:///C:/Users/Invitado/Downloads/Dialnet-ElAlojamientoTuristicoEnHogares-6133523.pdf>
- Hernández Sampieri, M. (2008). [Archivo PDF].
<https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/15.pdf>
- López, J. F., & Morales, F. C. (2020). <https://economipedia.com/definiciones/valor-economico.html>
- Mankiw. (2012). <file:///C:/Users/Invitado/Downloads/161-Texto%20del%20art%C3%ADculo-493-2-10-20181225.pdf>

- Merino, & Porto, P. (2017).
<https://definicion.de/emplazamiento/#:~:text=La%20idea%20de%20emplazamiento%20puede,de%20una%20serie%20de%20construcciones>.
- MHEDUCATION. (2018). <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448149971.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/INVERSION-Y-CLIMA-DE-NEGOCIOS-27-07-2018-csep.pdf>
- Ministerio de Turismo 2022. (s.f.). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/04/Ecuador-Destino-de-Inversiones.pdf>
- Montano, J. (2015).
<file:///C:/Users/Invitado/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20No%20Experimental.pdf>
- Montoya. (2017). <https://www.techtitute.com/ec/escuela-de-negocios/blog/el-concepto-del-trabajador#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20profesor,de%20un%20contrato%20de%20trabajo%E2%80%9D>.
- Morales, F. (2020). <https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html>
- Ortiz, J. (2014). <https://finanzasyproyectos.net/que-es-un-proyecto-de-inversion/>
- Pedrosa, S. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/remuneracion.html>
- Porto, J. P., & Merino, M. (2022). Obtenido de
<https://definicion.de/emplazamiento/#:~:text=La%20idea%20de%20emplazamiento%20puede,de%20una%20serie%20de%20construcciones>.
- Quiroa, M. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>
- Quiroa, M. (2020). <https://economipedia.com/definiciones/bienes-y-servicios.html>
- RAE. (2014). <https://dle.rae.es/cl%C3%A1usula>
- Ramírez, P. (2022). Obtenido de <https://economia3.com/factores-de-produccion-tipos/>
- Ramos, M. (2020). <https://www.sheep.mx/blog/2020/08/11/las-contribuciones-que-son-y-como-se-clasifican/>
- Rodrigues, H., Castellanos, G., Hernández, N., & Calzada, B. (2014).
<https://www.redalyc.org/pdf/1813/181333032002.pdf>
- Rodríguez, M. (2020). <https://www.eactivo.es/glosario/aportaciones/>
- Sabino, a. A. (1992). Obtenido de
http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf
- Sampieri, H. (2008). <https://www.redalyc.org/pdf/4762/476259067004.pdf>
- Sánchez, F. (2022). <https://conceptodefinicion.de/individuo/>

Tartière, G. d. (2018). file:///C:/Users/Invitado/Downloads/sarasola,+12900-26177-1-CE%20(1).pdf

Velásquez, A. (2015). <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-correlacional/>

World Travel & Tourism Council. (2020). <https://wttc.org/>

ANEXOS

1. Operacionalización de Variables

Tabla 3 Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES O CATEGORIAS	DEFINICIÓN	INDICADORES
Variable Independiente Inversión privada	Para Westreicher G. (2020) la inversión privada es aquella que realizan los agentes que no pertenecen al sector público. Así, se refiere particularmente a la adquisición de bienes de capital y otro tipo de activos con el objetivo de generar una ganancia en el futuro.	Es una aportación económica que involucra compras de activos fijos o equipos que realizan las empresas, con el fin de producir ingresos o aumentar su valor en un plazo de largo tiempo.	Aportación económica Activos fijos	Según Villavicencio (2018) es la cantidad necesaria para poder adquirir o invertir por primera vez en determinados productos (renta fija, fondos de inversión, activos fijos), entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad • Inversión • Productos
				Según Caribas A. (1977), los activos fijos son todos aquellos bienes o derechos que realmente estén siendo utilizados en el proceso productivo, o en el proceso generador de venta o servicios según se trate la empresa, que adquieren un cierto grado de pertenencia en el negocio, y que no se destinan para la venta.	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes • Producción • Ventas
				Para Ricossa. S (2016) El ingreso es la cantidad de recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos • Contribución • Factores

			Ingresos	<p>monetarios, dinero, que se asigna a cada factor por su contribución al proceso productivo. El ingreso puede tomar la forma de sueldos y salarios, renta, dividendos, regalías, utilidades, honorarios, dependiendo el factor de producción que lo reciba: trabajo, capital, tierra, etc.</p> <p>A nivel agregado, el ingreso total</p>	
Variable Dependiente <i>Alojamiento turístico</i>	La OMT (2014) considera como alojamiento a aquella actividad ejercida por los establecimientos que prestan servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo	Que hace referencia a la actividad que ejercen los establecimientos que prestan servicios de alojamiento, de manera temporal o permanente a los turistas a cambio de una remuneración económica, y en algunos casos incluyen	Establecimiento	<p>Para Gutierrez. O (2015) Es una unidad productora de bienes o servicios, la cual desarrolla una o más actividades de carácter económico o social, bajo la responsabilidad de un titular o empresa, en un lugar, local o conjunto de locales conexos situados en un emplazamiento topográfico determinado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Productora de bienes y servicios • Actividad económica • Localidad

	temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios.	servicios complementarios	Prestador de servicio	Un prestador de servicio es aquel individuo que ofrece sus actividades a las empresas que las requieren, lo que a su vez se establece a través de un contrato que incluye todas las cláusulas necesarias (ya sean derechos u obligaciones) tanto del cliente como de quien presta el servicio. (Higo, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad • Servicios • Cláusulas
			Remuneración Económica	Remuneraciones: es el valor pagado mensualmente por el establecimiento o empleador, a sus empleados u obreros. Incluye valores mensuales de: sueldo o salario básico (antes de deducir impuestos y descuentos varios), horas extras, comisiones, bonos de producción, subsidios, transporte, entre otros. (Villa,2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Valor • Trabajadores • Salario

2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 4 *Matriz de Consistencia*

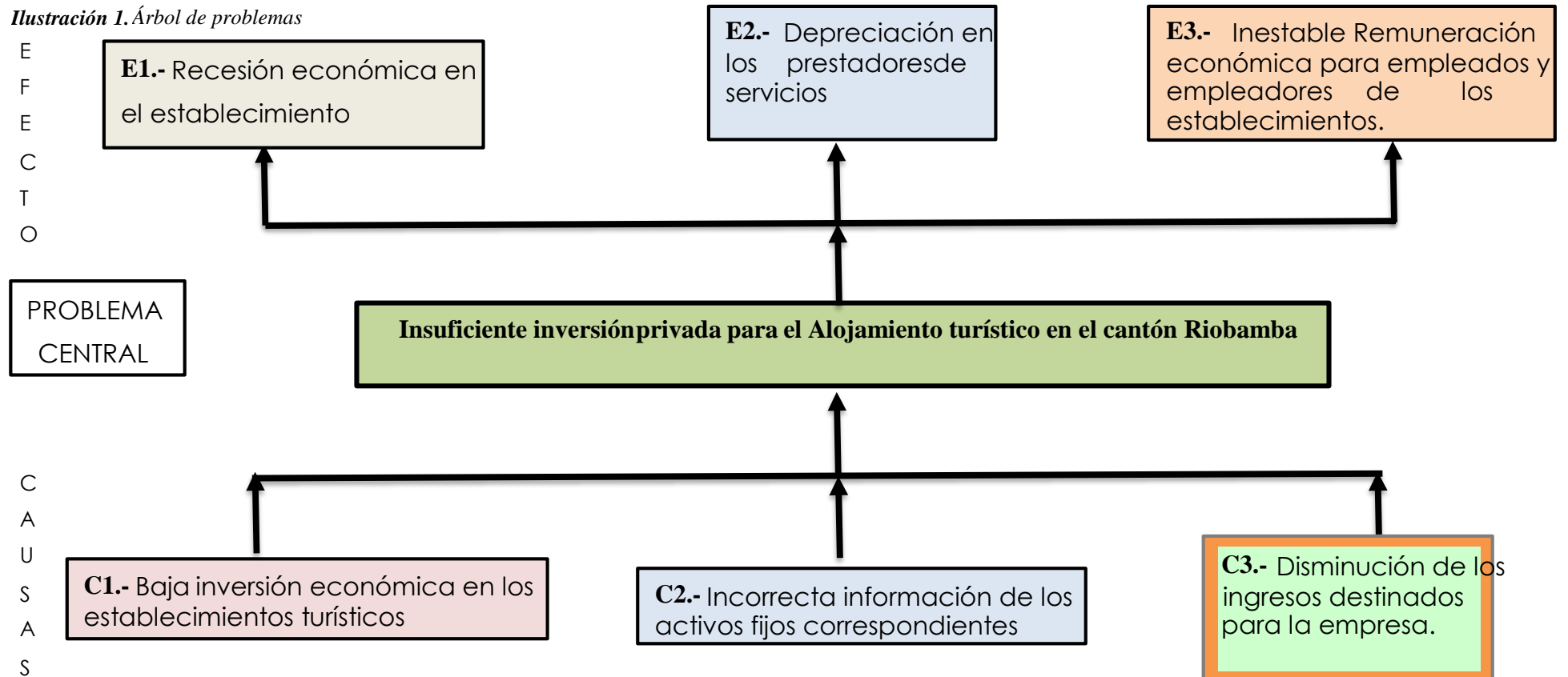
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
<i>GENERAL</i>	<i>GENERAL</i>	<i>GENERAL</i>	<i>INDEPENDIENTE</i>	Aportación económica	En esta investigación se utilizaron técnicas exploratorias, correlacionales y descriptivas para comprender la inversión privada en los alojamientos turísticos de Riobamba. El enfoque exploratorio identificó aspectos poco estudiados, el correlacional examinó relaciones estadísticas	En este estudio, se analizó el tamaño de la muestra obtenida del catastro del Departamento de Turismo del Municipio de Riobamba 2023, que identificó 65 alojamientos turísticos. Se encuestó a los propietarios y
¿De qué manera se relaciona la inversión privada y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo?	Analizar la relación de la inversión privada y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.	¿Existe relación entre la inversión privada y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo?	Según Westreicher G. (2020) la inversión privada es aquella que realizan los agentes que no pertenecen al sector público. Así, se refiere particularmente a la adquisición de bienes de capital y otro tipo de activos con el objetivo de generar una ganancia en el futuro.	Activos fijos		
<i>ESPECÍFICAS</i>	<i>ESPECÍFICAS</i>	<i>ESPECÍFICAS</i>	<i>DEPENDIENTE</i>	Ingresos		

<p>PE1.- ¿De qué manera se relaciona el aporte económico y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo?</p> <p>PE2.- ¿De qué manera se relacionan los activos fijos y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo?</p> <p>PE3.- ¿De qué manera se relacionan los ingresos y el alojamiento turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo?</p>	<p>OE1.- Identificar la relación entre el aporte económico y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.</p> <p>OE2.- Determinar la relación entre los activos fijos y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.</p> <p>OE3.- Analizar la relación entre los ingresos y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.</p>	<p>HE1.- Existe relación entre el aporte económico y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.</p> <p>HE2.- Existe relación entre los activos fijos y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.</p> <p>HE3.- Existe relación entre los ingresos y el Alojamiento Turístico en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.</p>	<p>La OMT (2014) considera como alojamiento a aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios.</p>	<p>Establecimiento</p> <p>Prestador de servicio</p> <p>Remuneración Económica</p>	<p>entre variables y el descriptivo caracterizó las inversiones y sus impactos. Para analizar los datos recopilados, se emplearon los programas SPSS y Excel, permitiendo un tratamiento preciso y exhaustivo de la información para obtener resultados fiables y significativos.</p>	<p>gerentes de estos alojamientos, aplicando la encuesta a toda la población, ya que es finita.</p>
---	--	--	---	---	---	---

Elaboración: *Mery Quintanilla*

3. Árbol de problemas

Ilustración 1. Árbol de problemas



Elaboración: Mery Quintanilla

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

“LA INVERSIÓN PRIVADA EN EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL CANTÓN RIOBAMBA”

Cuestionario dirigido a **propietarios/gerentes** de Alojamientos turísticos

Formulario N°: _____ **Fecha de la encuesta:** ___/___/___

Encuestador: Mery Quintanilla

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener datos sobre la importancia de la **“Inversión privada en el Alojamiento turístico”**

INSTRUCCIONES GENERALES

- Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda según su criterio, teniendo en cuenta la siguiente valoración
- 1= Sin Importancia 2= Poca Importancia 3= Moderadamente Importante 4=Importante 5=Muy importante
- Marque con una (x) su respuesta
- Los ítems únicamente tienen una respuesta

CONFIDENCIALIDAD

Toda la información que se derive de sus respuestas será estrictamente confidencial, por lo cual deben ser lo más objetivas posible; de igual forma el investigador se compromete a mantener la reserva del caso

INFORMACIÓN DEL ENCUESTADOR:

Mery Jaritza Quintanilla Vergara

email: Mery.quintanilla@unach.edu.ec

a. Información general

• **Género**

Femenino	Masculino
----------	-----------

• **Edad**

18-25	26-40	41-65	65 en adelante
-------	-------	-------	----------------

• **Nivel de instrucción académica**

Primaria	Secundaria	Título de tercer Nivel	Título de cuarto nivel
----------	------------	------------------------	------------------------

b. Información específica

No	ITEMS VARIABLE 1 “INVERSIÓN PRIVADA”	PARÁMETRO
----	--------------------------------------	-----------

Dimensiones	APORTACIÓN ECONÓMICA	Sin	Poca	Moderadamente	Importante	Muy
		Importancia	Importancia	Importante	Importante	Importante
1	Importancia de la cantidad de inversiones en alojamientos turísticos en Riobamba.					
2	La inversión en alojamientos turísticos aporta a la economía de la ciudad.					
3	Los productos ofrecidos en los establecimientos de alojamiento turístico.					
Dimensiones	ACTIVOS FIJOS					
4	La adquisición de bienes y servicios locales.					
5	El impulso y desarrollo de la producción local.					
6	Las ventas y la generación de ingresos para los establecimientos de alojamiento turístico.					
Dimensiones	INGRESOS					
7	Los recursos monetarios en la inversión privada.					
8						

	La contribución económica en el impulso de la inversión privada.					
9	Los factores de producción como: tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial.					

No	ITEMS VARIABLE 2 "ALOJAMIENTO TURÍSTICO"	PARÁMETRO				
Dimensiones	ESTABLECIMIENTO	Sin Importancia	De Poca Importancia	Moderadamente Importante	Importante	Muy Importante
10	Los bienes y servicios complementarios, como restaurantes, spas y actividades recreativas en los alojamientos turísticos.					
11	Las actividades económicas encaminadas al turismo, en los alojamientos turísticos.					
12	El emplazamiento o ubicación estratégica en el éxito y rentabilidad de los alojamientos turísticos.					
Dimensiones	SERVICIO DE HOSPEDAJE					
13	El servicios de hospedaje: 1. servicios físicos (instalaciones y comodidades) 2. servicios humanos (atención personalizada)					

14	La estancia segura, cómoda, acogedora y de descanso.					
15	El registro de entrada y salida					
Dimensiones	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS					
16	Servicios adicionales como: transporte, alimentación, actividades recreativas, asistencia personalizada.					
17	Satisfacer las necesidades de los huéspedes es esencial para garantizar la fidelización.					
18	Valor agregado de los servicios complementarios.					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Alojamientos turísticos del cantón Riobamba – Información registrada por el departamento de turismo del municipio de Riobamba (DITUR)

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Propietario	Calle Principal	Intersección	email
ABRASPUNGO	ALOJAMIENTO O	HOTEL	3 Estrellas	ALBERGUE TURISTICO ABRASPUNGO CIA. LTDA.	km 3.5 de la via a guano	S/N	ihurtado@haciendaabrapungo.com
AGUAS CRISTALINAS	ALOJAMIENTO O	CAMPAMENTO O TURÍSTICO	CATEGORÍA A ÚNICA	AISALLA YUNGAN WASHINGTON	COMUNIDAD DALDAL	DALDAL	deysi.leonela98@gmail.com
BAMBU	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	SANCHO HERDOIZA CESAR EDMUNDO	Av. Pedro Vicente Maldonado	Said Ammoud Montreac	hotelbamburiobamba2017@gmail.com
BELLA CASONA	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	CARPIO HERRERIA JIMMY PATRICIO	Duchicela	Monterrey	info@hotelbellacasona.com
CANADA	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrella	SAIGUA MESACHE PABLO ABELINO	AV. LA PRENSA	AV. DANIEL LEON BORJA	hostalcanadario@gmail.com
CARACAS SUITE	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	2 Estrellas	CHARCO CHILENO MANUEL	EPLICACHIMA	AV. DANIEL LEON BORJA	manuel_10_01_45@hotmail.com
CASA 1881	ALOJAMIENTO O	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría Única	NICOLALDE GONZALEZ SANTIAGO MARCELO	OLMEDO	ESPAÑA	info@casa1881.com
CASA DE MARMOL	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrellas	CISNEROS ZAMBRANO IRMA ANABEL	DARQUEA	ENTRE PRIMERA CONSTITUYENT E Y VELOZ	icisnerosz@hotmail.com

CHIMBORAZO INTERNACIONAL	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	HOTEL CHIMBORAZO INTERNACIONAL CA HOCHICA	Argentinos	Los Nogales	hotelchimborazo@gmail.com
CHIMBORAZO LODGE	ALOJAMIENTO O	REFUGIO	Categoría Única	ZURITA ASTORGA MARTHA XIMENA	Km 23 vía al Chimborazo	Frente a la Casa Cóndor	info@chimborazolodge.com
CUMBRES	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	HERNANDEZ CEVALLOS LUIS GUILLERMO	ESPAÑA	VELOZ	chimborazotravel@yahoo.es
DEL SUR	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrella	NOBOA CASTILLO MAYRA GERMANIA	AV. LEONIDAS PROAÑO	MANABI	ale-noboa2011@hotmail.com
DIANA MARIA	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	BARRAGAN LOPEZ NORMA MARIANA	SERGIO QUIROLA	AV. 11 DE NOVIEMBRE	norma840929@hotmail.com
EL ALTAR	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	SANCHO HERDOIZA LILIAN GEOMAR	Av. 11 de Noviembre	Demetrio Aguilera	hotelelaltar@hotmail.com
EL CISNE INTERNACIONAL	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL EL CISNE	DUCHICELA	AVENIDA DANIEL LEON BORJA	hotelelcisne@hotmail.com
EL ESCONDITE	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrella	GUILCAPI OCAÑA SEGUNDO ENRIQUE	AV. 9 DE OCTUBRE	PEDRO DE ALVARADO	jendd@hotmail.com
EL LIBERTADOR	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	2 Estrellas	TAPIA CONTERO SANDRA JANNETH	AV. DANIEL LEON BORJA	CARABOBO	reservaciones@hotelellibertador.com

EL MOLINO	ALOJAMIENTO O	HOTEL	3 Estrellas	DIDONATO YEROVI HECTOR ENRIQUE	DUCHICELA	UNIDAD NACIONAL	elmolinohotelrio@yahoo.com
EL TORIL	ALOJAMIENTO O	HOSTERÍA	3 Estrellas	ERAZO ARIAS JORGE LUIS	KM 1 VÍA A PENIPE	SIN INTERSECCIÓN	infohosteriaeltoril@gmail.com
EL TURISTA DEL CHIMBORAZO	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrella	BUENAÑO CORDOVA LEONOR XIMENA	PANAMERICAN A NORTE KILÓMETRO DOS Y MEDIO	SIN INTERSECCIÓN	idcleonor@hotmail.com
EMPRESAERA ARGUELLO ALTAMIRANO COSTALES CA ZEUS	ALOJAMIENTO O	HOTEL	3 Estrellas	EMPRESA HOTELERA ARGUELLO ALTAMIRANO COSTALES CA	Av. Daniel Leon Borja	Duchicela	reservaciones@hotelzeus.com.ec
ESTACION	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrellas	ZABALA ARELLANO LUZ DEL ROSARIO	Av. Unidad Nacional	Carabobo	info@hostalestacion.ec
GUAJACUM	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrellas	GAVILANES GUADALUPE MANUEL RAMIRO	MANUEL MARIA SANCHEZ 4	AV. LIZARZABURU	ramirogavi@gmail.com
HOTEL ASHER	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 ESTRELLA S	DARQUEA SANCHO MARCO SEBASTIAN	ERNESTO NOBOA	RICARDO DEZCALCI	mishell.lizano@gmail.com
ILLARI HOTEL	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	GUADALUPE SAMANIEGO TATIANA MICHELLE	EDUARDO KIGMAN	AV. 11 DE NOVIEMBRE	tatime229@hotmail.com
JARDIN ALBORADA RIOBAMBA	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrella	PULGAR NOBOA ROWNY MESIAS	DANIEL LEON BORJA	JACINTO GONZÁLEZ	rownypulgar@hotmail.com
KATAZHO	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrella	GALLEGOS GOMEZ HENRY GONZALO	VENEZUELA	BRASIL	caroliparra71@gmail.com

LA COLINA DE RIO	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	MUÑOZ SAMANIEGO CARLOS LUIS	AV. 11 DE NOVIEMBRE	RICARDO DESCALZI	carlos.l.1975@hotmail.com
LA PRIMAVERA-RBBA	ALOJAMIENTO O	HOSTERÍA	3 Estrellas	HOSTERIA Y CENTRO DE CONVENCIONES LA PRIMAVERA-RBBA CIA.LTDA.	AV. LOS SHYRIS	VÍA A YARUQUÍES	hosterialaprimaverarbba@gmail.com
LAS MANOLAS TURÍSTICA	ALOJAMIENTO O	HOSTERÍA	4 Estrellas	DIAZ MARTINEZ JUAN PABLO	QUINTA EL BATAN	JOSE ELEODORO DE LA MADRID	lasmanolashaciendaturistica@gmail.com
LIBERTY	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrella	ARCOS ANDRADE IVAN MARCELO	Avenida Heroes de Tapi	Francia	iarandra@gmail.com
LOS ALAMOS	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 Estrellas	DIAS MACAS JACQUELINE ELIZABETH	Sain Amand Montrond	AV. LIZARZABURU	kelicapricornio@hotmail.com
LOS SHYRIS	ALOJAMIENTO O	HOSTAL	1 ESTRELLA	SANCHEZ SALAZAR RAMIRO ALBERTO	ROCAFUERTE	10 DE agosto	rsanchezsalazar12@hotmail.com
MANSION SANTA ISABELLA	ALOJAMIENTO O	HOTEL	3 Estrellas	HOTELSPA MANSION SANTA ISABELLA CIA. LTDA.	VELOZ	ENTRE MAGDALENA DÁVALOS Y CARABOBO	info@mansionsantaisabella.com
MARQUEZ DEL RIO	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	CERON VENEGAS BOLIVAR ALFONSO	AV. LIZARZABURU	COANGOS	marquezderiotel@hotmail.com
MASHANY	ALOJAMIENTO O	HOTEL	2 Estrellas	AGUAYO ROJAS OSCAR FRANCISCO	VELOZ	DIEGO DONOSO	hotelmashany@hotmail.com

METROPOLITAN O	ALOJAMIENT O	HOSTAL	2 Estrellas	BONILLA DEL POZO HENRY ROBERTO	Av. Daniel Leon Borja	Juan de la Valle	metropolitanoriobamba@hotmail.com
MONTECARLO BY ANHYA GROUP	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	TORRES SEMPER JEANCARLO ALEXANDER	10 de agosto	García Moreno	contact@hotelmontecarloec.com
NAVARRA	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	ORTIZ JOSE ADOLFO	av. unidad nacional	Eplcachima	hotelnavarraortiz@hotmail.com
NUEVA SARAGOZA	ALOJAMIENT O	HOSTAL	1 Estrella	CHAVEZ GUERRERO ELSI BEATRIZ	AV. LA PRENSA	SANTOS LEOPOLDO CABEZAS	elsibeatrizchavezguerrero@yahoo.es
OASIS	ALOJAMIENT O	HOSTAL	1 Estrella	NARANJO ARAUJO MARIA TERESA	VELOZ	ALMAGRO	oasishostel@hotmail.com
PUERTAS DEL SOL	ALOJAMIENT O	HOSTAL	1 Estrella	TOBAR CALDERON SARA DEL ROCIO	CORDOVEZ	ESPEJO	diegopulgar261@gmail.com
PURUHA MUSKUY	ALOJAMIENT O	REFUGIO	Categoría única	CALAPIÑA GUAMAN SEGUNDO MANUEL	Via El Arenal Km 21	La Chorrera	smcalapi@hotmail.com
QUINDELOMA ART AND GALLERY	ALOJAMIENT O	HOTEL	3 Estrellas	PROGRESRIO CIA LTDA	ARGENTINOS	CARLOS ZAMBRANO	reservas@quindeloma.com
REAL MADRID	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	MADRID SALAZAR NELLY VIOLETA	VELOZ	CARLOS ZAMBRANO	efrainmadrid@outlook.es
REY DE LOS ANDES	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	BUENAÑO GUILCAPI WASHINGTON MARCO	AV. LIZARZABURU	CAMILO EGAS	hotelreydelosandes@gmail.com
RINCON ALEMAN	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	TORRES SALGADO ROSA ELENA	Remigio Romero	Alfredo Pareja	info@hostalrinconaleman.com

RIO	ALOJAMIENT O	HOSTAL	3 Estrellas	MEJIA CHAVEZ LUPE IRALDA	Pichincha	10 de Agosto	reservas@riohotelescuador.com
RIOBAMBA INN	ALOJAMIENT O	HOTEL	3 Estrellas	VINUEZA GODOY MARIANA DE JESUS	CARABOBO	PRIMERA CONSTITUYENT E	yolandacparedes@hotmail.com
ROCIO	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	PUMAGUALLE JACOME FANNY YOLANDA	BRASIL	AV. DANIEL LEON BORJA	info@hotelspacasareal.com
ROYALTY	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	AVILES RIVERA RICARDO OMAR	LIZARZABURU	SAINT AMOND	avilesricardo5@gmail.com
RUBY	ALOJAMIENT O	HOSTAL	1 Estrella	VARGAS GUAPULEMA ALEXANDRA DEL ROCIO	Leonardo Dávalos	Bolívar Chiriboga	hostalruby@gmail.com
SHALOM	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	EGAS VILAC ALEX PATRICIO	Av. Daniel León Borja	Uruguay	reservaciones@hotelshalom.com.ec
SEÑORIAL	ALOJAMIENT O	HOSTAL	1 Estrellas	PUCUNA MOROCHO MANUEL	EPLICAHIMA	HUAYNA PALCON	juanapucuna1959@gmail.com
SPA CASA REAL	ALOJAMIENT O	HOTEL	4 Estrellas	PUMAGUALLI JACOME DOLORES DEL ROCIO	SECTOR LAS ABRAS km 1 1/2 vía a Guano Sin nombre	Sin nombre	info@hotelspacasareal.com
SUMAK PAKARI RIOBAMBA	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	GUACHO CHILENO MANUEL	EPICLACHIMA	AVDANIEL LEON BORJA	sumakpakarirbba@gmail.com
TAMBOPAK SAMAY	ALOJAMIENT O	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	BASANTES VALVERDE DOMITILA TERESA	AV. SIMON BOLIVAR	PEDRO BASANTES	latertuliarestaurante2014@hotmail.com
TORRE AZUL	ALOJAMIENT O	HOSTAL	2 Estrellas	LARA HARO DIEGO MARCELO	AV. EDELBERTO BONILLA	HANOI	hostaltorreazul@gmail.com

TREN DORADO	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	INSUASTI VALVERDE MARIA EMMA	CARABOBO	10 DE AGOSTO	htrendorado@hotmail.com
VELANEZ SUITE	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 Estrellas	NAULA GUACHO MANUEL	CHILE	LAVALLE	hotelvelanezsuite@gmail.com
VENTURA	ALOJAMIENT O	HOSTAL	1 Estrella	PULGAR NOBOA DIEGO VINICIO	JACINTO GONZALEZ	HUAYNA PALCON	diegopulgar261@gmail.com
VILLA BONITA	ALOJAMIENT O	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	VELOZ ZABALA DAVID HUMBERTO	Juan Larrea	Chile y Colombia	villabonitahostel@gmail.com
VILLA DE ORO	ALOJAMIENT O	HOSTAL	1 Estrella	VILLARROEL RODRIGUEZ VICENTE ANTONIO	Av. Edelberto Bonilla	Rocafuerte	cmavillarroel@gmail.com
WANDERLOT PLAZA CENTRAL	ALOJAMIENT O	HOTEL	2 ESTRELLA S	AYALA VIZUETE KATY ELIZABETH	ESPEJO	Olmedo y Villaroel	katty_ayala93@hotmail.com
WHYMPER	ALOJAMIENT O	HOSTAL	SEGUNDA	HOTEL WHYMPER CÍA. LTDA	AV. MIGUEL ANGEL LEÓN	PRIMERA CONSTITUYENT E	gallegosregina4@gmail.com