



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Turística y
Hotelera.

TRABAJO DE TITULACIÓN

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA
OFERTA EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Autor: Moncayo Trujillo Andrés Francisco

Tutor: Mgs. Danilo Quintana

Riobamba - Ecuador

Año 2018

CERTIFICACIÓN.

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título: "Diseño de Productos Turísticos para la diversificación de la Oferta en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo." presentado por: Andrés Francisco Moncayo Trujillo y dirigida por: Mgs. Danilo Quintana.

Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la UNACH.

Para constancia de lo expuesto firman:

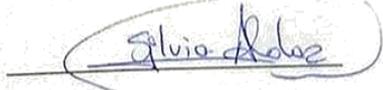
Mgs. José Álvarez
Presidente del Tribunal



Firma

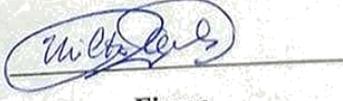
Firma

Mgs. Danilo Quintana
Director del Proyecto



Firma

Mgs. Silvia Aldaz
Miembro del Tribunal



Firma

Mgs. Milton Ávalos
Miembro del Tribunal

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del proyecto de investigación cuyo título es: **Diseño de Productos Turísticos para la Diversificación de la Oferta en el Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo**, luego de haber revisado el desarrollo de la Investigación elaborada por el Sr. Andrés Francisco Moncayo Trujillo, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesto al público, luego de ser evaluado por el tribunal designado.



Mgs. Danilo Quintana
C.I: 060332918-6

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Graduación, me corresponde exclusivamente a: Andrés Francisco Moncayo Trujillo, con N° de cédula 1716607617, con el Proyecto con el Tema: **Diseño de Productos Turísticos para la Diversificación de la Oferta en el Cantón Riobamba**, Provincia de Chimborazo, y al Patrimonio intelectual a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Andrés Moncayo Trujillo
C.I: 1716607617

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico en primer lugar a mis padres por haberme guiado a lo largo de la carrera y permitirme alcanzar uno de mis sueños más grandes, obteniendo el mejor aprendizaje y gratas experiencias, por su apoyo incondicional en todo momento, por los valores que recibí en mi hogar pese a grandes dificultades que se presentaron en el transcurso de nuestra vida, además de motivarme a seguir luchando y cumplir los objetivos trazados, confiar en mí y por haber hecho de esta carrera la mejor decisión que pude tomar.

A mis hermanos y familia por ser parte fundamental de mi vida, con amor han sido un pilar fundamental de ejemplo y sacrificio.

Amigos, compañeros y a todas las personas que estuvieron a mi lado cuando más los necesitaba, motivándome a continuar y no rendirme.

AGRADECIMIENTO

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

RESUMEN

El presente proyecto de investigación propone el “Diseño de Productos Turísticos para la diversificación de la Oferta del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo; el problema principal que se presenta es la deficiente oferta de los atractivos, el escaso interés por la elaboración, promoción y comercialización de productos turísticos centrados en los principales y potenciales atractivos existentes en cantón; se realizó mediante trabajo investigativo, de campo con los servidores turísticos y visitantes del cantón. Se decidió realizar un diagnóstico situacional del turismo de Riobamba y sus atractivos empleando la información oficial entregada por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Riobamba, se conoció las potencialidades turísticas, en base a la aplicación de las entrevistas y encuestas realizadas considerando las variables del tema propuesto; eligiendo las opciones más acordes a la demanda encontrada en las líneas de turismo cultural, ecoturismo, de deporte, aventura, y comunitario se diseñaron 4 productos turísticos, el primero que puede ser realizado en familia, mantiene aspectos propios de la cultura y bellezas naturales, el segundo de la nacionalidad, se puede conocer puntos arqueológicos, el tercero aventura gira por el Chimborazo, lugares turísticos cercanos y la ciudad de Riobamba, finalmente la aventura de fin de semana que incluye el servicio de parapente, enfocados en el desarrollo del ámbito turístico, por medio del incentivo a que el turista decida por quedarse o pernoctar por más de un 1 o 2 días en el cantón y consumir los servicios que dispone el cantón Riobamba.

PALABRAS CLAVES:

Productos turísticos, Oferta Turística, Turismo comunitario, Turismo Cultural, Diversificación.

ABSTRACT

This research project proposes “The Design of Tourism Products for diversification of the Offer of the Canton Riobamba” Chimborazo’s province; the main problem that arises is the deficient offer of the attractions, the lack of interest in the elaboration, promotion and commercialization of tourism products focused on the main and potential attractions existing in the Canton, this was done through investigative and field work, with the tourist servers and visitors of the Canton. It was decided to perform a situational diagnosis of the Riobamba’s tourism and its attractions using the official information delivered for the Riobamba’s GAD, the potentialities of tourism were known, based on the application of the interviews and surveys carried out considering the variables of the proposed topic choosing the options more chords to the demand found in the lines of cultural, ecotourism, sports, adventure, and community tourism, 4 products touristic were designed, the first one that can be done in family, maintains own aspects of the culture and the natural beauties, the second of the Nationality, you can know archeological sites, the third Adventure Tour around the Chimborazo, nearby tourist places and the Riobamba’s city, finally the adventure of the weekend that includes the paragliding service focused on the development of tourism, through the incentive that the tourist decides to stay or overnight for more than 1 or 2 days in the canton and consume the services available the Canton Riobamba.

KEYWORDS.

Tourist products, Tourist offer, Comunitary Tourist, Culture Tourist, Diversification.

ÍNDICE

Contenido

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
INFORME DEL TUTOR.....	III
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
ÍNDICE.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIV
A. INTRODUCCIÓN.....	1
B. OBJETIVOS.....	4
C. ESTADO DEL ARTE.....	5
a. Antecedentes del tema.....	5
b. Turismo.....	6
c. Diagnostico turístico.....	6
d. Atractivos turísticos.....	7
e. Jerarquización de los recursos turísticos.....	8
f. Productos turísticos.....	9
g. Diseño de Productos.....	10
h. Oferta Turística.....	11
i. Turismo Rural o comunitario.....	12
ii. Turismo Cultural.....	13
iii. Ecoturismo.....	13
iv. Turismo de deporte y aventura.....	14
D. METODOLOGÍA.....	15
a. Tipo de Estudio.....	15
b. Métodos.....	15
c. Técnicas.....	16
d. Instrumentos.....	16
e. Población y muestra.....	17

f.	Procedimientos.....	19
g.	Procesamiento y análisis	19
E.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	21
a.	Diagnóstico turístico del cantón Riobamba	21
i.	Ambiente Interno.....	25
ii.	Análisis FODA de la situación turística de Riobamba	30
b.	Resultados de las Entrevistas y Encuestas	34
i.	Entrevistas	34
ii.	Encuestas	38
c.	Discusión de Resultados	51
d.	Propuesta.....	52
i.	Título de la Propuesta.....	52
ii.	Introducción.....	52
iii.	Objetivos.....	54
iv.	Desarrollo	54
F.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
a.	Conclusiones	81
b.	Recomendaciones	81
G.	BIBLIOGRAFÍA:	83
H.	ANEXOS	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagnóstico Turístico	7
Figura 2: Componentes de un producto turístico.....	9
Figura 3: Esquema para el diseño de productos	53
Figura 4: Implementación de los productos	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Jerarquía de los recursos turísticos	8
Tabla 2: Líneas de productos turísticos del Ecuador	12
Tabla 3: Servidores turísticos de Riobamba escogidos	17
Tabla 4: Tabla resumen de atractivos turísticos para el diseño de los productos turísticos. ...	27
Tabla 5: Cooperativas de transporte terrestre interprovincial	29
Tabla 6: Análisis interno.....	31
Tabla 7: Análisis interno de impacto	31
Tabla 8: Análisis externo	32
Tabla 9: Análisis externo de impacto	32
Tabla 10: Matriz FODA.....	33
Tabla 11: Género del turista.....	39
Tabla 12: Edad de los turistas	40
Tabla 13: Procedencia de los turistas.....	41
Tabla 14: Motivo de su viaje	42
Tabla 15: Compañía de su viaje.....	43
Tabla 16: Servicios turísticos que usará	44
Tabla 17: Medios de comunicación usados	45
Tabla 18: Servicios turísticos que usará	46
Tabla 19: Actividades que desea realizar	47
Tabla 20: Número de atractivos que conoce.....	48
Tabla 21: Lugares visitados por el turista.....	49
Tabla 22: Disposición a pagar por un paquete.....	50
Tabla 23: Selección del proyecto.....	56
Tabla 24: Diseño del modelo del negocio.	58
Tabla 25: Actividades del tour.....	61
Tabla 26: Costos de las actividades del tour.....	64
Tabla 27: Actividades del tour.....	65
Tabla 28: Costos de las actividades del tour.....	67
Tabla 29: Actividades del tour.....	68
Tabla 30: Costos de las actividades del tour.....	70
Tabla 31: Actividades del tour.....	71
Tabla 32: Costos de las actividades del tour.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ubicación geográfica de Riobamba.....	21
Gráfico 2: Género del turista	39
Gráfico 3: Edad de los turistas	40
Gráfico 4: Procedencia de los turistas.....	41
Gráfico 5: Motivo de su viaje	42
Gráfico 6: Compañía de su viaje.....	43
Gráfico 7: Servicios turísticos que usará	44
Gráfico 8: Medios de comunicación usados	45
Gráfico 9: Servicios turísticos que usará	46
Gráfico 10: Actividades que desea realizar	47
Gráfico 11: Número de atractivos que conoce.....	48
Gráfico 12: Lugares visitados por el turista.....	49
Gráfico 13: Disposición a pagar por un paquete.....	50
Gráfico 14: Productos turísticos seleccionados del cantón.....	60
Gráfico 15: Tour de la Nacionalidad	61
Gráfico 16: Ruta del tour en el mapa.....	62
Gráfico 17: Tour Comunitario	65
Gráfico 18: Ruta del tour en el mapa.....	66
Gráfico 19: Tour de Aventura en la Nieve	68
Gráfico 20: Ruta del tour en el mapa.....	69
Gráfico 21: Tour de Aventura de Fin de Semana	71
Gráfico 22: Ruta del tour en el mapa.....	72
Gráfico 23: Tríptico del Tour de la Nacionalidad (Vista Frontal).....	74
Gráfico 24: Tríptico del Tour de la Nacionalidad (Vista Posterior).....	75
Gráfico 25: Tríptico del Tour Comunitario (Vista Frontal).....	75
Gráfico 26: Tríptico del Tour Comunitario (Vista Posterior).....	76
Gráfico 27: Tríptico del Tour de Aventura en la Nieve (Vista Frontal).....	76
Gráfico 28: Tríptico del Tour de Aventura en la Nieve (Vista Posterior).....	77
Gráfico 29: Tríptico del Tour Aventura de Fin de Semana (Vista Frontal)	77
Gráfico 30: Tríptico del Tour de Aventura de Fin de Semana (Vista Posterior).....	78
Gráfico 31: Portada de Facebook del Tour de la Nacionalidad.....	79
Gráfico 32: Portada de Facebook del Tour Comunitario.....	79
Gráfico 33: Portada de Facebook del Tour de Aventura en la Nieve.....	80
Gráfico 34: Portada de Facebook del Tour de Aventura de Fin de Semana.....	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de Variables	84
Anexo 2: Banco de preguntas para entrevistas a prestadores de servicios.....	86
Anexo 3: Cuestionario para encuesta de turistas	88
Anexo 4: Catastro de prestadores de servicios turísticos	90
Anexo 5: Ficha de observación	105
Anexo 6: Señalética Museo Cultural de la Llama	108
Anexo 7: Entrada al Comedor de la Comunidad Turística “Palacio Real”	108
Anexo 8: Señalética Centro Comunitario “Quilla Pacari”	109
Anexo 9: Sala de interpretación Museo de la Montaña “Urkukunapak Wasi”	109

A. INTRODUCCIÓN

Actualmente en el sector turismo se lo considera como una actividad de suma importancia para el ingreso de divisas y el desarrollo de un país; en el Ecuador no es de otra manera ya que al turismo se lo está dando la importancia que antes no tenía, y como también podemos observar dentro de los objetivos del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020 (PLANDETUR 2020), se busca desarrollar el turismo de una manera sostenible de tal forma que todos los actores, tanto públicos como privados, puedan intervenir con proyectos que colaboren con el crecimiento de esta industria en nuestro país, pero hay varios lugares que a pesar de tener diversos atractivos potenciales no se los aprovecha o se los da un uso inadecuado que conlleva a la destrucción del mismo.

En nuestro país la provincia de Chimborazo es una de las más representativas e importantes ya que en su territorio tiene al volcán más alto del mundo medido desde el centro de la tierra y de igual manera es el punto más cercano al sol, como principal atractivo y el cual da el nombre a la provincia, pero no solo es importante por este coloso natural, sino también por todo lo que guardan sus cantones, sobre todo por Riobamba con su historia y cultura que encierra la hace una de las ciudades más importantes del país.

Mediante una oferta turística que sea atractiva y renovadora, se buscará llegar al turista nacional y extranjero para motivar su visita a los diversos atractivos; también con una adecuada capacitación de los servidores turísticos para que las visitas en Riobamba sean inolvidables y que de esta manera se logre una promoción de los lugares emblemático del cantón.

Es necesaria darle una mayor importancia y relevancia a ciertos atractivos turísticos con los que cuenta el cantón, al explorar su territorio podemos encontrar un sin número de atractivos que con un adecuado aprovechamiento, el cual debe ser de una manera sostenible y

amigable con el medio ambiente, que se pueda impulsar de una mejor manera el turismo dentro del territorio, ya que Riobamba solo se aprovecha como una ciudad de paso para el Tren que va a la “Nariz del Diablo” y la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, pero también existen varias zonas o lugares que podrían ser usados para el desarrollo del turismo dentro del cantón.

Actualmente la oferta turística por parte del cantón es pequeña o en cierta manera limitada, ya que como se observan las estadísticas turísticas del año 2017 de la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba, se tiene únicamente como referencia a los dos productos estrellas que son la Reserva de Producción Fauna “Chimborazo” y el Tren a la “Nariz del Diablo” basado en la información brindada por el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) de la provincia de Chimborazo y del cantón Riobamba, cabe recalcar que estos atractivos se encuentran fuera de la ciudad; pero se ignora todo el potencial que se guarda en los diversos atractivos con los que cuenta Riobamba y sus parroquias rurales, por ese motivo mediante el análisis de la situación turística y la elección de los atractivos con los que se elaborarán Productos Turísticos que permitan variar la oferta existente en el cantón y promueva el desarrollo del turismo en el cantón.

Dentro del cantón Riobamba se guardan grandes potenciales naturales, culturales y arqueológicos que no han sido debidamente presentados en el mercado turístico:

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Riobamba en su actual administración creó la Dirección de Turismo, este punto se estableció, cuales son los centros de servicio turístico por esa razón no fueron anteriormente incluidos en un producto turístico, se reporta la falta de promoción turística en el cantón, siendo un lugar de paso más no un punto ideal para la realización de las actividades de entretenimiento, cultura y aventura; el desconocimiento de los habitantes sobre sus atractivos turísticos y como pueden acceder a

ellos, adicionalmente no se han planificado rutas en las que intervengan más de un actor turístico, otro de los problemas es la falta de apoyo de los organismos estatales en definir productos turísticos propios del cantón, como motor de desarrollo. Por lo expuesto anteriormente se debió elaborar un producto turístico que es el tema del presente trabajo de titulación.

B. OBJETIVOS

General

Diseñar productos turísticos que favorezca con el desarrollo de la oferta del cantón Riobamba.

Específicos

- Diagnosticar la situación turística actual del cantón y sus atractivos para la identificación de potencialidades turísticas.
- Analizar el catastro de turismo entregado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Riobamba, a fin de establecer con que ofertantes de servicios turísticos pueden ser incluidos en los productos turísticos.
- Diseñar los productos turísticos para su respectiva promoción y comercialización.

C. ESTADO DEL ARTE

En el estado del arte se incluyen conceptos directamente relacionados con el tema propuesto y que son revisados en varias fuentes de consulta, adicionalmente se pudo conocer que anteriormente se elaboraron temas similares presentados como trabajo de titulación en centros de educación superior.

a. Antecedentes del tema

El tema de diseño de productos turístico ya fue presentado, y de parroquias rurales del cantón Riobamba, como se puede presentar a continuación:

Diseño de un producto turístico para la parroquia Licto, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, autora Mariela Elizabeth Sevilla Monar, cuyo resumen es el siguiente: diseñar un Producto Turístico para la parroquia Licto, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; donde se incluyó once lugares turísticos, que parten de lugares geográficos únicos hasta restos fósiles, se definió como turistas a los que se le van a brindar el servicio principalmente los extranjeros. Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/5171>

Diseño de productos Turístico para la Parroquia Calpi, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, autores Víctor Velasco & Ángel Rigoberto Págalo Paca, el resumen: el turismo en los últimos años se ha convertido en una de las actividades más importantes en el mundo, la parroquia Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; debido a que, aun cuando este lugar posee innumerables atractivos turísticos estos no han estado plasmados en un producto turístico, el mismo que puede ser entregado a turistas nacionales y extranjeros. en el cual se realizó el levantamiento de los atractivos turísticos; se realizó un análisis de la demanda mediante un estudio de mercado; y se realizó también un análisis estratégico

mediante la cual se pudo analizar la situación interna y externa de la Parroquia, logrando determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con lo que se elaboró la matriz FODA, para luego definir la filosofía empresarial a través de la misión, visión objetivos empresariales, políticas y las estrategias que conduzcan a una adecuada administración de los atractivos turísticos. Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/654>

b. Turismo

Según (Novás, 2006, pág. 2); define al “turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancia en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos”

c. Diagnostico turístico

El diagnóstico, aquel que comparado con los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos. (Blanco M. , 2008, pág. 6)

Específicamente en el proceso de planificación turística propuesto por la OMT el diagnóstico corresponde a las etapas de estudios y evaluaciones más el análisis y síntesis; lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación.

Para (Ricaurte Q., Manual para el diagnóstico turístico local, Guía para planificadores., 2009)

El diagnóstico sirve para tres propósitos muy precisos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Establecer una línea base que se utilice para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.
3. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos reformados. (págs. 20-24)

Figura 1: Diagnóstico Turístico



Fuente: Manual para el diagnóstico turístico local. 2009

Elaborado por: Andrés Moncayo

d. Atractivos turísticos

Para (Navarro, 2015), el diccionario castellano no prevé el sustantivo atractivo, en el sentido de atractivo turístico, aunque indudablemente su uso está extendido en el mundo del

turismo; pero si existe el sustantivo attraction en inglés y ampliamente se usa para tourist attraction: an interesting or enjoyable place to go or thing to do, introduciendo la opción de que lo interesante o disfrutable no sea algo que se visita sino algo que se hace, es decir, una actividad turística.

Definiéndola como representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística, considerándose que hay recursos propios de cualquier destino e independientes de características naturales o culturales particulares (ej. la noche, que equivale a diversión y da lugar a la actividad de salir a bailar). (págs. 351 - 352)

e. Jerarquización de los recursos turísticos

Tabla 1: Jerarquía de los recursos turísticos

JERARQUIA DE LOS RECURSOS TURISTICOS BASADO EN CICATUR- OEA	
Jerarquía 5	“Atractivo excepcional y de gran consideración para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país, o de algún mercado específico”. Equivalente a recurso único en el mundo.
Jerarquía 4	“Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos”. Equivalente a recurso único en el país.
Jerarquía 3	“Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales)”. Equivalente a recurso único en una jurisdicción subnacional.
Jerarquía 2	“Atractivos con méritos suficientes como para ser considerados importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico”. Equivalente a recurso único en una localidad.
Jerarquía 1	“Atractivos sin méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico”. Equivalente a recurso complementario.
Jerarquía 0	“Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización”. Equivalente a recurso sin características relevantes (no es un recurso turístico).

Fuente: Recursos turísticos y atractivos turísticos. 2015

Elaborado por: Andrés Moncayo

f. Productos turísticos

Según Bernd Schmitt, nos dice que hoy en día “el cliente ya no elige un producto sólo por la ecuación del coste beneficio, sino por la vivencia que ofrece antes y durante su consumo.”

(SERNATUR, 2015)

Para (González Molina, 2016), también se encuentra que un producto turístico en el conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles, que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios turísticos y actividades recreativas, así como imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre. (pág. 165)

Figura 2: Componentes de un producto turístico



Fuente: Secretaría Nacional de Turismo de Chile, 2015
Elaborado por: Andrés Moncayo

g. Diseño de Productos Turísticos

“Un producto turístico corresponde al conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.” (SERNATUR, 2015, pág. 16)

Basándonos en el concepto brindado por la Organización Mundial del Turismo, un producto turístico debe consta de los siguientes componentes:

- **Atractivo turístico:** es aquel lugar, cosa o acontecimiento que toma cierto interés turístico y estos pueden ser naturales así como también culturales, gastronómicos, patrimoniales, comunitario, de aventura, etc. Se elegirán los atractivos más importantes o destacadas y de igual maneras aquellas potencialmente turísticas que puedan ser tomados en cuenta, se buscará lograr esto mediante una priorización o categorización de cada uno de los atractivos catastrados por la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Riobamba.
- **Servicios turísticos:** son aquellos servicios que toda persona necesita y/o consume mientras realiza un viaje, como el hospedaje, transporte, alimentación, guianza, etc. Este componente es considerado el más importante ya que sin la existencia de estos servicios realizar la visita el destino turístico sería casi imposible, ya que si no se tiene previo conocimiento podría producirse algún tipo de accidente, se tomará muy en cuenta la existencia de estos servicios en los atractivos a ser utilizados.
- **Infraestructura:** son los bienes y servicios básicos con los que un territorio cuenta y mediante estos hace que el viaje sea cómodo y atractivo activando el desarrollo se los destinos y productos, por medio de estas acciones se diversificará y ampliará la oferta turística. Se deberá tomar muy en cuenta este componente ya que sin una adecuada infraestructura la visita al atractivo no podrá ser bien percibida y el turista no tendría

una buena experiencia en el lugar lo que conlleva a que no quiera ser nuevamente visitado.

- **Comunidad local:** al desarrollar el producto turístico se le debe tomar en cuenta a los residentes de la zona, ya que ellos son lo que distingue cada comunidad de otra, se puede decir que es el símbolo de cada lugar, lo que hace la diferencia. El apoyo de los comuneros es de suma importancia ya que con su ayuda será más factible la implementación del proyecto y consigo el desarrollo local tanto en lo turístico como en lo económico.
- **Percepción – Imagen (sensación):** depende de cada turista al visitar un lugar ya que no todos lo van percibir de la misma manera, es independiente de las características que posee cada destino. Hay que buscar el detalle de cada lugar y tratar de aprovecharlo lo mejor posible para que el turista pueda percibir y guardar una buena sensación del atractivo turístico.

h. Oferta Turística

“Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, las propias municipalidades y otros actores.” (SERNATUR, 2015, pág. 11)

Según lo describe el PLANDETUR 2020, todos los productos turísticos están clasificados por sus diferentes tipologías, en nuestro país como punto de partida se toman los mejores atributos teniendo en cuenta los aspectos técnicos de unicidad, notoriedad, su valor intrínseco, concentración de la oferta y su carácter local, a continuación veremos la clasificación dada a las líneas de producto por destino turístico del país:

Tabla 2: Líneas de productos turísticos del Ecuador

PRODUCTO DESTACABLES	VARIANTES
Turismo comunitario	Turismo comunitario
Turismo cultural	Patrimonio natural y cultural
	Mercados y artesanías
	Gastronomía
	Shamanismo
	Fiestas populares
	Turismo arqueológico
PRODUCTO DESTACABLES	VARIANTES
Ecoturismo	Parques nacionales
	Reservas y bosques privados
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas
	Observación de flora y fauna
Turismo de deporte y aventura	Deportes terrestres
	Deportes aéreos
Turismo de salud	Termalismo
	Medicina ancestral
Agroturismo	Haciendas, fincas, plantaciones

Fuente: PLANDETUR 2020
Elaborado por: Andrés Moncayo

i. Turismo Rural o comunitario

En nuestro país, el turismo rural ha tenido una evolución muy rápida. Entre los factores causantes de este fenómeno destacan el creciente interés por este tipo de turismo a nivel nacional e internacional, la riqueza de paisajes y recursos patrimoniales, así como el juego de contrastes que presenta el país y la variedad de recursos y actividades que se pueden ofertar.

El producto que se ofrece está diseñado desde la oferta sin incorporar la perspectiva del demandante. Esto se denota también en los estudios realizados, ya que abundan los informes relativos a oferta de plazas, lugares disponibles, etc. Pero son escasos aquellos que tratan de averiguar qué tipo de alojamiento desean los visitantes, qué actividades quieren realizar, e incluso qué tipo de visitantes se esperan.

ii. Turismo Cultural

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo, tiene la facultad de revelar y de valorizar uno de los componentes esenciales de la cultura viva: la identidad de un territorio, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter comprendiendo tanto el lugar como a quienes viven o vivieron en él; la cual se basa en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona.

iii. Ecoturismo

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, está formado por la demanda ecoturística que desarrollan actividades en contacto con la naturaleza; las actividades ecoturísticas como son las observaciones de aves , de ballenas y tortugas marinas, recorridos por la selva, safaris fotográficos, buceo y snorkeling entre otras.

La infraestructura ecoturística que suele estar formada por las áreas recreativas, aulas de naturaleza, carril de ciclo-turismo, centro de visitantes, miradores, senderos y observatorios; los guías de ecoturismo o personas encargadas de explicar los aspectos naturales y culturales del área natural a los ecoturistas y a todos aquellos actores que pueden afectar y ser afectados por las actividades del ecoturismo.

iv. Turismo de deporte y aventura.

Este puede definirse como las personas o el grupo de personas que participan activa o pasivamente (espectadores) en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos de su entorno habitual, comenzando a desarrollarse como consecuencia de un acercamiento por parte de un mercado turístico que demanda la realización de actividades con cierto nivel de riesgo en entornos naturales, este hace referencia a los viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente orientadas a la práctica de ejercicio físico.

D. METODOLOGÍA

a. Tipo de Estudio

- Tipo de Investigación

Investigación Descriptiva: se realizó un análisis sustento en la investigación de tipo descriptiva donde se pudo establecer las causas que han llevado a la presentación del tema del trabajo de titulación, que originaron el problema, a fin de solucionarlos en el desarrollo de la propuesta y de esta manera mejorar el posicionamiento turístico del cantón Riobamba en el mercado local.

Investigación de Campo: se realizarán visitas a los diferentes atractivos turísticos que sean elegidos, (para su respectiva recolección de datos necesarios), este acercamiento es la base de la investigación de campo aplicada en el lugar de los hechos, con el que se pueda establecer las facilidades y de igual manera permitan el desarrollo de la actividad turística.

Investigación Documental: este tipo de investigación permite proceder a la recopilación del material bibliográfico y documental relacionado a la temática y que de igual manera elaborar los parámetros de la propuesta del trabajo de titulación.

b. Métodos

- Método de Investigación

Método Inductivo: parte del conocimiento general a lo particular, se revisan los conceptos de varias fuentes de consulta bibliográfica se revisan estos términos a fin de identificar cómo funcionan y su mecanismo en el desarrollo de la propuesta.

Método Deductivo: se analizarán los resultados de las encuestas mediante tabulación de los datos obtenidos, para después mediante esto buscar los problemas para luego intentar encontrar solución.

Método Analítico: se revisa la información que se obtuvo del mercado a fin de que esta pueda ser incluida dentro de los productos turísticos y estos impulsen el desarrollo de los atractivos turísticos del cantón Riobamba.

c. Técnicas

- **Guía de Entrevista:** Se lo realizará para conseguir la información respectiva por parte de los servidores turísticos del cantón que fueron elegidos, se realizarán visitas y también llamadas a los establecimientos.

- **Encuesta:** Se utilizará para recolectar datos de los turistas; tanto nacionales como extranjeros que visitan Riobamba, las preguntas son relacionadas a la investigación, lo cual permitirá identificar la demanda, la oferta y de igual manera las diferentes necesidades que los visitantes tienen.

- **Guía de Observación:** Es una técnica de investigación de aplicación constante en la propuesta, se incluyen datos que han sido visualizados por el investigador para la elaboración de los productos turísticos. (Ver Anexo 5)

d. Instrumentos

- **Banco de preguntas:** Mediante la operacionalización de variables se desarrollaron las respectivas preguntas para cada variable y así elaborar la entrevista para la variable independiente.

- **Cuestionario:** Es un grupo de preguntas diseñadas para obtener la mayor cantidad de información posible, y resolver la encuesta, de esta manera y de esta manera resolver la variable dependiente.

- **Catastro turístico:** Utilizado para la identificación de los actores relacionados con el turismo y su información general; teniendo en cuenta que este es oficial dentro del GAD de Riobamba.

e. Población y muestra

Población 1: Para la estimación de la población a tomar en cuenta en el estudio se consideró a los servidores turísticos que se encuentran registrados en la Dirección de Turismo del GAD de Riobamba, los cuales fueron catalogados dentro del catastro municipal donde se definió las áreas de hospedaje y alimentación se tomaron los establecimientos de primera y segunda categoría, se escogieron los establecimientos de estas categorías ya que son las empresas donde más flujo de turistas se encuentra, por su prestigio e imagen en el mercado; en el área de la operación turística se cuenta con 9 establecimientos, mientras que el transporte turístico dispone de una única categoría de Transporte turístico terrestre, estando compuestos por un total de 48 servidores turísticos.

Tabla 3: Servidores turísticos de Riobamba escogidos

SERVICIO	CATEGORÍA	TOTAL
Alimentación	Primera	2
	Segunda	36
Hospedaje	Primera	1
	Segunda	6
Operación Turística	Operadoras de Turismo	9
Transporte Turístico	Transporte turístico terrestre	3
TOTAL		57

Fuente: Dirección de Turismo del GAD de Riobamba, 2017

Elaboración Andrés Moncayo T.

Población 2: Para saber el flujo esta población, turistas que visitan a Riobamba, se tomó al registro de la Dirección de Turismo del GAD, donde revela que la entrada de turistas a la ciudad durante el año 2017 tuvo un flujo de 152.153 turistas, lo que da un promedio de 12.679 turistas por cada mes y esta será la cifra a tomar en cuenta para conseguir la muestra correspondiente, esto utilizando la fórmula de Canavos para poblaciones finitas.

Muestra 2:

$$n = \frac{Z^2 * pq * N}{N * E^2 + Z^2 * pq}$$

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza (1.96)

p = probabilidad a favor (0.50)

q = probabilidad en contra (0.50)

E = margen de error de estimación (0.05)

N = Universo proyectado = 12.679 personas

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)(0,5) * (12679)}{(12679) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,5)(0,5)}$$

$$n = 372,86$$

$$n = 373$$

f. Procedimientos

Mediante los métodos, las técnicas y el tipo de estudio se obtuvo los datos necesarios, para los cuales se emplearán de manera cuidadosa, exhaustiva y exacta al igual que las encuestas utilizando cuestionarios correctamente estructurados, las preguntas que se llevaron a cabo fueron cerradas y abiertas, dirigidas a una población objetivo, se aplicó entrevistas a los actores turísticos, para conocer cómo se desarrollan las actividades dentro de sus negocios, para que puedan ser incluidos en las ofertas turísticas que fueron diseñados como parte del trabajo de titulación,

Se revisó la información del catastro turístico, se analizaron y fueron escogidos los atractivos turísticos a ser incluidos tanto en la propuesta de productos turísticos como en el cuadro resumen del inventario turístico, los mismos que fueron visitados para constatar cómo se encuentra tanto la infraestructura y como las facilidades de los atractivos para su aprovechamiento.

Mediante el programa de Excel, se procede a la tabulación y presentación de los resultados que se obtuvo en la investigación, permitiendo identificar los resultados.

g. Procesamiento y análisis

El procesamiento de la información se efectuará de la siguiente manera:

- Para la formulación de las encuestas se realizó la respectiva operacionalización de las variables del proyecto lo cual permitió realizar el respectivo instrumento de recolección de datos (encuesta y entrevista) que ayuden a recoger una información adecuada y clara.

- Una vez recopilada la información y realizada la tabulación se efectuó un estudio estadístico, junto a un análisis e interpretación de los resultados de una manera objetiva, permitió diagnosticar las falencias en el área turística del cantón.
- Realizado el procesamiento de la información se plantearon las respectivas conclusiones y recomendaciones que surgieron de la investigación.

E. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

a. Diagnóstico turístico del cantón Riobamba

Datos Generales:

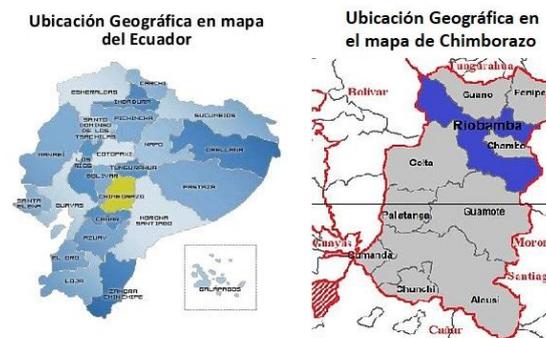
Fundación: 15 de Agosto de 1534.

Extensión: 990 km².

Rango Latitudinal: su altitud media es de 2.750 m.s.n.m. y su clima es templado seco con variaciones hacia el frío en las noches, la temperatura media anual es de 13,4 °C.

Ubicación Geográfica

Gráfico 1: Ubicación geográfica de Riobamba



Fuente: Google Sites, 2017
Elaborado por: Andrés Moncayo T.

Límites

Norte: provincia de Tungurahua, cantones Guano y Penipe.

Sur: cantones Colta y Guamote.

Este: provincia de Morona Santiago.

Oeste: provincia de Bolívar.

Dentro de su territorio el cantón Riobamba cuenta con 5 parroquias urbanas (Lizarzaburu, Maldonado, Velazco, Velóz y Yaruquíes) y 11 parroquias rurales (Cacha, Calpi, Cubijíes, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan, San Luis).

Parroquias rurales del cantón Riobamba

- a) **Parroquia Cacha.-** Su nombre significa: “Débil en lo propio”, es una de las poblaciones más antigua del país, en su territorio se encuentra los Régulos Puruhaes, Hualcopo Duchicela y el palacio de la Princesa Toa quien en ese mismo punto dio luz a su hijo Cacha.
- b) **Parroquia Calpi.-** Su significado es “Río de la araña”. Ubicado a 15 minutos de Riobamba, desde este punto se dirige al sur del país, punto en el que se unen las carreteras a la sierra y costa del país.
- c) **Parroquia Cubijíes.-** Tiene como significado: “Quebrada con canastas”, conocido en el cantón por ser la tierra de músicos, sus pobladores han participado en diferentes agrupaciones y orquestas del país.
- d) **Parroquia Flores.-** Esta parroquia es conocida por su población mayormente indígena, es este sector se unen 24 comunas o caseríos.
- e) **Parroquia Licán.-** Su nombre nativo: “Tomaré allí” o “Piedra pequeña”, cercano al casco urbano del cantón, por lo que los buses urbanos permiten el acceso al lugar
- f) **Parroquia Licto.-** Su nombre significa: “Tierra angosta”. Ya por el año de 1605 estaba conformado por varios ayllus como los Basquitay, Cachua, Chisan, etc.
- g) **Parroquia Pungalá.-** Su nombre significa: “Dinero o plata”, conformado por dos comunidades de Pungalá y Molino.

- h) Parroquia Quimiag.-** Su nombre significa: “Jefe o autoridad”. También se la conoce como Quilla en este lugar había un Cacique Superior Coango, el cual fundó Químiag e impuso su autoridad.
- i) Parroquia San Juan.-** Se encuentra al oeste de Riobamba, localizado en las faldas del Nevado Chimborazo.
- j) Parroquia San Luis.-** Esta parroquia se conformó por Atacameños llegaron y se asentaron en lo que hoy es Chibunga. Por el año 1540, el Cacique Bueste fue el Señor del Pueblo.

Reseña Histórica

Conocida como “la cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Corazón de la Patria” por su historia y belleza, el actual nombre de la ciudad en lengua autóctona significa “llanura por donde se va” o “llanura por donde se sale”.

Fundada en 1534 constituyó la primera capital del Ecuador. Rodeado de majestuosos nevados y volcanes, cuenta con diferentes ferias indígenas que llaman la atención por el sin número de artesanías que se comercializan dentro de las cuales las más famosas son la Feria de las Gallinas, La de Santa Rosa, San Francisco y más, sus calles son estrechas y adoquinadas. (Ecuale, 2010)

Según el historiador Enrique Ayala Mora en su libro “Nueva Historia del Ecuador”, nos comenta que “es muy probable que la antigua Riobamba, situada antes de la llegada de los españoles a orillas de la laguna de Colta, haya sido establecida por los Incas como un “tambo” en ese estratégico punto del “camino real”.”

En los primeros momentos de la conquista española, esta población fue testigo de dos ceremonias muy importantes, las cuales determinarían la historia y el futuro de lo que hoy es el Ecuador, pues en ella se realizaron las fundaciones de Guayaquil y de Quito.

El 9 de julio de 1575 y cumpliendo órdenes de la Presidencia de la Real Audiencia de Quito, el Cap. Antonio de Rivera y don Ruiz Díaz de Fuenmayor procedieron a la fundación de la “Aldea de San Pedro de Riobamba”, que erigida en Corregimiento albergó bajo su jurisdicción los poblados de Cajabamba, Calpi, Cebadas, Cubijés, Chambo, Guamote, Guanando, Guano, Ilapó, Licán, Licto, Penipe, Pungalá, Punín, Quimiag, San Andrés, San Luís y Yaruquíes.

En 1589, en homenaje al Virrey don Fernando de Torres y Portugal, Conde del Villar don Pardo, se le cambió el nombre y se la llamó “Villa del Villar don Pardo”, pero este nombre fue olvidado rápidamente y se mantuvo el de Riobamba.

Años más tarde, y a pesar de los terremotos que la arruinaron en 1645, en 1698 y en 1778, la ciudad -luego de ser reconstruida- se había convertido en una de las más importantes de la Presidencia de Quito; pero el sábado 4 de febrero de 1797, un nuevo y formidable terremoto la destruyó totalmente y obligando a sus sobrevivientes a decidir si la levantaban en el mismo lugar o la trasladaban a uno nuevo.

Más de un año duraron los estudios, hasta que finalmente se decidió levantarla en la meseta de Tapi; la villa creció y prosperó rápidamente gracias al trabajo y sacrificio de sus hijos, y el 11 de noviembre de 1811, la Junta Soberana de Quito, presidida por el obispo José Cuero y Caicedo, le concedió el título de ciudad.

Nueve años más tarde -justamente el 11 de noviembre de 1820-, al conocer que los patriotas guayaquileños habían logrado una histórica victoria en la Batalla de Camino Real, y

que Portoviejo, Cuenca y demás ciudades habían plegado al movimiento independentista iniciado en Guayaquil con la Revolución del 9 de Octubre, Riobamba se adhirió a la independencia proclamada en Guayaquil y se empeñó también en la lucha por la libertad. (Avilés, 2017)

La ciudad Riobamba es turística gracias a todos los atractivos museos arqueológicos, religiosos, mercados indígenas, ferias artesanales, que se unen a una arquitectura civil y religiosa destacable. Durante el transcurso del año se celebra importantes fiestas cívicas, religiosas y populares. El Parque Pedro Vicente Maldonado es uno de los lugares preferidos por los visitantes. Otros puntos de interés son el museo didáctico de Ciencias Naturales del Colegio Maldonado, el museo de arte religioso del convento de la Concepción, el museo del Banco Central, la Catedral, la iglesia de San Antonio, la Basílica y La Merced.

i. Ambiente Interno

1. Revisión Políticas

En lo respecto a los reglamentos que tiene el GAD en base al turismo, encontramos en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), capítulo 3, sección primera, en los artículos 53, 54 y 55, que es deber de los gobiernos autónomos descentralizados el promover la actividad turística cantonal junto a los demás GAD's deben planificar, administrar, regular toda actividad que ayude al desarrollo del turismo y su economía local; también contamos con la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Riobamba como ente cantonal de regulación, control y capacitación en el ámbito turístico del cantón.

2. Inventario de los Elementos

- **Hospedaje:** en el cantón existe 54 de establecimientos de alojamiento, basados en el catastro del GAD Municipal, en la categoría de 4 estrellas solamente se cuenta con un establecimiento, el “Spa Casa Real”, en la categoría de 3 estrellas se cuenta con 6 establecimientos, en la categoría de 2 estrellas se cuenta con 24 establecimientos, en la categoría de 1 estrella se cuenta con 20 establecimientos, también se cuenta con 3 establecimientos de categoría única siendo 2 Casas de Huéspedes y 1 Refugio. (Ver Anexo 4)

- **Alimentación:** basándonos en el catastro de servidores turísticos del GAD se cuenta con 204 establecimientos; de los que contamos con solo un restaurante de primera categoría, de segunda categoría se cuenta con 21 establecimientos, de tercera categoría se cuenta con 110 establecimientos y de cuarta categoría se cuenta con 72 establecimientos. (Ver Anexo 4)

- **Atractivos:** según el catastro de atractivos del cantón facilitado por la Dirección de Turismo Municipal, Riobamba cuenta con 136 atractivos turísticos en todas sus parroquias; mediante un análisis presentado en un cuadro resumen del catastro y la visita a los atractivos escogidos, los detallamos de la siguiente manera (ver Tabla 4):

Tabla 4: Tabla resumen de atractivos turísticos para el diseño de los productos turísticos.

N°	ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	CONSERVACIÓN
1	Nevado Chimborazo	Sitio Natural	Montañas	Altas Montañas	IV	Conservado
2	Templo Machay	Sitio Natural	Fenómenos Espeleológicos	Cuevas	III	Conservado
3	Iglesia de Santo Cristo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica	II	En proceso de deterioro
4	Medicina Ancestral	Manifestaciones Culturales	Folklore	Música y danza	III	Conservado
5	Iglesia Museo de Punín	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica	III	Conservado
6	Museo de Punín	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Museos	II	En mantenimiento
7	Centro de Turismo Comunitario “Palacio Real”	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área Histórica	III	Conservado
8	Museo Cultural de la Llama	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Museos	II	Conservado
9	Centro de Turismo Comunitario “La Moya”	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área Histórica	III	Conservado
10	Museo de la Montaña (Comunidad La Moya)	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Museos	II	Conservado
11	Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área Histórica	II	Conservado
12	Basílica de Calpi	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica (civil, religiosa, militar, vernácula)	II	Conservado
13	Iglesia colonial de Calpi	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Histórica (civil, religiosa, militar, vernácula)	II	Conservado
14	Parque 21 de Abril	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas Históricas	III	Conservado
15	Iglesia San Antonio de Padua	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	Conservado
16	Estación del Ferrocarril	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	III	Conservado
17	Parque Antonio José de Sucre	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas Históricas	III	Conservado

Nº	ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	CONSERVACIÓN
18	Colegio Pedro Vicente Maldonado	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas Históricas	III	Conservado
19	Iglesia de La Concepción	Manifestaciones Culturales	Históricas	Religiosos Coloniales	III	Conservado
20	Museo de Arte Religioso del Convento de La Concepción	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museos Religiosos	III	Conservado
21	Iglesia La Catedral	Manifestaciones Culturales	Históricas	Religiosos Coloniales	III	Conservado
22	Parque Pedro Vicente Maldonado	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas históricas	III	Conservado
23	Palacio Municipal	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	III	Conservado
24	Iglesia de la Basílica – Sagrado Corazón de Jesús	Manifestaciones Culturales	Históricas	Religiosos Coloniales	III	Conservado
25	Capilla del Sacrilegio	Manifestaciones Culturales	Históricas	Religiosos Coloniales	III	Conservado
26	Iglesia de San Francisco	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	III	Conservado
27	Iglesia de La Merced	Manifestaciones Culturales	Históricas	Religiosos Coloniales	II	Conservado
28	Mercado Mariano Borja (La Merced)	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y bebidas Típicas	III	Conservado
29	Iglesia Parroquial San Luis	Manifestaciones culturales	Históricas	Religiosos coloniales	II	Conservado
30	Iglesia Virgen de Las Nieves	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	Conservado
31	Huellas de mastodontes	Sitio Natural	Fenómenos Geológicos	Flujo de lava	II	En proceso de deterioro
32	Museo de Chalán	Manifestación Cultural	Arquitectura	Museos	III	En proceso de deterioro

Fuente: Dirección de Turismo del GAD Riobamba, 2017

Elaboración: Andrés Moncayo T.

- **Agencias de Viajes y Operadoras Turísticas:** según el catastro facilitado por la Dirección de Turismo del GAD existen 28 establecimientos; establecimientos de categoría internacional se cuenta con 11 establecimientos, establecimientos de categoría dual se cuenta con 8 establecimientos y de categoría de operación se cuenta con 9 establecimientos en el cantón (ver Anexo 4).

- **Entretenimiento:** en lo referente al entretenimiento en la ciudad, basados en el catastro del GAD, existen 93 establecimientos de entretenimiento donde se cuenta con 50 bares, 23 discotecas, 20 salas de recepciones y banquetes (ver Anexo 4).

- **Transporte:** dentro del catastro de servidores del GAD Municipal existen 3 empresas de servicio de transporte turístico terrestre (ver Anexo 4); para la transportación hacia y fuera de la ciudad se cuenta con 20 cooperativas de transporte interprovincial que ingresan a la ciudad provenientes de las diferentes provincias del Ecuador; a continuación se encuentra la tabla detallando los diferentes servidores y cooperativas interprovinciales (ver Tabla 5):

Tabla 5: Cooperativas de transporte terrestre interprovincial

Cooperativas de Transportes Interprovinciales			
Cooperativa de transporte	Rutas de ida	Rutas de regreso	Número Frecuencias
Alausí	Riobamba – Alausí	Alausí - Riobamba	22
	Riobamba – Huigra	Huigra – Riobamba	4
Ecuador Ejecutivo	Riobamba - Quito	Quito – Riobamba	18
	Riobamba – Guayaquil	Guayaquil - Riobamba	2
Condorazo	Riobamba – Ambato	Ambato - Riobamba	27
	Riobamba - Quito	Quito – Riobamba	1
	Riobamba – Baños	Baños – Riobamba	2
22 de julio	Riobamba – Ambato	Ambato - Riobamba	8
Chimborazo	Riobamba - Quito	Quito – Riobamba	16
	Riobamba – Guayaquil	Guayaquil - Riobamba	6
Riobamba	Riobamba - Quito	Quito – Riobamba	9
	Riobamba - Santo Domingo	Santo Domingo – Riobamba	10
	Riobamba – Baños	Baños – Riobamba	2
	Riobamba – Puyo	Puyo – Riobamba	2
	Riobamba – Tena	Tena – Riobamba	6
	Riobamba – Macas	Macas – Riobamba	8
Trans. Vencedores	Riobamba - Quito	Quito – Riobamba	9
	Riobamba – Tulcán	Tulcán - Riobamba	2

Cooperativa de transporte	Rutas de ida	Rutas de regreso	Número Frecuencias
Patria	Riobamba – Quito	Quito – Riobamba	21
	Riobamba – Guayaquil	Guayaquil - Riobamba	21
	Riobamba – Machala	Machala – Riobamba	2
	Riobamba – Cuenca	Cuenca – Riobamba	8
	Riobamba - Huaquillas	Huaquillas - Riobamba	1
	Riobamba – Chunchi	Chunchi – Riobamba	1
Expreso Baños	Riobamba – Baños	Baños – Riobamba	4
San Juan Ejecutivo	Riobamba – Ambato	Ambato - Riobamba	13
Chunchi	Riobamba – Chunchi	Chunchi - Riobamba	8
Unidos	Riobamba – Macas	Macas – Riobamba	3
	Atillo – Macas – Sucua – Méndez		3
	Riobamba – Ibarra	Ibarra - Riobamba	4
	Huigra – Alausí		2
	Milagro – Naranjito - Bucay		9
Touris San Francisco	Baños – Puyo		1
Flota Bolívar Internacional	Riobamba – Babahoyo	Babahoyo - Riobamba	3
	Riobamba – Caluma	Caluma - Riobamba	1
	Riobamba – Chillanes	Chillanes - Riobamba	1
	Riobamba – San Miguel	San Miguel - Riobamba	1
Panamericana	Machala – Santa Rosa – Arenillas – Huaquillas		1
10 de Noviembre	Guaranda - San Miguel		4
	Guaranda – San Miguel - Chillanes		1
Occidentales	Esmeraldas – Atacámes		1
Baños	Riobamba – Baños	Baños – Riobamba	3
	Loreto – Coca		1
	Lago Agrio – Proyecto – Shushufindi		1
	Santa Elena – Libertad – Salinas		3
Sangay	Riobamba – Baños	Baños – Riobamba	10
	Riobamba – Puyo	Puyo - Riobamba	7
	Riobamba – Tena	Tena - Riobamba	3
	Riobamba – Macas	Macas - Riobamba	1

Fuente: Ecuador Turístico, 2016

Elaborado por: Andrés Moncayo

ii. Análisis FODA de la situación turística de Riobamba

Mediante el siguiente análisis FODA se busca diagnosticar la situación actual del turismo en Riobamba, tanto de manera interna con las variables respectivas como fortalezas y debilidades como de manera externa con sus oportunidades y amenazas; nos permita tomar las mejores decisiones con el fin de cumplir los objetivos deseados.

Tabla 6: Análisis interno

Fortalezas		4	3	2	1
1	Contar con una normativa legal (Ordenanza No. 008 - 2011 GAD de Riobamba) que establezca las competencias del GAD en el manejo turístico.	•			
2	Cuenta con un presupuesto anual donde se deben incluir actividades de desarrollo económico, social y cultural.		•		
3	Atractivos turísticos en la zona urbana y rural del cantón que deben ser visitados por turistas nacionales e internacionales.	•			
4	Posee carreteras de primer orden que acercan a la ciudad a las diferentes regiones naturales del país.		•		
5	Contamos infraestructura hoteleras de diferentes categorías dotados con servicios de calidad.	•			
Debilidades		4	3	2	1
1	Escaso apoyo de las asociaciones en la aplicación de iniciativas turísticas.			•	
2	Falta de compromiso por parte de las autoridades para potencializar los atractivos del cantón.			•	
3	Ausencia de un plan de marketing para impulsar la llegada de los turistas nacionales y extranjeros al cantón.				•
4	No se ha capacitado a los actores turísticos para que se comprometan con la atención al cliente y los horarios de trabajo.			•	
5	La inseguridad en las calles, la delincuencia es motivo por lo que los turistas se sienten limitados a su acceso.			•	

Elaborado por: Andrés Moncayo

Tabla 7: Análisis interno de impacto

	Fortalezas	Ponderación	Calificación	Total
1	Contar con una normativa legal (Ordenanza No. 008 - 2011 GAD de Riobamba) que establezca las competencias del GAD en el manejo turístico.	0,14	3,50	0,49
2	Cuenta con un presupuesto anual donde se deben incluir actividades de desarrollo económico, social y cultural.	0,10	3,00	0,30
3	Atractivos turísticos en la zona urbana y rural del cantón que deben ser visitados por turistas nacionales e internacionales.	0,14	3,25	0,46
4	Posee carreteras de primer orden que acercan a la ciudad a las diferentes regiones naturales del país.	0,10	3,00	0,30
5	Contamos infraestructura hoteleras de diferentes categorías dotados con servicios de calidad.	0,14	3,00	0,42
	Debilidades	Ponderación	Calificación	Total
1	Escaso apoyo de las asociaciones en la aplicación de iniciativas turísticas.	0,08	2,00	0,16
2	Falta de compromiso por parte de las autoridades para potencializar los atractivos del cantón.	0,08	2,50	0,20
3	Ausencia de un plan de marketing para impulsar la llegada de los turistas nacionales y extranjeros al cantón.	0,06	2,00	0,12

	Debilidades	Ponderación	Calificación	Total
4	No se ha capacitado a los actores turísticos para que se comprometan con la atención al cliente y los horarios de trabajo.	0,08	1,50	0,12
5	La inseguridad en las calles, la delincuencia es motivo por lo que los turistas se sienten limitados a su acceso.	0,08	1,75	0,14
	Total	1,00		2,71

Elaborado por: Andrés Moncayo

Tabla 8: Análisis externo

	Oportunidades	4	3	2	1
1	Promulgación de los sitios turísticos a nivel internacional en un plan fijado por el Ministerio de Turismo.	•			
2	Apoyo de organismos internacionales que fomentan, esta actividad en todos las regiones del mundo.		•		
3	Créditos internacionales para la creación de centros turísticos en lugares que no se han explotado anteriormente.	•			
4	Impulso del gobierno para que el turismo que convierta en la primera fuente de ingresos del país.	•			
5	Lugares sin explorar que pueden ser presentados a turistas, incluyen descubrimientos arqueológicos.		•		
1	Amenazas	4	3	2	1
2	Programas turísticos diseñados por las metrópolis que enfocan las llegadas de los turistas a sus localidades.			•	
3	No se cuenta con acceso aéreo para reducir el tiempo de llega al cantón.			•	
4	Los desastres naturales por la ubicación geográfica del cantón.				•
5	Crisis económica que limita los recursos para ser invertidos en actividades turísticas.				•
	La emigración de personas de diferentes países que causan cambios en la dinámica local.			•	

Elaborado por: Andrés Moncayo

Tabla 9: Análisis externo de impacto

	Oportunidades	Ponderación	Calificación	Total
1	Promulgación de los sitios turísticos a nivel internacional en un plan fijado por el Ministerio de Turismo.	0,14	3,00	0,42
2	Apoyo de organismos internacionales que fomentan, esta actividad en todos las regiones del mundo.	0,11	2,75	0,30
3	Créditos internacionales para la creación de centros turísticos en lugares que no se han explotado anteriormente.	0,14	3,50	0,49
4	Impulso del gobierno para que el turismo que convierta en la primera fuente de ingresos del país.	0,14	3,50	0,49
5	Lugares sin explorar que pueden ser presentados a turistas, incluyen descubrimientos arqueológicos.	0,11	2,75	0,30

	Amenazas	Ponderación	Calificación	Total
1	Programas turísticos diseñados por las metrópolis que enfocan las llegadas de los turistas a sus localidades.	0,08	2,00	0,16
2	No se cuenta con acceso aéreo para reducir el tiempo de llega al cantón.	0,08	2,00	0,16
3	Los desastres naturales por la ubicación geográfica del cantón.	0,06	1,75	0,11
4	Crisis económica que limita los recursos para ser invertidos en actividades turísticas.	0,06	1,50	0,09
5	La emigración de personas de diferentes países que causan cambios en la dinámica local.	0,08	2,00	0,16
	Total	1,00		2,68

Elaborado por: Andrés Moncayo

Tabla 10: Matriz FODA

	Fortalezas		Oportunidades
1	Contar con una normativa legal (Ordenanza No. 008 - 2011 GAD de Riobamba) que establezca las competencias del GAD en el manejo turístico.	1	Promulgación de los sitios turísticos a nivel internacional en un plan fijado por el Ministerio de Turismo.
2	Cuenta con un presupuesto anual donde se deben incluir actividades de desarrollo económico, social y cultural.	2	Apoyo de organismos internacionales que fomentan, esta actividad en todos las regiones del mundo.
3	Atractivos turísticos en la zona urbana y rural del cantón que deben ser visitados por turistas nacionales e internacionales.	3	Créditos internacionales para la creación de centros turísticos en lugares que no se han explotado anteriormente.
4	Posee carreteras de primer orden que acercan a la ciudad a las diferentes regiones naturales del país.	4	Impulso del gobierno para que el turismo que convierta en la primera fuente de ingresos del país.
5	Contamos infraestructura hoteleras de diferentes categorías dotados con servicios de calidad.	5	Lugares sin explorar que pueden ser presentados a turistas, incluyen descubrimientos arqueológicos.

	Debilidades		Amenazas
1	Escaso apoyo de las asociaciones en la aplicación de iniciativas turísticas.	1	Programas turísticos diseñados por las metrópolis que enfocan las llegadas de los turistas a sus localidades.
2	Falta de compromiso por parte de las autoridades para potencializar los atractivos del cantón.	2	No se cuenta con acceso aéreo para reducir el tiempo de llega al cantón.
3	Ausencia de un plan de marketing para impulsar la llegada de los turistas nacionales y extranjeros al cantón.	3	Los desastres naturales por la ubicación geográfica del cantón.
4	No se ha capacitado a los actores turísticos para que se comprometan con la atención al cliente y los horarios de trabajo.	4	Crisis económica que limita los recursos para ser invertidos en actividades turísticas.
5	La inseguridad en las calles, la delincuencia es motivo por lo que los turistas se sienten limitados a su acceso.	5	La emigración de personas de diferentes países que causan cambios en la dinámica local.

Elaborado por: Andrés Moncayo

Se definió en base al análisis FODA, que existe una normativa que regula las actividades turísticas del GAD, instituciones gubernamentales que están dispuestas apoyar activamente en el sector, adicionalmente cuenta el cantón con un sinnúmero de bellezas naturales, culturales y antropológicas, existen turísticas extranjeros que han visto en el Ecuador un destino ideal para sus viajes de conocimiento, adicionalmente los organismos de financiamiento están en la posibilidad de entregar recursos en forma de créditos que financien los servicios turísticos, aunque sus principales deficiencias y amenazas son, el enfoque en el turismo en las grandes ciudades dejando de lado a las comunidades o ciudades de paso,.

b. Resultados de las Entrevistas y Encuestas

Una vez aplicadas las entrevistas y encuestas a su respectiva población, los resultados obtenidos son los siguientes:

i. Entrevistas

Fueron aplicadas mediante un banco de preguntas (ver Anexo 2) en los diferentes representantes de los servicios turísticos de hospedaje y alimentación de primera y segunda categoría, a las operadoras turísticas y de igual manera de transporte turístico que se encuentran registrados y catastrados legalmente en la Dirección de Turismo del GAD de Riobamba, de los cuales recibí respuesta de un total de 41 servidores turísticos.

Análisis por pregunta:

1) ¿Considera qué en Riobamba hay suficiente potencial para que empresas turísticas inviertan sus recursos en el desarrollo del cantón?

En esta pregunta todos los entrevistados respondieron afirmativamente, es decir el 100%, al decir que en Riobamba existe potencial turístico como varios atractivos naturales y culturales, pero aún falta revalorizarlos y darles la importancia que necesitan, hay que brindarles ciertas facilidades para potencializarlos, y también cuenta la cultura de la gente ya que en ciertos atractivos de la ciudad se pueden observar grafitis o vandalismo con la infraestructura del lugar.

2) ¿Cuenta con la infraestructura adecuada para brindar su servicio hacia todo tipo de turista?

En su mayoría supieron responder que si cuentan con la infraestructura necesaria, un 68%, pero en varios casos se presentó la novedad de que no tienen ciertas facilidades necesarias para las personas con diversas discapacidades como en lo referente al transporte turístico pero supieron decir que prevén cubrir ese detalle lo más pronto posible y que hasta el momento no se ha presentado mayor detalle que no se haya podido resolver.

3) ¿Realiza algún seguimiento de satisfacción de sus clientes para garantizar que su servicio fue de su total agrado?

En algunos establecimientos de alojamiento respondieron que sí se realiza una encuesta de satisfacción de servicios hacia sus clientes, en otros casos varios servidores respondieron que

usualmente lo hacen, en los servidores de alimentación nos respondieron que no se realiza ningún seguimiento, pero en lo referente al transporte turístico un servidor nos informó que antes de terminar sus operaciones conversan con los clientes para asegurarse de que su servicio fue el adecuado. Del total de prestadores entrevistados el 46% si realiza algún tipo de seguimiento, mientras que el 54% no lo tienen.

4) ¿Ha estado en la capacidad de solucionar los requerimientos que presentan los turistas al usar su servicio?

En esta pregunta la gran mayoría, con un 82%, contestó que sí han podido responder antes los requerimientos que se les han presentado, pero en ciertos establecimientos de alimentación informaron que en varias ocasiones han tenido que disculparse al no poder atender los días que han tenido gran concurrencia ya que habrían terminado con todo, un caso parecido en el transporte y el alojamiento ya que ciertas veces tratan de contratar sus servicios en temporadas altas y tienen copada toda su capacidad.

5) ¿Cree que Riobamba cumple con las expectativas de los turistas que la visitan?

Casi todos acertaron que se cumple con las expectativas, un 63%, ya que los turistas no se quedan muchos días y solo vienen a cumplir el recorrido, hacen las visitas planeadas y al siguiente día o incluso a veces el mismo día se dirigen a otro destino donde se hospedan, coinciden que Riobamba se ha vuelto una ciudad de paso y de a poco ha ido perdiendo protagonismo turístico.

6) ¿Qué atractivos son los que los turistas más desean visitar?

Respondieron que generalmente la razón más común de su visita es dirigirse al volcán Chimborazo, con un 53%, e igualmente un 35% prefiere conocer la ciudad y sus iglesias, también hay turistas que se dirigen hacia el nevado El Altar u otro destino natural, mientras otros prefieren y realizan turismo comunitario en las ciertas parroquias rurales del cantón.

7) ¿Considera que la oferta turística existente de Riobamba es suficiente o adecuada para un correcto desarrollo turístico?

Un 72% expresaron que se debe ampliar la oferta del cantón, ya que sí se cuenta con varios atractivos tanto naturales como culturales pero no son conocidos ni por los mismos habitantes o no tienen la infraestructura adecuada para su desarrollo turístico, habiendo dado la importancia y las facilidades adecuadas a ciertos atractivos el turismo en el cantón irá en aumento lo que conllevaría a que Riobamba vuelva a tomar la importancia que se merece.

8) ¿Considera que Riobamba tiene todas las condiciones para ser potencia turística?

Basándose en la respuesta de la anterior pregunta, el porcentaje aumenta al 83% de entrevistados aseguran que todo eso ayudará a que la ciudad tenga las condiciones para tomar un buen y mejor camino para ser considerada potencial turístico del Ecuador, pero que aún hay mucho trabajo por hacer sobre todo en lo referente a capacitación profesional turística de Riobamba.

ii. Encuestas

Las encuestas para el diseño de productos turísticos para diversificar la oferta turística en el Cantón Riobamba (ver Anexo 3) fueron dirigidas hacia los turistas y se las realizaron al momento de visitar los distintos atractivos y establecimientos de servicios turísticos escogidos durante el mes de Enero y Febrero del presente año, los resultados de esta son los siguientes:

1. INFORMACIÓN GENERAL

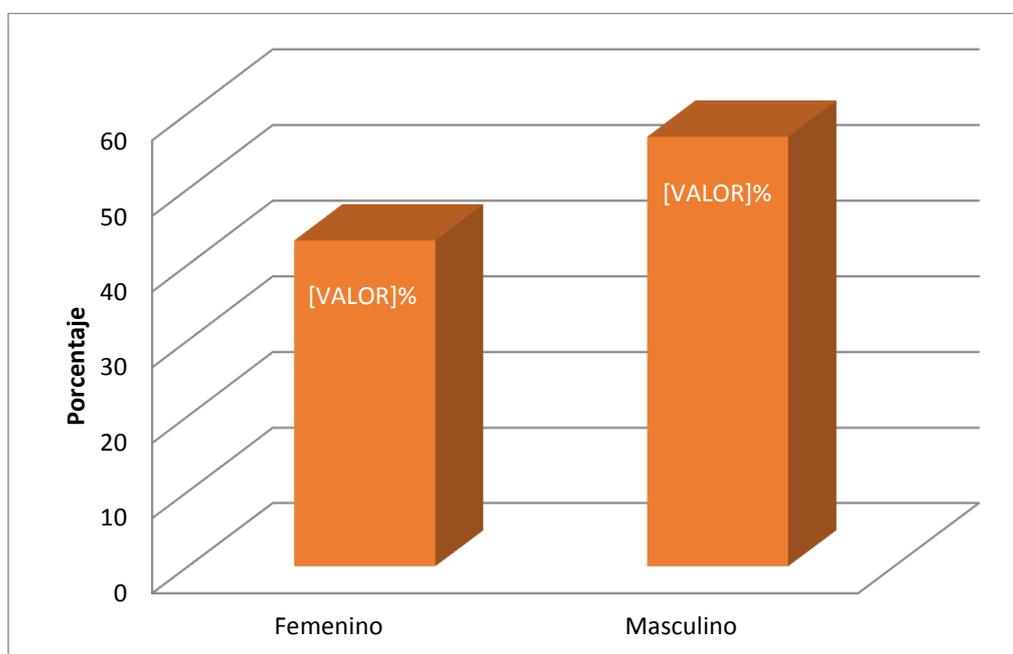
a) Género

Tabla 11: Género del turista

Género	Número de turistas	Porcentaje
Masculino	83	56,85%
Femenino	63	43,15%
Total	146	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018.

Gráfico 2: Género del turista



Elaborado: Andrés Moncayo T.

De los 146 turistas encuestados en Riobamba podemos ver que la mayor parte de personas es del género masculino con el 56,85% frente al 43,15% del género femenino.

En base a los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta se pudo determinar que la población que realiza actividades turísticas es principalmente masculina, siendo los que contratan los paquetes turismo con conocer los puntos turísticos del cantón.

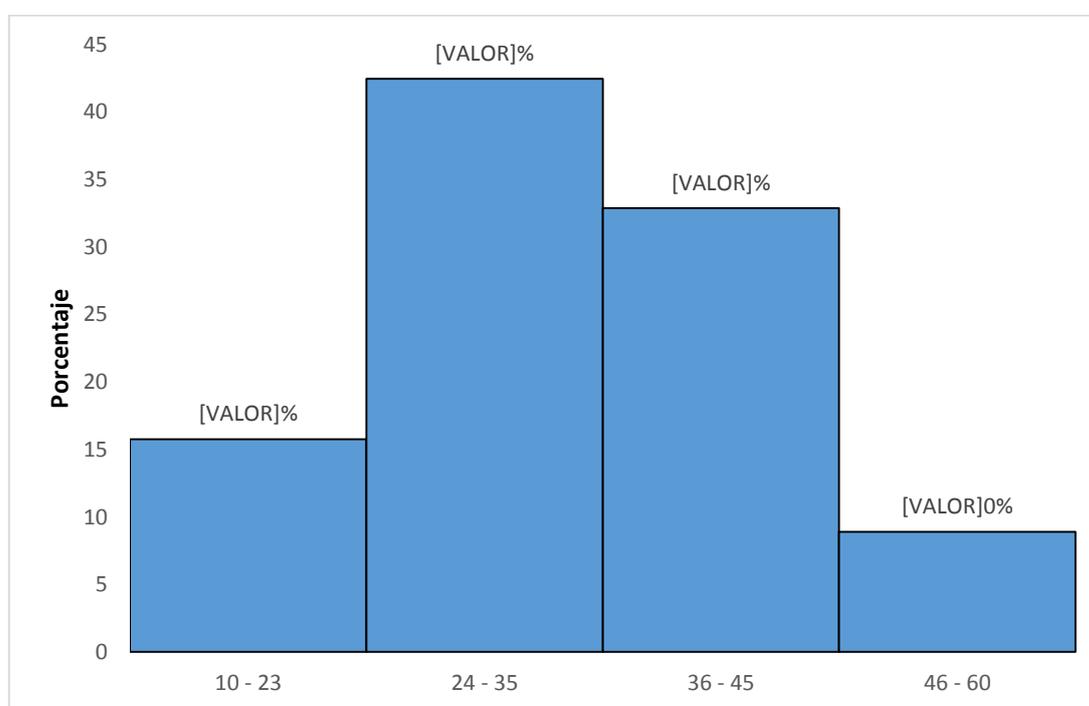
b) Edad

Tabla 12: Edad de los turistas

Rango de edad	Número de turistas	Porcentaje
10 – 23	23	15,75%
24 – 35	62	42,47%
36 – 45	48	32,88%
46 – 60	13	8,90%
Total	146	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018.

Gráfico 3: Edad de los turistas



Elaborado: Andrés Moncayo T.

Del total de 146 turistas que fueron encuestados en Riobamba, los resultados del rango de las edades arrojaron que la mayor cantidad de turistas con el 42,57% tienen entre 24 a 35 años, seguidos con el 32,88% las personas entre 36 a 45 años de edad, después con el 15,75% están los turistas con edades entre 10 a 23 años y con el 8,9% los turistas entre 46 a 60 años.

La población que generalmente opta por actividades turísticas se encuentra en el rango de 24 a 35 años, se puede decir que son considerados económicamente activos, con capacidad de trabajo y que poseen recursos para cubrir los paquetes turísticos.

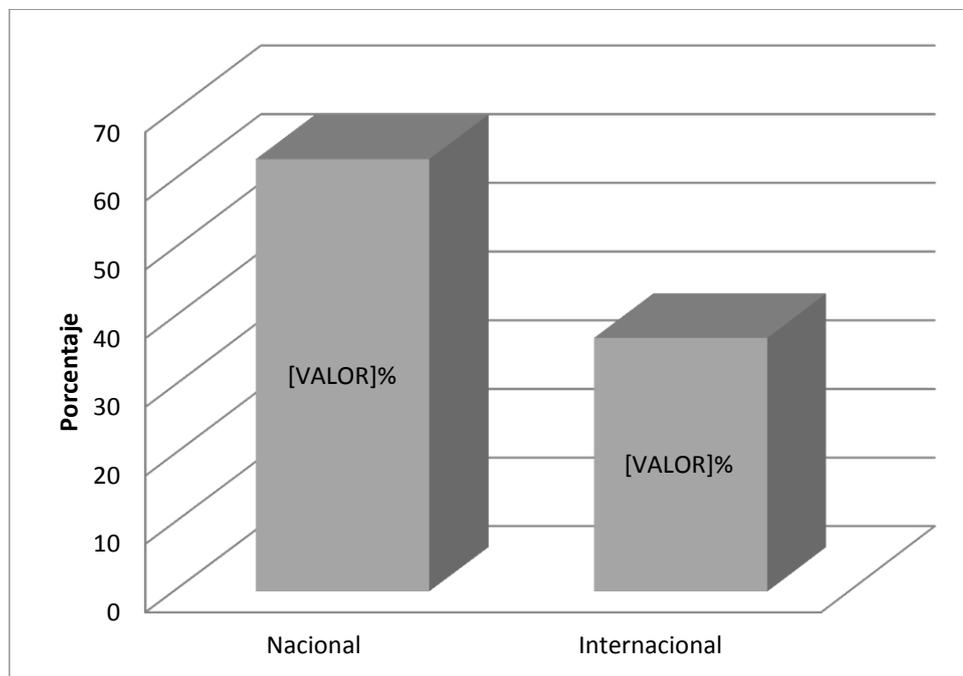
c) Lugar de procedencia

Tabla 13: Procedencia de los turistas

Lugar de procedencia	Número de turistas	Porcentaje
Nacional	92	63.01%
Internacional	54	36,99%
Total	146	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018.

Gráfico 4: Procedencia de los turistas



Elaborado: Andrés Moncayo T.

Con respecto a la procedencia, las encuestas de los 146 turistas nos revelan que en su mayoría con el 63,01% son turistas nacionales y con el 36,99% son turistas internacionales.

El 63% de los turistas son nacionales, que buscan conocer los diferentes puntos turísticos del país, debido principalmente a la distancia y los costos, si salieran del país deberían cancelar valores superiores a los estimados en paquetes nacionales.

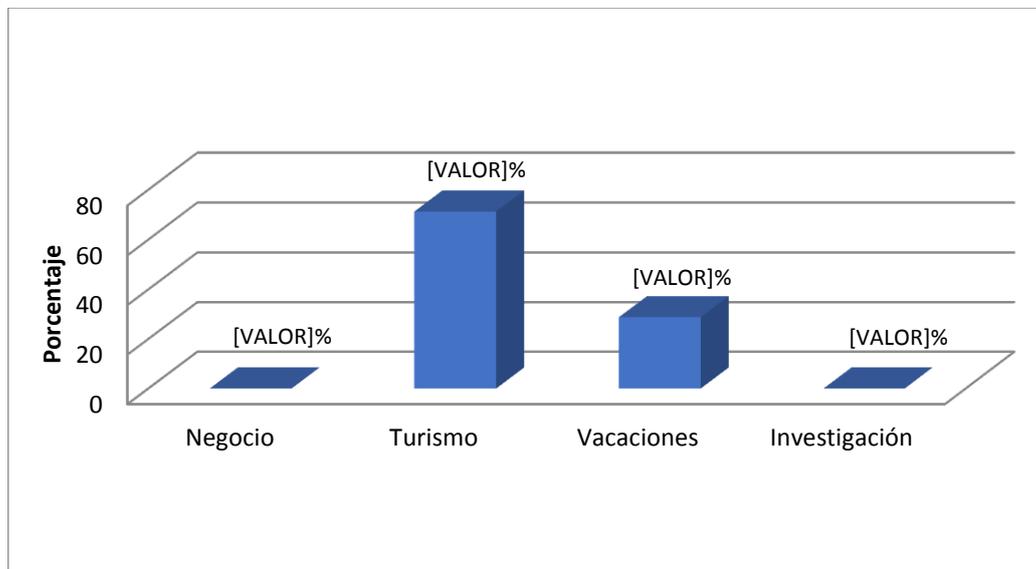
2. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Tabla 14: Motivo de su viaje

Motivo de su viaje	Número de turistas	Porcentaje
Negocio	0	0%
Turismo	104	71,23%
Vacaciones	42	28,77%
Investigación	0	0%
Total	146	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018.

Gráfico 5: Motivo de su viaje



Elaborado: Andrés Moncayo T.

Podemos observar que de los 146 turistas encuestados, la mayor motivación de su viaje es el turismo con el 71,23%, seguido de las vacaciones con el 28,77%; mientras que los negocios y la investigación tienen el 0%.

Cuando viajan los encuestados, lo realizan principalmente por conocer los puntos turísticos, mientras que otro gran porcentaje viajan en sus vacaciones.

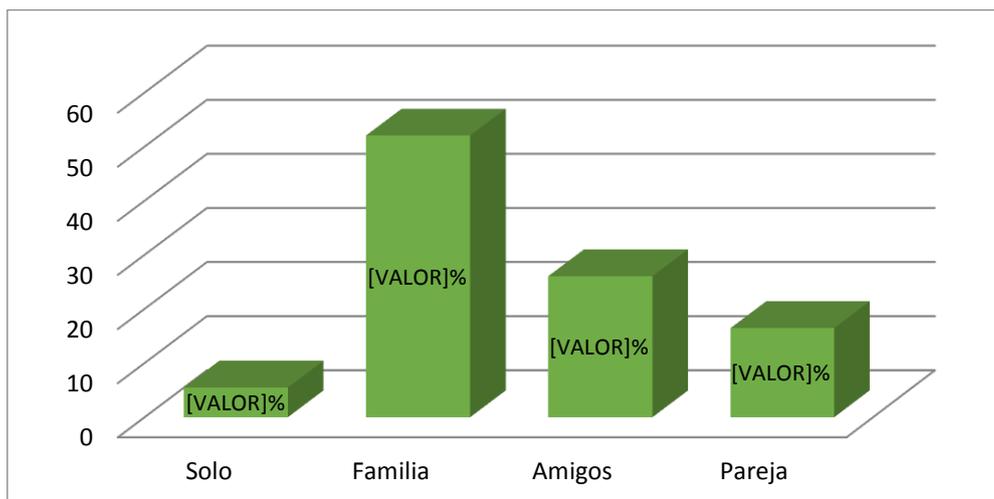
3. ¿Con quién realiza usualmente sus viajes?

Tabla 15: Compañía de su viaje

¿Con quién realiza usualmente sus viajes?	Número de turistas	Porcentaje
Solo	8	5,48%
Familia	76	52,05%
Amigos	38	26,03%
Pareja	24	16,44%
Total	146	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018

Gráfico 6: Compañía de su viaje



Elaborado: Andrés Moncayo T.

De las 146 encuestas realizadas, los turistas afirman que con el 52,05% prefieren realizar sus viajes en familia, un 26,03% prefieren viajar con sus amigos, el 16,44% de turistas viajan con su pareja y con el 5,48% realizan sus viajes solos.

Los viajes prefieren hacerlo en familia, por lo que se puede establecer que busquen paquetes que permitan el acceso a un núcleo familiar, y su costo sea el adecuado para ser cubierto con sus ingresos.

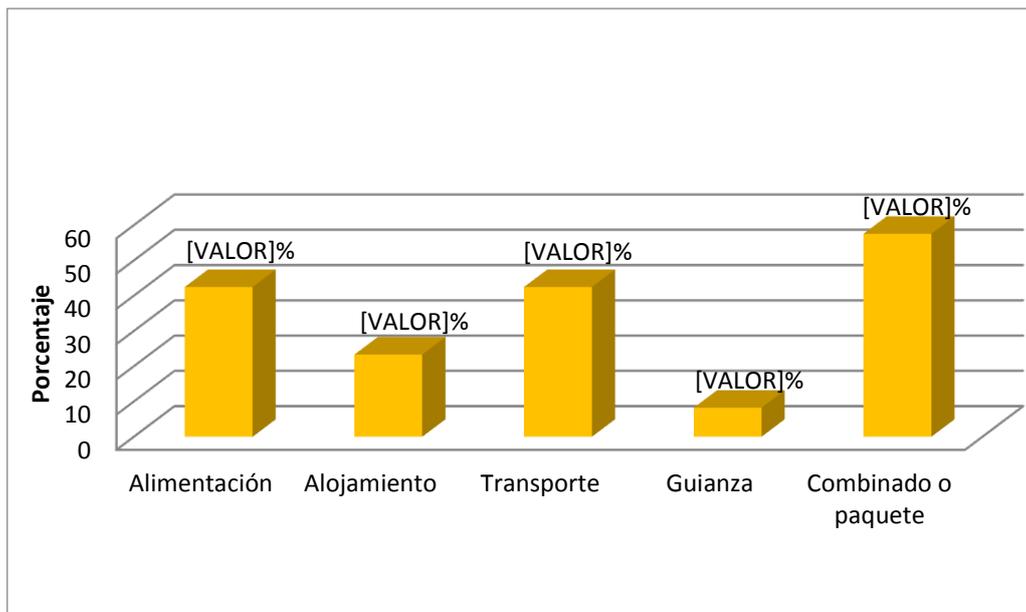
4. ¿Qué servicios turísticos usará en su visita a Riobamba?

Tabla 16: Servicios turísticos que usará

Servicios turísticos que usará en su visita a Riobamba	Número de turistas	Porcentaje
Alimentación	62	42,47%
Alojamiento	34	23,29%
Transporte	62	42,47%
Guianza	12	8,22%
Combinado o paquete	84	57,53%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018

Gráfico 7: Servicios turísticos que usará



Elaborado: Andrés Moncayo T.

De los 146 turistas encuestados predomina con el 57,53% el uso de los servicios combinados o paquete turístico, seguido de la alimentación y el transporte con el 42,47%, con el 23,29% será usado el alojamiento y con el 8,22% la guianza.

Los principales servicios que se espera contratar son la alimentación y transporte debido a que los encuestados lo ven como un sitio de paso o por la distancia prefieren retornar el mismo día a sus ciudades.

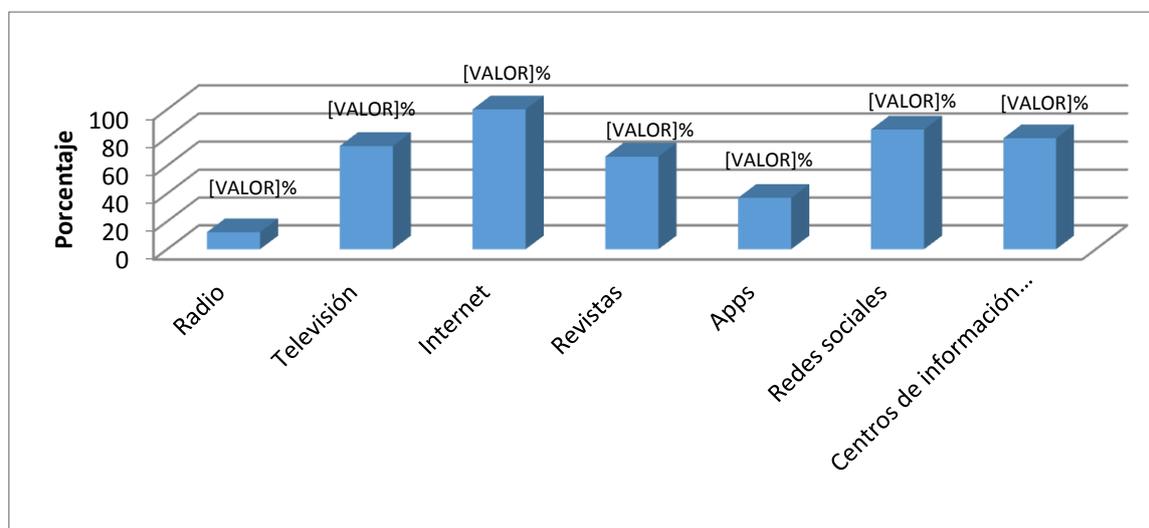
5. ¿Qué medios de comunicación utiliza generalmente para informarse?

Tabla 17: Medios de comunicación usados

Medios de comunicación que utiliza para informarse	Número de turistas	Porcentaje
Radio	18	12,33%
Televisión	108	73,97%
Internet	146	100%
Revistas	97	66,44%
Apps	54	36,99%
Redes sociales	125	85,62%
Centros de información turística	116	79,45%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018

Gráfico 8: Medios de comunicación usados



Elaborado: Andrés Moncayo T.

En base a los 146 turistas encuestados la forma en que más se informan con el 100% es consultando en internet, con el 85,62% usan las redes sociales para informarse, con el 79,45% usan los centros de información turística, con el 73,97% se informaron mediante la televisión, con el 66,44% encontraron información en revistas, con el 36,99% prefieren usar apps y con el 12,33% se informaron por la radio.

Con los nuevos cambios en la comunicación se ha disminuido el tiempo y los costos en su contratación por lo que el internet es uno de los servicios de mayor uso y expansión en todo ámbito.

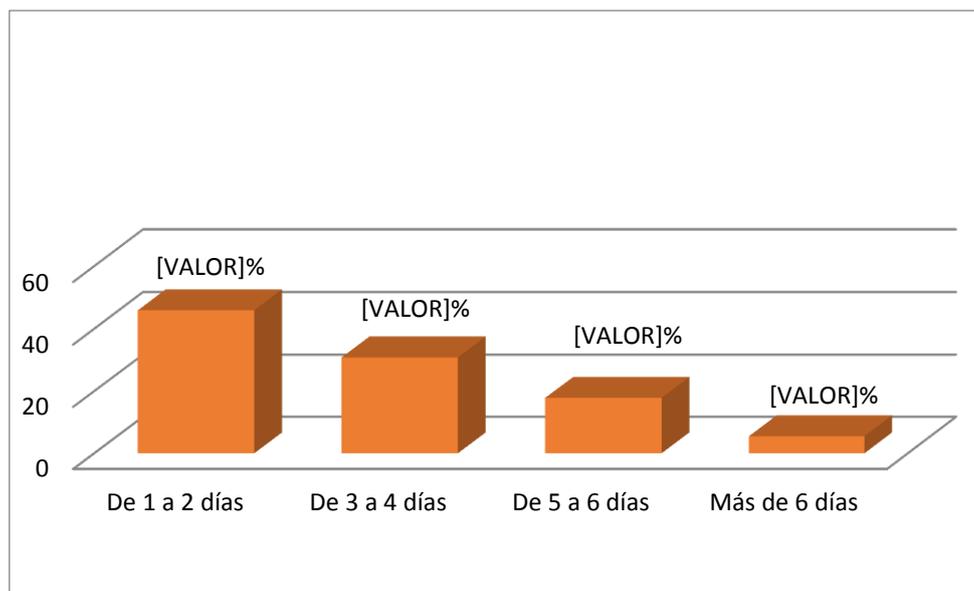
6. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pernoctar en el cantón?

Tabla 18: Servicios turísticos que usará

Tiempo dispuesto a pernoctar en el cantón	Número de turistas	Porcentaje
De 1 a 2 días	67	45,89%
De 3 a 4 días	45	30,82%
De 5 a 6 días	26	17,81%
Más de 6 días	8	5,48%
Total	146	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018

Gráfico 9: Servicios turísticos que usará



Elaborado: Andrés Moncayo T.

Observamos que de los 146 turistas, en su mayoría con el 45,89% pernoctaría de 1 a 2 días en Riobamba, con el 30,82% lo haría de 3 a 4 días, con el 17,81% estaría dispuesto a hacerlo de 5 a 6 días y con el 5,48% lo haría por más de 6 días.

Los turistas buscan permanecer en la ciudad que visitan de uno a dos días, en esto se sustenta lo expresado en la pregunta anterior, donde ven como servicio prioritario el transporte y la alimentación.

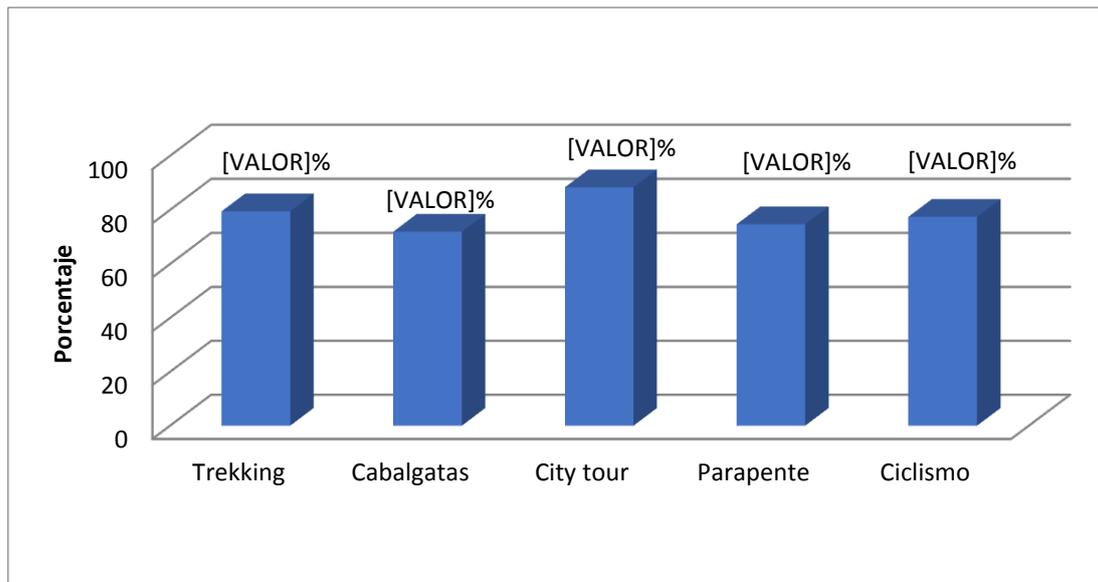
7. ¿Qué tipo de actividades desea realizar usted durante su permanencia?

Tabla 19: Actividades que desea realizar

Actividades que desea realizar en su permanencia	Número de turistas	Porcentaje
Trekking	116	79,45%
Cabalgatas	105	71,92%
City tour	129	88,35%
Parapente	109	74,66%
Ciclismo	113	77,4%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018

Gráfico 10: Actividades que desea realizar



Elaborado: Andrés Moncayo T.

Con respecto a las actividades que desean realizar en el cantón de los 146 turistas, en su mayoría con el 88,35% prefieren el city tour, con el 79,45% prefieren el trekking, seguidos con el 77,4% que desean realizar ciclismo, con el 74,66% quieren el parapente y con el 71,92% quisieran realizar cabalgatas.

Cuando viajan a las diferentes ciudades la primera actividad, es conocerla y el city tour es lo primero a realizarse.

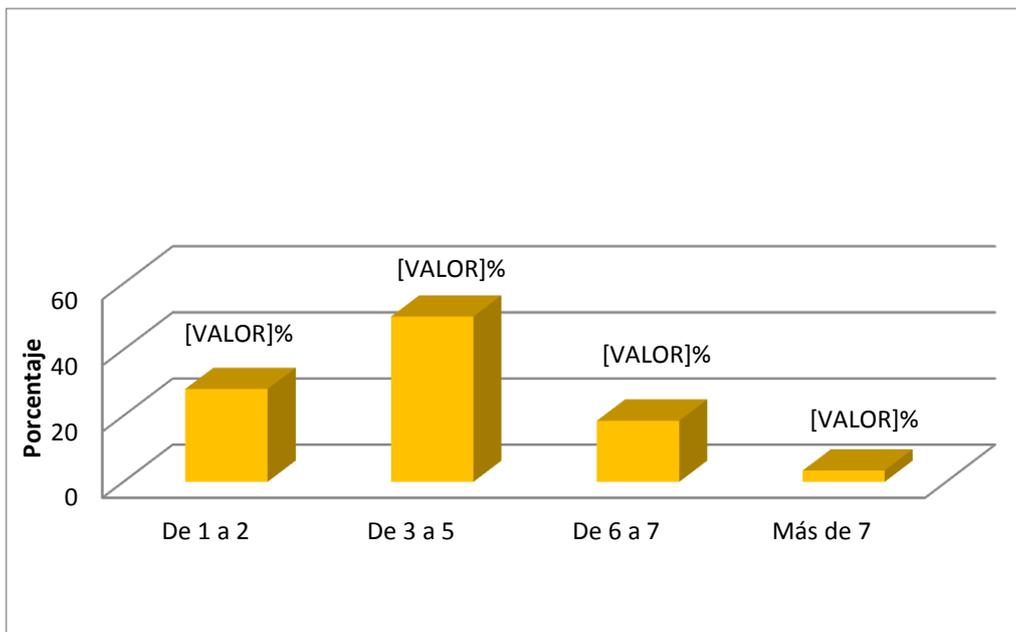
8. ¿Cuántos atractivos turísticos conoce en Riobamba?

Tabla 20: Número de atractivos que conoce

Atractivos turísticos que conoce en Riobamba	Número de turistas	Porcentaje
De 1 a 2	41	28,09%
De 3 a 5	73	50%
De 6 a 7	27	18,49%
Más de 7	5	3,42%
Total	146	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018

Gráfico 11: Número de atractivos que conoce



Elaborado: Andrés Moncayo T.

De los 146 turistas encuestados en su mayoría con el 50% conocen de 3 a 5 atractivos, seguido con el 28,09% que conocen de 1 a 2 atractivos, con el 18,49% conocen de 6 a 7 atractivos y con el 3,42% conocen más de 7 atractivos turísticos en Riobamba.

La mitad de los encuestados dicen conocer por lo menos de 3 a 5 atractivos, este hecho se da porque cuando llegan a la ciudad realizan un city tour.

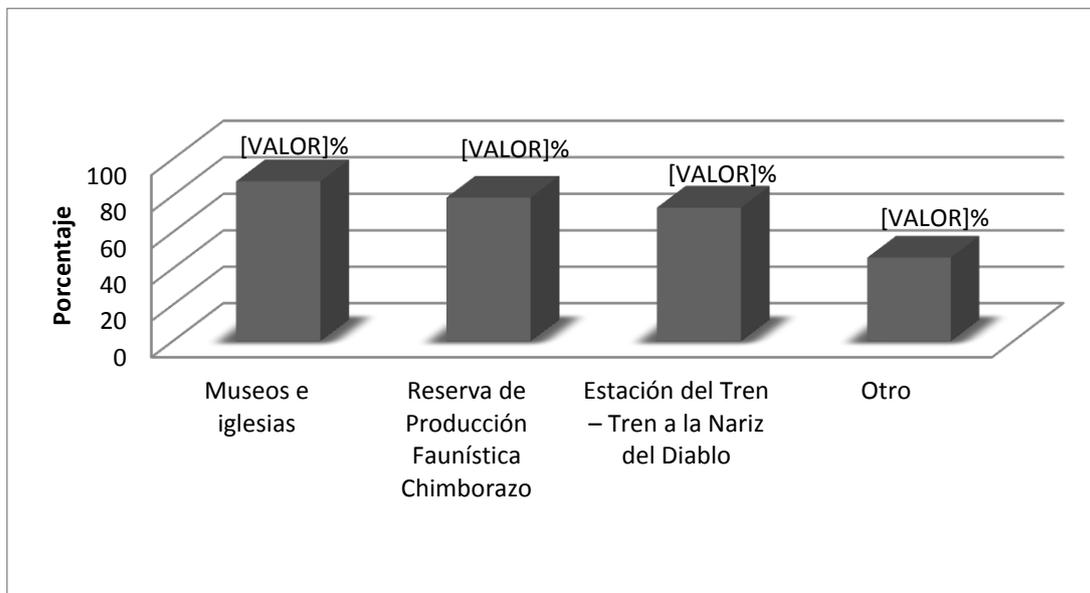
9. ¿Cuál de los siguientes productos visitó durante su visita en la ciudad?

Tabla 21: Lugares visitados por el turista

Lugares Visitados	Número de turistas	Porcentaje
Museos e iglesias	128	87,67%
Reserva de Producción Faunística Chimborazo	115	78,77%
Estación del Tren – Tren a la Nariz del Diablo	107	73,29%
Otro	67	45,89%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018

Gráfico 12: Lugares visitados por el turista



Elaborado: Andrés Moncayo T.

En base a las 146 encuestas realizadas, observamos que con el 87,67% los museos e iglesias son el más visitado, seguido con el 78,77% de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, con el 73,29% visitan la estación del tren y con el 45,89% visitaron otro atractivo turístico.

Los turistas al llegar a la ciudad, se dirigen a las iglesias de la ciudad ubicadas en el centro histórico, seguido de los museos, siendo parte de un recorrido obligatorio al llegar a la ciudad.

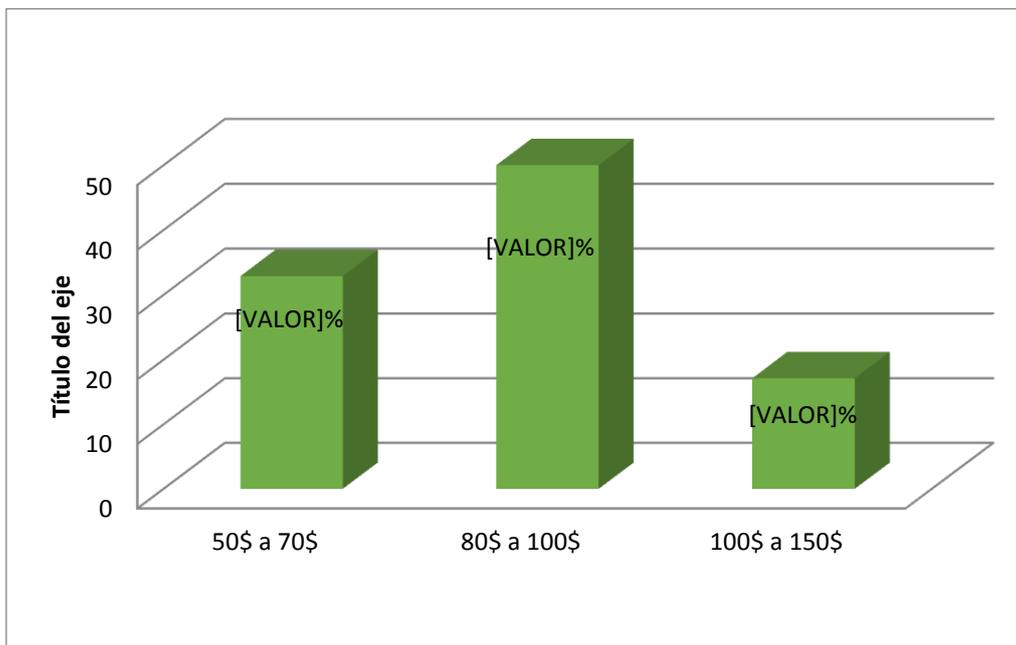
10. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico?

Tabla 22: Disposición a pagar por un paquete

Dispuesto a pagar por un paquete turístico	Número de turistas	Porcentaje
50\$ a 70\$	48	32,88%
80\$ a 100\$	73	50%
100\$ a 150\$	25	17,12%
Total	146	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en Enero 2018

Gráfico 13: Disposición a pagar por un paquete



Elaborado: Andrés Moncayo T.

De los 146 turistas encuestados, en su mayoría con el 50% estarían dispuestos a pagar un paquete turístico de entre \$80 a \$100, seguidos con el 32,88% de quienes pagarían de \$50 a \$70 y con el 17,12% quienes están dispuestos a pagar entre \$100 a \$150.

La mayoría de los turistas estiman gastar un promedio de 80 a 100 dólares, siendo un promedio del 23% del Sueldo Básico General fijado en Ecuador en el año 2018.

c. Discusión de Resultados

Una vez finalizada la propuesta, se pudo determinar que existen actores turísticos que fueron combinados para la creación de productos turísticos, para que el Cantón Riobamba sea conocido por la diversidad de atractivos en su zona urbana y rural.

Se definió cuatro productos, el primero es el comunitario, permite el acceso a la naturaleza y la cultura, diseñado para personas de diferentes condiciones sociales y económicas, el segundo de la nacionalidad que incluye vistas arqueológicas ideal para personas que desean conocer sobre la historia, generalmente en familia, o un grupo de amigos que buscan la tranquilidad; aventura en la nieve, ideal para gente que busca la adrenalina y la combina con la naturaleza, finalmente aventura de fin de semana incluye salida nocturna, paseo por el Chimborazo y sus aguas termales para cerrar el mismo con paseo en parapente.

Los tipos de turistas que tendrán acceso a dichos productos turísticos, son personas con una capacidad económica media alta, capaces de cubrir sus necesidades básicas y mantener un ahorro destinado para este fin, o que mantienen tarjetas de crédito con las que puedan realizar actividades turísticas. En el caso de los turistas internacionales podremos decir, que son personas que tienen ingresos y desean descubrir nuevas culturas a nivel internacional, provenientes de Estados Unidos, Francia y Colombia.

d. Propuesta

i. Título de la Propuesta

“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

ii. Introducción

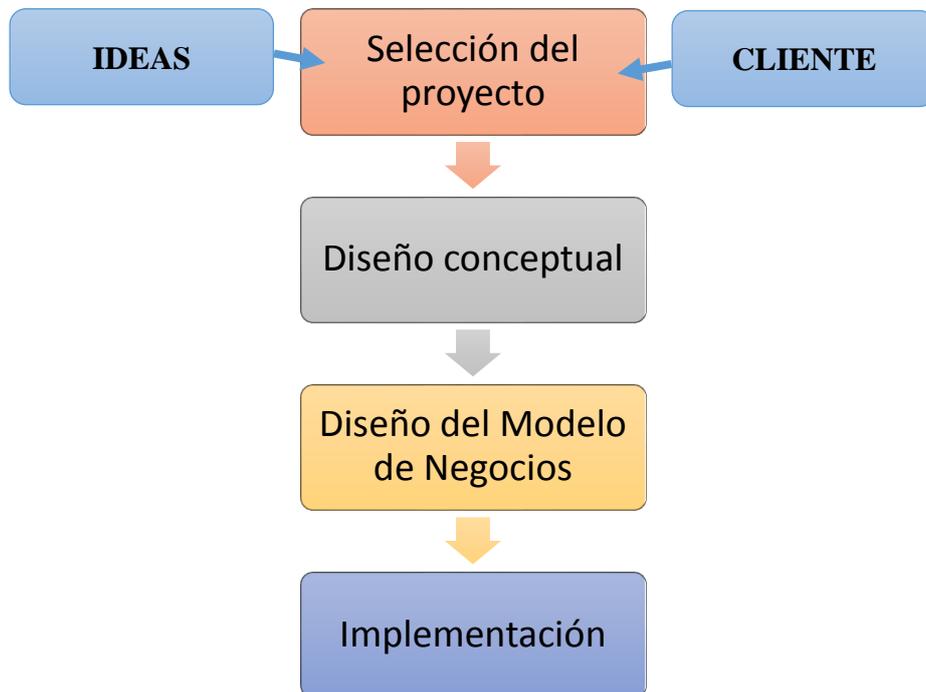
La ciudad de Riobamba, es conocida como la "Sultana de los Andes", ubicada en el centro del país, desde esta ciudad se puede dirigir a cualquier ciudad del país. En el top de sitios turísticos del Ecuador, se menciona a la Nariz de Diablo en el puesto séptimo, siendo Riobamba solo un punto de paso, sin que los turistas decidan explorar sus bellezas naturales, culturales y arqueológicas.

En vista de lo anteriormente expuesto, se elaboraron productos turísticos en los cuales se incluyeron tanto parroquias urbanas como rurales, además de lugares de interés en las cercanías de ciudad, a fin de que los visitantes deseen permanecer en la ciudad por más de un día, se ha establecido como política del Gobierno Nacional el situar al Turismo como la principal fuente de ingresos. Por lo que ha participado activamente en ferias internacionales y apoya al desarrollo del turismo comunitario.

Procedimiento metodológico para el diseño del producto turístico:

A continuación se detallan las tareas a realizar en cada uno de los pasos propuestos:

Figura 3: Esquema para el diseño de productos



Fuente: Secretaría Nacional de Turismo de Chile, 2015
Edición: Andrés Moncayo

El desarrollo de Productos Turísticos debe ser pensado desde una estrategia, desde un plan del que participen los distintos actores que se vinculan al producto en cuestión, se responda a los objetivos propios de la iniciativa y se aborden los mecanismos de apertura comercial y de relación con el cliente o turista objetivo.

En el paso a paso de la elaboración de los productos turísticos es importante considerar siempre que todo proyecto en desarrollo no va a salir a la primera, sino que se tendrá idas y vueltas, todo esto con el fin de ir corrigiendo los errores y mejorando en cada detalle el producto final.

iii. Objetivos

Objetivo General

Diseñar productos turísticos para la diversificación de la oferta en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo para el posicionamiento de la ciudad como un punto de interés turístico.

Objetivos específico

- Seleccionar el tipo de proyecto para su elaboración considerando el sector turístico a ser objeto.
- Establecer el diseño conceptual que se aplicara en el proyecto., para el establecimiento de las pautas ser aplicadas en la propuesta.
- Definir el modelo de productos turísticos que serán aplicados en el negocio que se ejecutarán en la propuesta.

iv. Desarrollo

1. Reseña Histórica

Conocida como “la Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Corazón de la Patria” por su historia y belleza, el actual nombre de la ciudad en lengua autóctona significa “llanura por donde se va” o “llanura por donde se sale”.

Fundada en 1534 constituyó la primera capital del Ecuador. Rodeado de majestuosos nevados y volcanes, cuenta con diferentes ferias indígenas que llaman la atención por el sin número de artesanías que se comercializan, las más famosas son la Feria de las Gallinas, La de Santa Rosa, San Francisco y más, sus calles son estrechas y adoquinadas.

Según el historiador Enrique Ayala Mora en su libro “Nueva Historia del Ecuador”, nos comenta que “es muy probable que la antigua Riobamba, situada antes de la llegada de los españoles a orillas de la laguna de Colta, haya sido establecida por los Incas como un “tambo” en ese estratégico punto del “camino real”.

El 9 de julio de 1575 y cumpliendo órdenes de la Presidencia de la Real Audiencia de Quito, se incluyeron las siguientes jurisdicciones: Cajabamba, Calpi, Cebadas, Cubijíes, Chambo, Guamote, Guanando, Guano, Ilapó, Licán, Licto, Penipe, Pungalá, Punín, Quimiag, San Andrés, San Luís y Yaruquíes.

Años más tarde, y a pesar de los terremotos que la arruinaron en 1645, en 1698 y en 1778, y después de reconstruir la ciudad.

El 11 de noviembre de 1820, después de conocer los esfuerzos de otras ciudades por su libertad, Riobamba se adhirió a la independencia proclamada en Guayaquil y se empeñó también en la lucha por la libertad.

Riobamba es una ciudad turística por excelencia gracias a todos sus atractivos museos arqueológicos, religiosos, mercados indígenas, ferias artesanales, que se unen a una arquitectura civil y religiosa destacable. Durante el transcurso del año se celebra importantes fiestas cívicas, religiosas y populares. El Parque Pedro Vicente Maldonado es uno de los lugares preferidos por los visitantes. Otros puntos de interés son el museo didáctico de Ciencias Naturales del Colegio Maldonado, el museo de arte religioso del convento de la Concepción, el museo del Banco Central, la Catedral, la iglesia de San Antonio, la Basílica y La Merced.

Selección del proyecto

Una vez realizado el diagnóstico al cantón Riobamba y movimiento turístico se pudo conocer que se pueden elaborar los siguientes tipos de proyectos:

Tabla 23: Selección del proyecto

Proyectos	Potencialidades
Crear nuevos paquetes turísticos que integren los atractivos urbanos y rurales del cantón Riobamba.	Existen atractivos naturales, culturales, arqueológicos y de aventura. Información necesaria para armar los productos turísticos. Interés de los actores del sector turísticos en su aplicación de los productos turísticos. Existe la empresa turística que puede poner en marcha el proyecto por sus contactos y recursos económicos.
Impulsar el turismo arqueológico en el cantón Riobamba.	Existen sectores con presencia de restos arqueológicos que han sido difundidos a nivel mundial. No cuentan con alojamiento y alimentación que permitan al turista permanecer en el lugar por más de unas horas.
Reestructurar el recorrido de la visita al Museo de las Madres Conceptas.	Se cuenta con la información para la realización de la actividad. Está enfocado a un solo punto, no se apoya en otras actividades para volverlo atractivo. Se diseña para un turista profesional enfocado a la cultura.

Elaborado: Andrés Moncayo

De las alternativas para la realización de un proyecto se pudo determinar que se cuenta con la información necesaria para la elaboración de productos turísticos, que darán beneficios de manera inmediata a los autores que intervienen en el sector turístico de las poblaciones que intervendrán en el servicio.

2. Diseño conceptual

Turismo:

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

Turismo Comunitario

Para (Centro de Comercialiación y Revalorización de la Cultura del Ecosistema Manglar Martín Pescador, 2018); significa Turismo Responsable, en el respecto del medio ambiente y de la sensibilidad de la Comunidad huésped. Para ayudar al visitante a mantener un comportamiento responsable, se ha desarrollado el siguiente código de conducta, publicado en el Manual de Calidad del Turismo Comunitario del Ecuador.

Turismo arqueológico

Según (Carretón, 2018), el Patrimonio Arqueológico está integrado dentro del Patrimonio cultural y, por tanto, el turismo arqueológico forma parte del turismo cultural. Si tuviéramos que resumir lo que es el turismo arqueológico podríamos decir que es la actividad turística

que conlleva visitar lugares que formen parte del patrimonio arqueológico. Este tipo de turismo también recibe el nombre de arqueoturismo.

3. Diseño del modelo del negocio

El modelo de negocio que se propone es el siguiente:

Tabla 24: Diseño del modelo del negocio.

Área	Turismo
Actividad	La venta de productos turísticos para turistas nacionales y extranjeros.
Segmento de clientes a ser atendidos	Las personas que contratan nuestros servicios económicamente están ubicadas en la escala media y alta, sus ingresos permiten cubrir sus gastos ordinarios, ahorrar y acceder a este servicio. Dentro de esta categoría se dividieron en tres categorías: Personas que les gusta conocer nuevos lugares y esperan un servicio adecuado. Turistas que realizan sus actividades pero buscan ciertos privilegios en el trato obtenido por el servicio. Turistas que requieren un servicio VIP.
Canales de distribución	Se involucran los actores del sector turístico, como son; alojamiento, alimentación, entretenimiento, transporte entre los más destacados, que son contratados para cumplir con el producto turístico y la persona que contratan el servicio.
Fuentes de ingresos	La venta de productos turísticos.
Costos en los incurrir	Cada uno de los productos turísticos incluye un presupuesto realizado en base a la investigación de mercado y el catastro turístico del cantón Riobamba, siendo datos reales.

Elaborado: Andrés Moncayo

Implementación

Para la implantación de los productos turísticos presentan las imágenes sobre los atractivos turísticos, actividades que se van a realizar con el tiempo previsto, seguido se presentan el presupuesto en base a los datos de catastros municipal.

Figura 4: Implementación de los productos

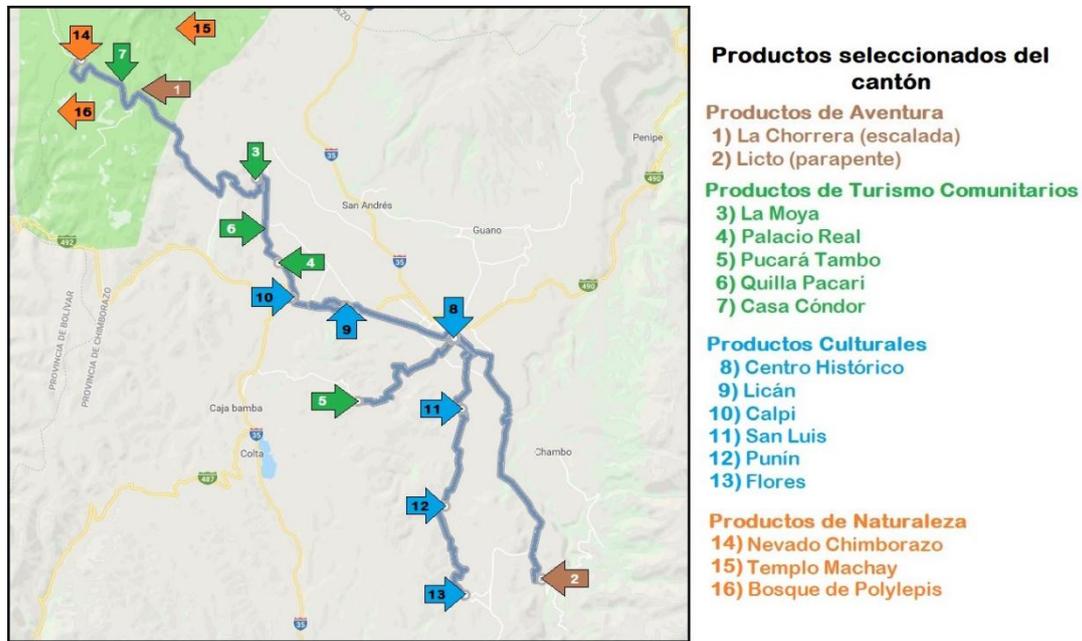
Productos turísticos	Comunitario	Dos días una noche	Riobamba Colta Palacion Real Moya Pucara Tambo
	Nacionalidad	Dos días una noche	Lican Chimborazo Calpi Riobamba San Luis Punin Flores
	Aventura en la nieve	Dos días	Chimborazo Machay Aguas Termales Riobamba
	Aventura de fin de semana	Dos días	Chimborazo Machay Aguas Termales Riobamba Salida Nocturna Parapente

Elaborado: Andrés Moncayo

4. Productos turísticos

De los distintos productos turísticos establecidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), en el cantón Riobamba podemos encontrar varias líneas de productos, de los cuales luego del análisis de las encuestas y entrevistas junto con las estadísticas de la Dirección de Trismo municipal y del MINTUR se han escogido para elaborar la propuesta los productos de aventura, productos de turismo comunitario, productos culturales, productos de naturaleza y ecoturismo.

Gráfico 14: Productos turísticos seleccionados del cantón



Fuente: Google Maps, 2018

Elaborado: Andrés Moncayo

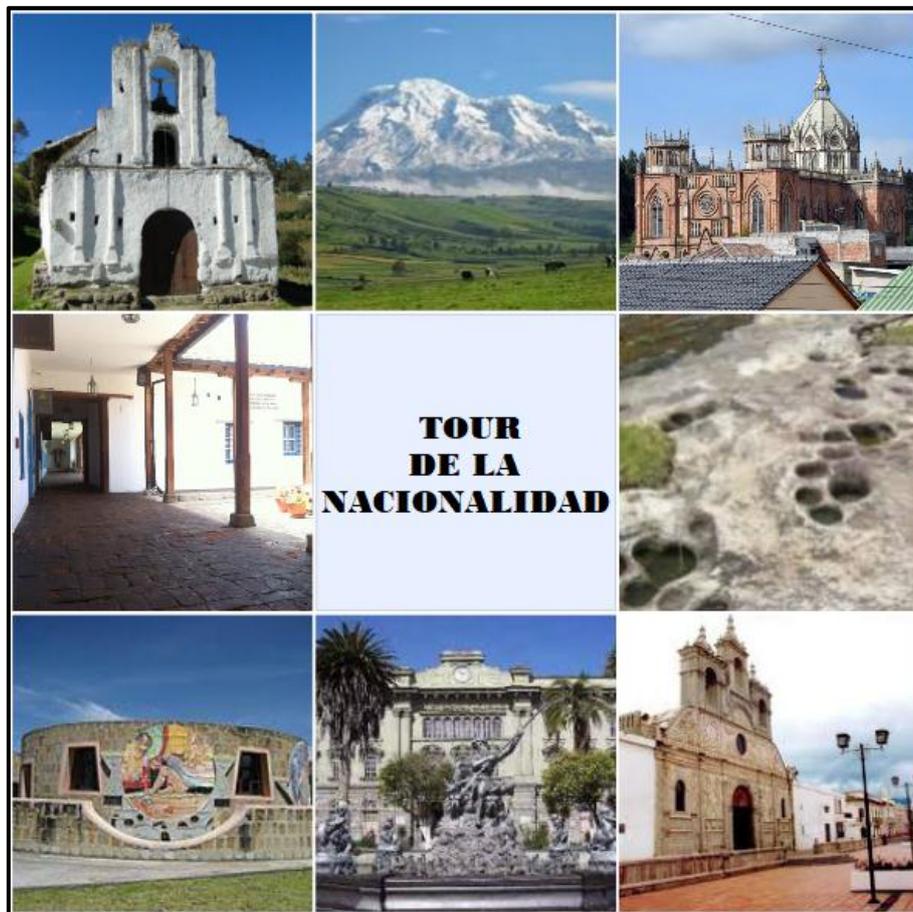
Los siguientes tours fueron realizados con el propósito de diversificar la oferta del cantón Riobamba, en base a las estadísticas facilitadas por la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba y de la Zonal 3 del Ministerio de Turismo, y a los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas respectivamente a los diversos turistas que visitaron el cantón y a varios de los representantes de los servicios de alojamiento, alimentación, operación turística y transporte se escogieron los destinos y atractivos para la formulación de 4 paquetes turísticos con todos los servicios necesarios.

A continuación los detalles de cada tour:

➤ **Paquete turístico N° 1: Tour de la Nacionalidad**

Tour ideal para disfrutar con la familia y conocer más de en dónde y cómo inició la nacionalidad ecuatoriana. Visite lugares como Calpi, Licán y Punín, parroquias repletas de historia y cultura de la nacionalidad ecuatoriana, adéntrese y conozca más de la ciudad conocida como “Cuna de la Nacionalidad” y de sus alrededores llenos de encantos naturales y culturales.

Gráfico 15: Tour de la Nacionalidad



Elaborado: Andrés Moncayo

Tabla 25: Actividades del tour

Denominación:		Tour de la Nacionalidad	
No	Actividades	Entradas	Salidas
DÍA 1			
1	Check In – Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capacidad para determinar el mismo)	8:00	9:00
2	Primero se visitará Licán conocido por su iglesia y su historia.	9:30	10:00
3	Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio) Refrigerio.	10:30	12:00

4	Siguiendo con el viaje llegaremos a Calpi, donde visitaremos su iglesia y conoceremos sobre su historia. Almuerzo	12:30	14:00
5	Retorno a Riobamba y descanso	14:30	15:30
6	City Tour, recorriendo el centro histórico, sus iglesias y museos más importantes.	15:30	18:30
7	Merienda	18:30	20:00
No	Actividades	Entradas	Salidas
DÍA 2			
8	Desayuno en el Hotel	8:00	9:00
9	Primero se visitará San Luis principalmente a su Iglesia y atractivos turísticos.	9:30	10:30
10	Siguiente punto en la visita tenemos Punín, reconocido por los restos arqueológicos y su historia. Refrigerio.	10:30	12:00
11	Partimos a Flores se realizará la caminata que inicia en la Iglesia del Santo Cristo a las vertientes de agua natural.	12:30	13:30
12	Retorno a Riobamba. Almuerzo	14:30	
		Costo:	\$58,00 a \$77,00

Elaborado: Andrés Moncayo

Recorrido / Hoja de Ruta

Gráfico 16: Ruta del tour en el mapa



Fuente: Google Maps, 2018

Elaborado: Andrés Moncayo

Tabla 26: Costos de las actividades del tour

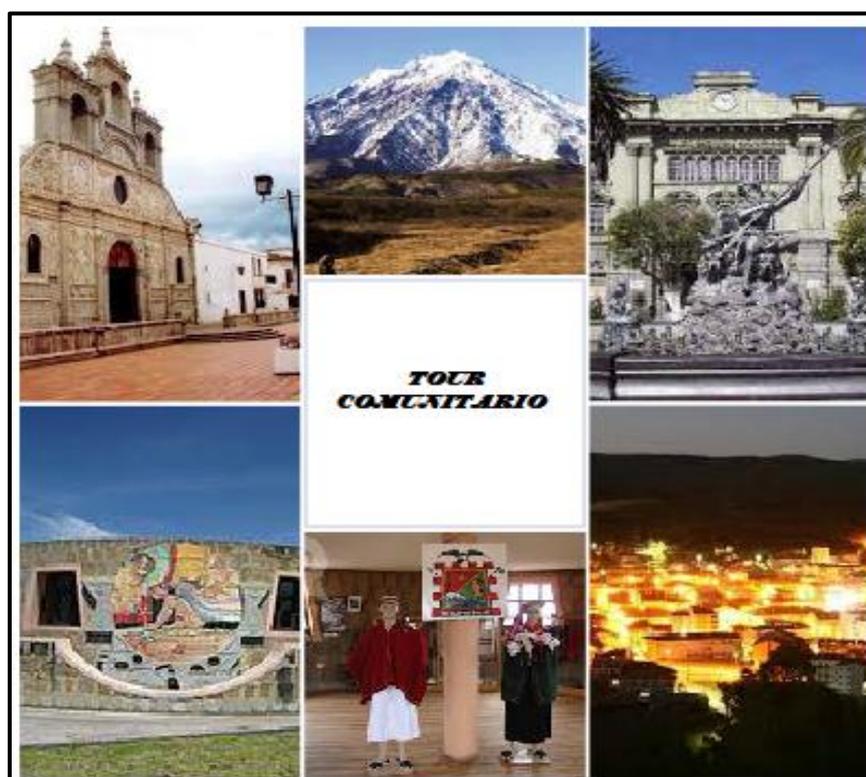
Actividades	General	A		B		C	
		Costo	Precio	Costo	Precio	Costo	Precio
Check In – Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capacidad para determinar el mismo)		10,00	12,00	15,00	20,00	18,00	22,00
Primero se visitará Licán conocido por su iglesia y su historia.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio)		2,50	3,00	3,00	3,50	3,00	4,00
Refrigerio.		4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00
Retorno a Riobamba y descanso		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
City Tour, recorriendo el centro histórico, sus iglesias y museos más importantes.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Merienda		4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	6,00
Desayuno en el Hotel		2,00	3,00	3,00	3,50	3,00	4,00
Primero se visitará San Luis principalmente a su Iglesia y atractivos turísticos.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Refrigerio.		4,00	5,00	5,00	6,00	6,00	8,00
Siguiente punto en la visita tenemos Punín, reconocido por los restos arqueológicos y su historia.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Almuerzo		4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	6,00
Transporte	150	9,38	12,00	9,38	12,00	9,38	12,00
Guía	80	5,00	8,00	5,00	8,00	5,00	10,00
	TOTAL	44,88	58,00	52,38	68,00	58,38	77,00
	TOTAL SOLD OUT	718	928	838	1088	934	1232
	GANANCIA		210		250		298
	PORCENTAJE DE GANANCIA		29%		30%		32%

Elaborado: Andrés Moncayo

➤ **Paquete turístico N° 2: Tour Comunitario**

Si lo que usted desea es conocer la vida cotidiana de las comunidades de Chimborazo este es su tour ideal. Un recorrido inolvidable por las parroquias rurales de Riobamba, conozca varias de las mejores Asociaciones de Turismo Comunitario del país y practique sus actividades tradicionales como la elaboración de artesanías con productos de madre tierra.

Gráfico 17: Tour Comunitario



Elaborado: Andrés Moncayo

Tabla 27: Actividades del tour

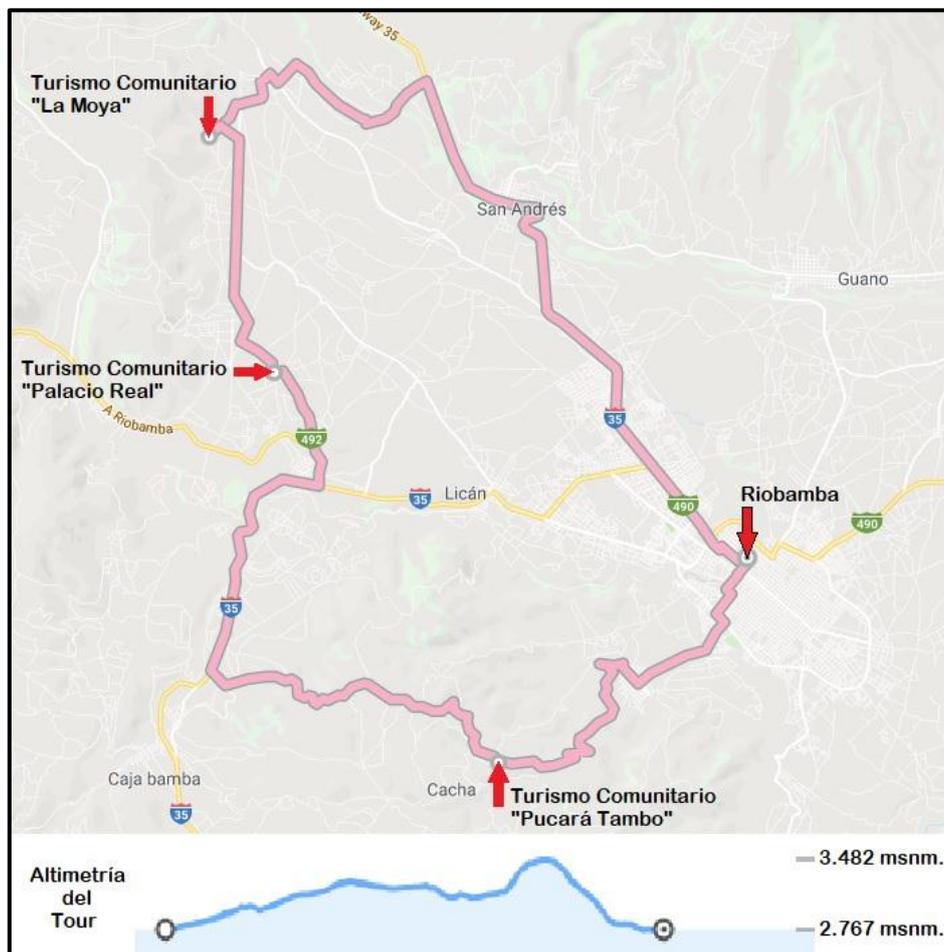
Denominación:		Tour Comunitario	
No	Actividades	Entradas	Salidas
DÍA 1			
1	Llegada – Desayuno	9:00	10:00
2	Actividades vivenciales en La Moya, visita al museo- e ilustración del uso de la lana de alpaca.	10:45	13:00
3	Almuerzo típico con 3 tipos de menús, visita al Centro Cultural “Palacio Real” y el museo de la Llama en San Francisco de Cunuguachay	13:30	16:00
4	Visita al museo de Cacha	16:30	17:00
5	Hospedaje y merienda en Pucará Tambo	17:30	20:00

No	Actividades	Entradas	Salidas
DÍA 2			
6	Desayuno	8:30	9:30
7	Caminata a los lugares turísticos de Cacha con los comuneros.	9:30	11:30
8	Retorno a Riobamba y Almuerzo	12:00	13:00
9	City Tour por el centro histórico de Riobamba, enfocado a visitar las iglesias y museos.	13:00	15:00
Costo:		\$74,50 a \$89,00	

Elaborado: Andrés Moncayo

Recorrido / Hoja de Ruta

Gráfico 18: Ruta del tour en el mapa



Fuente: Google Maps, 2018
Elaborado: Andrés Moncayo

Tabla 28: Costos de las actividades del tour

Actividades	General	A		B		C	
		Costo	Precio	Costo	Precio	Costo	Precio
Llegada – Desayuno		2,5	3				
City Tour por el centro histórico de Riobamba, enfocado a visitar las iglesias y museos.		5	6	5	6	5	6
Almuerzo típico con 3 tipos de menús, visita al Centro Cultural “Palacio Real” y el museo de la Llama en San Francisco de Cunuguachay		7	8	7	8	7	8
Actividades vivenciales en La Moya, uso y realización de recuerdos con lana de alpaca.		8	9	8	9	8	10
Hospedaje y merienda en Pucará Tambo		10	12	10	14	10	16
Desayuno		0	0	0	0	0	0
Visita al museo de Cacha		2	3	2	3	2	3
Caminata a los lugares turísticos de Cacha con los comuneros.		10	11	10	13	10	15
Retorno a Riobamba y Almuerzo		4	5	5	6	6	8
Transporte	150	9,375	10	9,375	12	9,375	15
Guía	60	3,75	5	3,75	5	3,75	5
TOTAL		61,625	72	60,125	76	61,125	86
TOTAL SOLD OUT		986	1152	962	1216	978	1376
GANANCIA			166		254		398
PORCENTAJE DE GANANCIA			17%		26%		41%

Elaborado: Andrés Moncayo

➤ **Paquete turístico N° 3: Tour de Aventura en la Nieve**

Disfruta de la majestuosidad del Nevado Chimborazo y sus bellos atractivos en sus faldas, recorre la bella “Sultana de los Andes” y conoce la historia que encierra esta hermosa ciudad. Viva de un recorrido espectacular por Riobamba y sus mejores atractivos, este es un tour donde se relajará y disfrutará tanto en familia como con sus amigos.

Gráfico 19: Tour de Aventura en la Nieve



Elaborado: Andrés Moncayo

Tabla 29: Actividades del tour

Denominación:		Tour de Aventura en la Nieve	
No	Actividades	Entradas	Salidas
DÍA 1			
1	Check In – Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capacidad para determinar el mismo)	8:00	9:00
2	Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio) Refrigerio. Templo Machay ubicado en el mismo sitio.	10:00	12:00

No	Actividades	Entradas	Salidas
3	Visita a las aguas termales en las faldas del Chimborazo. Almuerzo	12:30	15:00
4	Retorno a Riobamba y descanso	16:00	17:00
5	City Night, recorriendo el centro histórico Merienda	17:30	20:00
DÍA 2			
6	Desayuno en el Hotel	8:30	9:30
7	Visita a las iglesias y museos de la ciudad / Actividad vivencial Refrigerio Típico	9:30	12:00
8	Plaza Alfaro y mercado artesanal	12:00	13:00
9	Almuerzo (Tres menús para escoger).	13:00	15:00
		Costo:	\$71,00 a \$89,50

Elaborado: Andrés Moncayo

Recorrido / Hoja de Ruta

Gráfico 20: Ruta del tour en el mapa



Fuente: Google Maps, 2018

Elaborado: Andrés Moncayo

Tabla 30: Costos de las actividades del tour

Actividades	General	A		B		C	
		Costo	Precio	Costo	Precio	Costo	Precio
Check In – Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capacidad para determinar el mismo)		10,00	12,00	15,00	20,00	18,00	22,00
Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio)		2,50	3,00	3,00	3,50	3,00	4,00
Refrigerio.		4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00
Templo Machay ubicado en el mismo sitio.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Visita a las aguas termales en las faldas del Chimborazo.		3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00
Almuerzo		3,00	4,00	3,00	4,50	4,00	6,00
Retorno a Riobamba y descanso		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
City Tour, recorriendo el centro histórico		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Merienda		4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	6,00
Desayuno en el Hotel		2,00	3,00	3,00	3,50	3,00	4,00
Visita a las iglesias y museos de la ciudad		5,00	6,00	5,00	6,00	5,00	6,00
Refrigerio Típico		3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,50
Plaza Alfaro y mercado artesanal		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Almuerzo (Tres menús para escoger).		4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	6,00
Transporte	150	9,38	12,00	9,38	12,00	9,38	12,00
Guía	80	5,00	8,00	5,00	8,00	5,00	10,00
TOTAL		54,88	71,00	61,38	80,50	67,38	89,50
TOTAL SOLD OUT		878,00	1136,00	982,00	1288,00	1078,00	1432,00
GANANCIA			258,00		306,00		354,00
PORCENTAJE DE GANANCIA			29%		31%		33%

Elaborado: Andrés Moncayo

➤ **Paquete turístico N° 4: Tour de Aventura de Fin de Semana**

Si lo que busca es adrenalina, nada mejor que disfrutar de los hermosos paisajes haciendo parapente, disfruta en familia o con tus amigos y conoce más de la bella Riobamba. Visite lugares repletos de historia y cultura, conozca más de la “Sultana de los Andes” y sus atractivos, sin duda será un viaje inolvidable para todos.

Gráfico 21: Tour de Aventura de Fin de Semana



Elaborado: Andrés Moncayo

Tabla 31: Actividades del tour

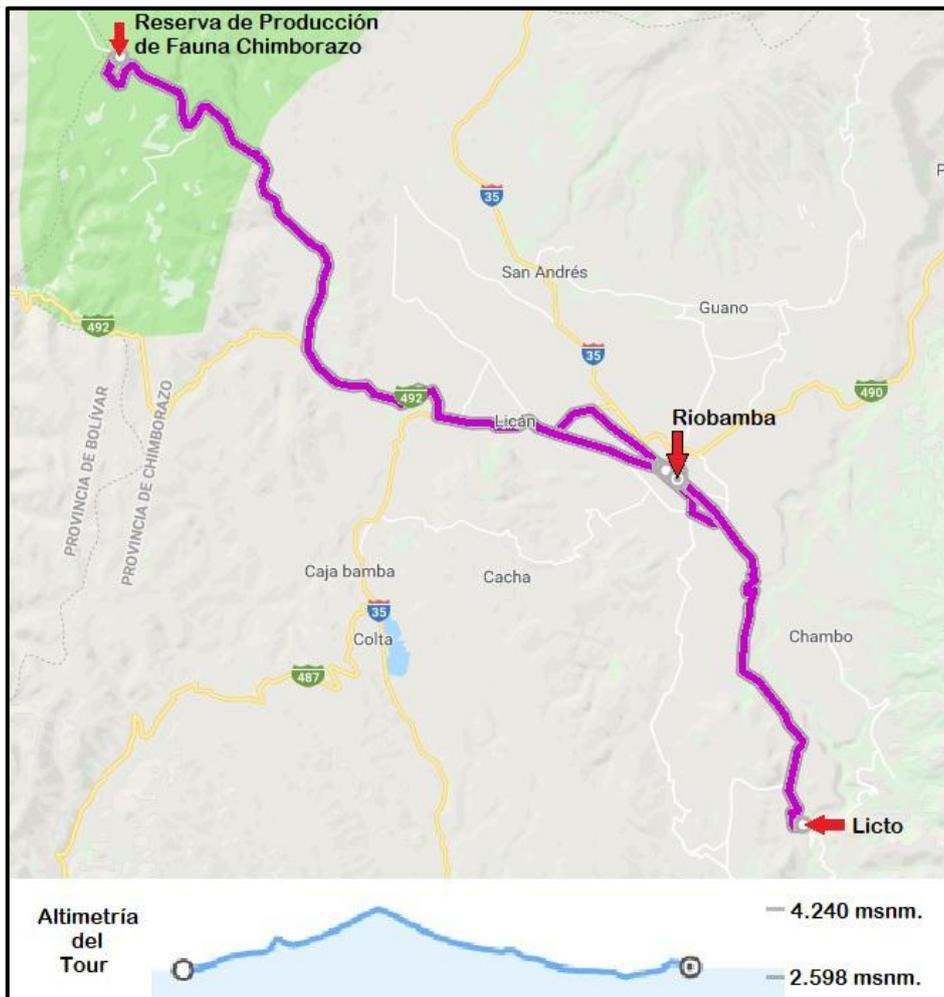
Denominación:		Tour de Aventura de Fin de Semana	
No	Actividades	Entradas	Salidas
DÍA 1			
1	Check In – Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capacidad para determinar el mismo)	8:00	9:00
2	Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio) Refrigerio. Templo Machay ubicado en el mismo sitio.	10:00	12:00
3	Visita a las aguas termales en las faldas del Chimborazo. Almuerzo	12:30	15:00
4	Retorno a Riobamba y descanso	16:00	17:00

No	Actividades	Entradas	Salidas
5	City Tour, recorriendo el centro histórico Merienda	17:30	20:00
6	Salida nocturna	20:30	2:00
DÍA 2			
7	Desayuno en el Hotel	9:30	10:30
8	Paseo parapente	11:00	13:00
9	Almuerzo (Tres menús para escoger).	13:00	15:00
		Costo:	\$131,00 a \$169,00

Elaborado: Andrés Moncayo

Recorrido / Hoja de Ruta

Gráfico 22: Ruta del tour en el mapa



Fuente: Google Maps, 2018

Elaborado: Andrés Moncayo

Tabla 32: Costos de las actividades del tour

Actividades	General	A		B		C	
		Costo	Precio	Costo	Precio	Costo	Precio
Check In – Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capacidad para determinar el mismo)		10,00	12,00	15,00	20,00	18,00	22,00
Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio)		2,50	3,00	3,00	3,50	3,00	4,00
Refrigerio.		4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00
Templo Machay ubicado en el mismo sitio.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Visita a las aguas termales en las faldas del Chimborazo.		3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00
Almuerzo		3,00	4,00	3,00	4,50	4,00	6,00
Retorno a Riobamba y descanso		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
City Tour, recorriendo el centro histórico		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Merienda		4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	6,00
Salida nocturna		10	15	15	20	20	30
Desayuno en el Hotel		2,00	3,00	3,00	3,50	3,00	4,00
Paseo parapente		50	55	50	55	50	60
Almuerzo (Tres menús para escoger).		4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	6,00
Transporte	150	9,375	12,00	9,38	12,00	9,38	12,00
Guía	80	5	8,00	5,00	8,00	5,00	10,00
TOTAL		106,88	131,00	118,38	145,50	129,38	169,00
TOTAL SOLD OUT		1710,00	2096,00	1894,00	2328,00	2070,00	2704,00
GANANCIA			386,00		434,00		634,00
PORCENTAJE DE GANANCIA			23%		23%		31%

Elaborado: Andrés Moncayo

5. Promoción de los Productos

Trípticos: dentro del área de la publicidad, un tríptico es un folleto informativo del evento o empresa, el cual se encuentra doblado en 3 partes, generalmente es del tamaño de una hoja tamaño carta. Su nombre se deriva de los trípticos artísticos.

Estos folletos dispondrán de toda la información necesaria para que el turista pueda saber de las actividades que se realizarán en cada tour, las horas que cada actividad y los contactos con los que podrá comunicarse para solicitar alguna información extra o hacer la reserva del tour; de igual manera dispondrá de una pequeña encuesta a fin de mejorar nuestros servicios. A continuación encontramos las ilustraciones de los respectivos trípticos de cada tour:

➤ Tour de la Nacionalidad

Gráfico 23: Tríptico del Tour de la Nacionalidad (Vista Frontal)

¿Cómo podemos mejorar nuestro servicio?

Marque la respuesta deseada:

¿El tour es de su total agrado?

Sí
 No
 Poco

¿El tour cubre sus expectativas?

Totalmente
 Poco
 Nada

¿Qué otros destinos desearía ir?

Lagunas de Atillo
 Tren a Urubina
 Otro: _____

¿Cómo calificaría el servicio recibido?

Bueno
 Regular
 Malo

Comentarios:

Nombre: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____

CONTACTENOS

Dirección:
Av. 9 de Octubre y Abasco
M: R. Casa #9

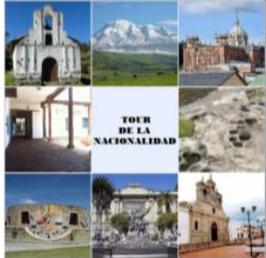
Teléfono: (+593) 3 2924-376
Fax: (+593) 3 2924-376
Correo: and-y100@comail.com

AFMT21

TOUR DE LA NACIONALIDAD

Elaborado por: Andrés Moncayo

Gráfico 24: Tríptico del Tour de la Nacionalidad (Vista Posterior)



TOUR DE LA NACIONALIDAD

Tour ideal para disfrutar con la familia y conocer más de en dónde y cómo inició la nacionalidad ecuatoriana.

Visite lugares repletos de historia y cultura nacional, adéntrese y conozca más de la ciudad conocida como "Cuna de la Nacionalidad" y de sus parroquias llenas de encantos.

ACTIVIDADES



Actividades	Entradas	Salidas
Check In - Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capacidad para determinar el mismo)	8:00	9:00
Primero se visitará un lugar conocido por su iglesia y su historia.	9:30	10:00
Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio) Refrigerio.	10:30	12:00
Siguiendo con el viaje llegaremos a (a) (p) nuevo destino turístico por su estación del ferrocarril y atractivos naturales y culturales. Almuerzo	12:30	14:00
Retorno a Riobamba y descanso	14:30	15:30
City Tour, recorriendo el centro histórico, sus iglesias y museos más importantes.	15:30	18:30
Merienda	18:30	20:00



Actividades	Entradas	Salidas
Desayuno en el Hotel	8:00	9:00
Primero se visitará San Luis principalmente a su iglesia y atractivos turísticos.	9:30	10:30
Siguiente punto en la visita tenemos (a) (p), reconocido por los restos arqueológicos y su historia.	10:30	12:00
Refrigerio.		
Partimos a Flores se realizará la caminata que inicia en la iglesia del Santo Cristo a las vertientes de agua natural.	12:30	13:30
Almuerzo	14:30	
Retorno a Riobamba.		



Elaborado por: Andrés Moncayo

➤ **Tour Comunitario**

Gráfico 25: Tríptico del Tour Comunitario (Vista Frontal)

¿CÓMO PODEMOS MEJORAR NUESTRO SERVICIO?

Marque la respuesta deseada:

¿El tour es de su total agrado?

Sí
 No
 Poco

¿El tour cubre sus expectativas?

Totalmente
 Poco
 Nada

¿Qué otros destinos desearía ir?

Lagunas de Attillo
 Tren a Urbina
 Otro: _____

¿Cómo calificaría el servicio recibido?

Bueno
 Regular
 Malo

Comentarios:

Nombre: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____





CONTACTÉMONOS

Dirección:
Av. 9 de Octubre y Alamos
Mz. R. Casa 40

Teléfono: (+593) 3 2094 376
Fax: (+593) 3 2094 376
Correo: and-y100@hotmail.com

AFMT 21

TOUR COMUNITARIO



Elaborado por: Andrés Moncayo

Gráfico 26: Tríptico del Tour Comunitario (Vista Posterior)



Si lo que usted desea es conocer la vida cotidiana de las comunidades de Chimborazo ese es su tour ideal.

Un recorrido inolvidable por las parroquias rurales de Riobamba, conozca varias de las mejores Asociaciones de Turismo Comunitario del país y practique sus actividades tradicionales como la elaboración de artesanías.

ACTIVIDADES



Actividades	Entradas	Salidas
Llegada - Desayuno	8:00	9:00
City Tour por el centro histórico de Riobamba, enfocado a visitar las iglesias y museos.	9:00	12:00
Visita a Cacha y su Laguna	12:30	14:30
Almuerzo típico con 3 tipos de menús, visita el Centro Cultural "Palacio Real" y el museo de la Llama en San Francisco de Chumbabichay		
Actividades vivenciales en La Moya, uso y realización de recoveros con lana de alpacas.	15:00	18:00
Hospedaje y merienda en Pucará Tambo	17:00	20:00
Desayuno	8:30	9:30
Visita al museo de Cacha	9:30	10:30
Caminata a los lugares turísticos de Cacha con los comuneros.	10:30	12:00
Retorno a Riobamba y Almuerzo	12:30	14:00



DESDE
\$74,50



Elaborado por: Andrés Moncayo

➤ **Tour de Aventura en la Nieve**

Gráfico 27: Tríptico del Tour de Aventura en la Nieve (Vista Frontal)

¿CÓMO PODEMOS MEJORAR NUESTRO SERVICIO?

Marque la respuesta deseada:

¿El tour es de su total agrado?

Sí
 No
 Poco

¿El tour cubre sus expectativas?

Totalmente
 Poco
 Nada

Comentarios:

Nombre: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____





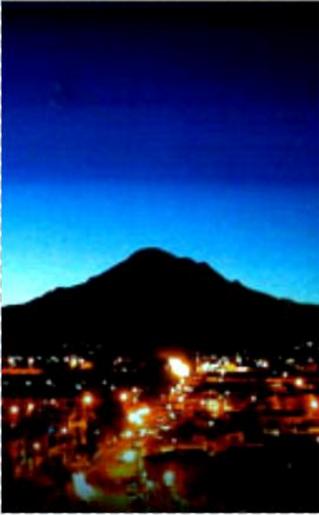
CONTÁCTENOS

Dirección:
Av. 9 de Octubre y Alameda
Mz. R, Casa 49

Teléfono: (+503) 3 2024 376
Fax: (+503) 3 2024 376
Correo: andy100@hotmail.com

 **AFMT21**

TOUR DE AVENTURA EN LA NIEVE



Elaborado por: Andrés Moncayo

Gráfico 28: Tríptico del Tour de Aventura en la Nieve (Vista Posterior)



TOUR DE AVENTURA EN LA NIEVE

Disfruta de la majestuosidad del Nevado Chimborazo y sus bellos atractivos en sus faldas; recorre la bella "Sultana de los Andes" y conoce la historia que encierra esta hermosa ciudad.

Viva de un recorrido espectacular por Riobamba y sus mejores atractivos, este es un tour donde se relajará y disfrutará tanto en familia como con sus amigos.

ACTIVIDADES



Actividades	Entradas	Salidas
Check In - Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capa citada para determinar el mismo)	8:00	9:00
Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio) Refrigerio.	10:00	12:00
Templo <i>Nestor</i> ubicado en el mismo sitio.		
Visita a las aguas termales en las faldas del Chimborazo. Almuerzo	12:30	15:00
Retorno a Riobamba y deseano	16:00	17:00
City Tour, recorriendo el centro histórico	17:30	20:00
Desayuno en el Hotel	8:30	9:30
Visita a las iglesias y museos de la ciudad Refrigerio Típico	9:30	12:00
Plaza Alfaro y mercado artesanal	12:00	13:00
Almuerzo (The's menú's para esoo'ger).	13:00	15:00



DESDE
\$71



Elaborado por: Andrés Moncayo

➤ **Tour de Aventura de Fin de Semana**

Gráfico 29: Tríptico del Tour Aventura de Fin de Semana (Vista Frontal)

¿Cómo podemos mejorar nuestro servicio?

Marque la respuesta deseada:

¿El tour es de su total agrado?

Sí
 No
 Poco

¿El tour cubre sus expectativas?

Totalmente
 Poco
 Nada

Comentarios:

Nombre: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____





CONTÁCTENOS

Dirección:
Av. 9 de Octubre y Atenas
Mz. R. Casa 40

Teléfono: (+503) 3 202 4 376
Fax: (+503) 3 202 4 376
Correo: and-y100@hotmail.com

AFMT21

TOUR DE AVENTURA DE FIN DE SEMANA



Elaborado por: Andrés Moncayo

Gráfico 30: Tríptico del Tour de Aventura de Fin de Semana (Vista Posterior)

ACTIVIDADES

Si lo que busca es adrenalina, nada mejor que disfrutar de los hermosos paisajes haciendo parapente, disfruta en familia o con tus amigos y conoce más de la bella Riobamba.

Visite lugares repletos de historia y cultura, conozca más de la ciudad conocida como "Sultana de los Andes" y sus atractivos, sin duda será un viaje inolvidable.

Actividades	Entradas	Salidas
Check In - Desayuno en el Hotel (Dependerá de la capacidad para determinar el mismo)	8:00	9:00
Llegada al primer refugio del Chimborazo (Dependerá de las condiciones climáticas para llegar al segundo refugio)	10:00	12:00
Refrigerio.		
Templo <i>Machay</i> ubicado en el mismo sitio.		
Visita a las aguas termales en las faldas del Chimborazo.	12:30	15:00
Almuerzo		
Retorno a Riobamba y descanso	18:00	17:00
City Tour, recorriendo el centro histórico	17:30	20:00
Merienda		
Salida nocturna	20:30	2:00
Desayuno en el Hotel	9:30	10:30
Paseo parapente	11:00	13:00
Almuerzo (Trés menús para escoger).	13:00	15:00

DESDE \$131

Elaborado por: Andrés Moncayo

Redes Sociales: se conoce como una estructura web compuesta por varios actores que se encuentran conectados en su mayoría por internet, tienen en común lazos interpersonales que se pueden interpretar como amistad, familiaridad, etc.

Se implementará la promoción por medio de las redes sociales, ya que podrán encontrar toda la información de cada tour y de igual manera contactarse de manera directa con los agentes de ventas; mediante las facilidades que brindan estas plataformas se buscará llegar a un mayor margen de clientes y tener una promoción no solo de parte de la empresa sino también de los usuarios ya que ellos podrán compartir con sus amigos o contactos las páginas de los tours y también las publicaciones de las actividades que se realizará en cada salida.

➤ **Tour de la Nacionalidad**

Gráfico 31: Portada de Facebook del Tour de la Nacionalidad



Elaborado por: Andrés Moncayo

➤ **Tour Comunitario**

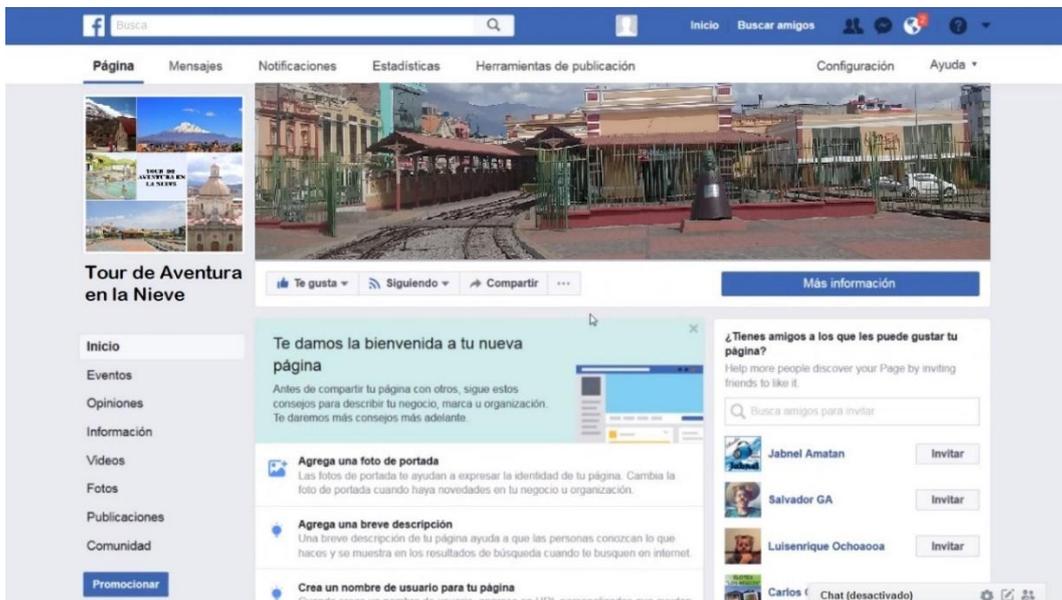
Gráfico 32: Portada de Facebook del Tour Comunitario



Elaborado por: Andrés Moncayo

➤ **Tour de Aventura en la Nieve**

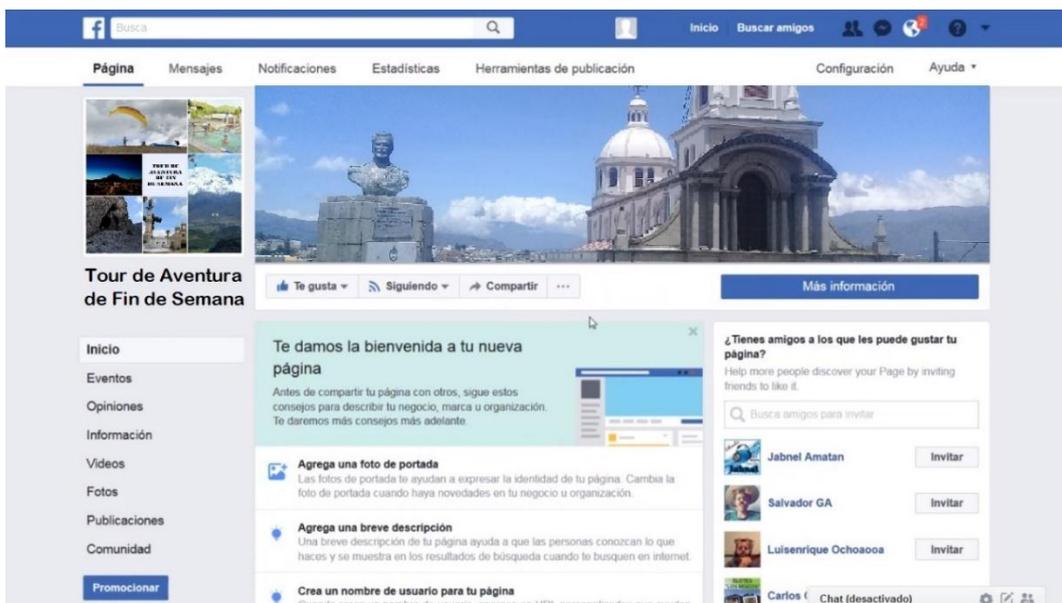
Gráfico 33: Portada de Facebook del Tour de Aventura en la Nieve



Elaborado por: Andrés Moncayo

➤ **Tour de Aventura de Fin de Semana**

Gráfico 34: Portada de Facebook del Tour de Aventura de Fin de Semana



Elaborado por: Andrés Moncayo

F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

a. Conclusiones

Una vez finalizado el trabajo de titulación se pudo establecer las siguientes conclusiones:

- El cantón Riobamba, es conocido como la ciudad de la Primicias o Sultana de los Andes, está ubicado en la zona centro del país, desde este punto se puede dirigir a los diferentes puntos de la ciudad, pero no es un lugar donde los turistas desean permanecer, debido principalmente por la falta de productos turísticos en los cuales den a conocer los atractivos turísticos de la zona.
- Se pudo determinar en base a la investigación que varias parroquias rurales del cantón no estaban incluidos en los paquetes turísticos; estas reconocidas por su cultura, atractivos naturales y en algunos casos arqueología, que es presentada al mundo en documentales, pero los turistas no han podido acceder a los mismos.
- Los costos de movilización, alojamiento y alimentación son relativamente inferiores a los de otras ciudades, por lo que al armar los productos turísticos se pueden establecer un precio idóneo para las tres clases de turistas clasificados según sus recursos económicos.

b. Recomendaciones

- Se recomienda a las autoridades del cantón Riobamba, realizar una agresiva campaña turística del cantón con la finalidad de establecer a la ciudad como un punto de turismo fijo en la región, en base a estas acciones fomentar el consumo de los productos turísticos diseñados como parte de la propuesta.
- Promocionar mediante las redes sociales, que se han convertido en el medio de comunicación más efectivo en la difusión de productos turísticos, adicionalmente se

tiene que apoyar en las campañas que se realicen por parte de los organismos de promoción turística.

- Promocionar a los tres tipos de turistas los diferentes paquetes que fueron creados según sus recursos económicos, dejando en claro que tendrán acceso a servicios de calidad en cada uno de sus recorridos, atendidos por profesionales capacitados y que realizan sus actividades de calidad.

G. BIBLIOGRAFÍA:

- Avilés, E. (2017). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/riobamba/>
- Blanco, M. (Noviembre de 2008). <http://territorioscentroamericanos.org>. Obtenido de <http://territorioscentroamericanos.org/sites/default/files/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>
- Blanco, R., & Benayas, J. (1994). *El turismo como motor de desarrollo rural*. Madrid: Estudios Agrosociales.
- Carretón, A. (2018). <http://arqueoblog.com>. Obtenido de <http://arqueoblog.com/turismo-arqueologico/>
- Centro de Comercialización y Revalorización de la Cultura del Ecosistema Manglar Martín Pescador. (2018). *Casa Manglar*. Obtenido de <http://www.ccondem.org.ec/martinpescador.php?c=795>
- Ecuale. (2010). *Ecuale.com*. Obtenido de <http://www.ecuale.com/chimborazo/riobamba.php>
- García, T., & Grande, I. (2005). *El diseño de la oferta de turismo rural. Una aplicación a la Comunidad Foral de Navarra*. Navarra: Universidad.
- González Molina, P. (2016). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Logroño, La Rioja: Tutor Formación .
- LEO, L. E. (s.f.). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*.
- Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración* . Aconcagua: Universidad del Aconcagua. Argentina.
- Novás, N. C. (2006). *Promoción y venta de servicios turísticos. Comercialización de servicios turísticos*. Madrid: ideas propias.
- Ricaurte Q., C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local, Guía para planificadores*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Ricaurte Q., C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local, Guía para planificadores*. Guayaquil.
- SECTUR, S. d. (16 de Abril de 2008). *DATASUR*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- SERNATUR, S. N. (2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados*. Santiago: Servicio Nacional de Turismo de Chile.
- Toda Cultura. (2018). <http://todacultura.com>. Recuperado el 11 de 03 de 2018, de <http://todacultura.com/turismo/index.htm>

H. ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de Variables

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	MÉTODO TÉCNICAS INSTRUMENTOS	PREGUNTAS DIRECTRICES
Producto Turístico	<p>“El producto turístico es el conjunto de <u>atractivos</u>, <u>equipamientos</u>, <u>servicios</u>, <u>infraestructuras</u> y organizaciones que satisfacen una <u>necesidad</u> o <u>deseo</u> de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el <u>mercado turístico</u> y consumido en el lugar de prestación del servicio.</p> <p>Middlenton (1994)</p>	Infraestructura	Recursos	<p>Método: Deductivo</p> <p>Técnica: Entrevista</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	<p>1) ¿Considera que en Riobamba hay suficiente potencial para que empresas turísticas inviertan sus recursos en el desarrollo del cantón?</p> <p>2) ¿Cuenta con la infraestructura adecuada para brindar su servicio hacia todo tipo de turista?</p> <p>3) ¿Realiza algún seguimiento de satisfacción de sus clientes para garantizar que su servicio fue de su total agrado?</p> <p>4) ¿Ha estado en la capacidad de solucionar los requerimientos que presentan los turistas al usar su servicio?</p> <p>5) ¿Cree que Riobamba cumple con las expectativas de los turistas que la visitan?</p> <p>6) ¿Qué atractivos son los que los turistas más desean visitar?</p> <p>7) ¿Considera que la oferta turística existente de Riobamba es suficiente o adecuada para un correcto desarrollo turístico?</p> <p>8) ¿Considera que Riobamba tiene todas las condiciones para ser potencia turística?</p>
		Necesidad	Equipo		
		Deseo	Demanda		
			Agrado		
			Servicios		
		Mercado Turístico			

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	MÉTODO TÉCNICAS INSTRUMENTOS	PREGUNTAS DIRECTRICES
Oferta Turística	<p>“La oferta turística es el conjunto de <u>bienes y servicios</u>, de <u>recursos e infraestructuras</u> ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el <u>mercado</u> para ser usados o consumidos por los turistas”.</p> <p>Organización Mundial del Turismo (1998)</p>	Bienes y servicios	Alojamiento	<p>Método: Deductivo</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Fichas Catastro de turismo Dirección de Turismo GAD Municipal de Riobamba.</p>	1) ¿Qué servicios turísticos usará en su visita a Riobamba?
		Recursos e infraestructura	Alimentación		2) ¿Qué actividades son las que más le gustaría realizar dentro del cantón?
			Operación Turística		3) ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?
			Guianza		4) ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pernoctar en el cantón?
Mercado	Servicios Complementarios	5) ¿Cuántos atractivos turísticos conoce en Riobamba?			
					6) ¿Cuál es el motivo de su viaje?
					7) ¿Cuál de los siguientes productos visitó durante su visita en la ciudad?
					8) ¿Considera necesario el diseñar otros productos turísticos aparte de los que conoce?
					9) ¿Hasta cuanto estaría dispuesto pagar por un paquete turístico?
					10) ¿Con quién realiza usualmente sus viajes?

Elaborado por: Andrés Moncayo T.

Anexo 2: Banco de preguntas para entrevistas a prestadores de servicios



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

**ENTREVISTA PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA DIVERSIFICAR
LA OFERTA TURÍSTICA EN EL CANTÓN RIOBAMBA**

La presente entrevista tiene como finalidad el realizar productos turísticos que permitan diversificar la oferta turística en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1. Tipo de establecimiento

2. ¿Considera qué en Riobamba hay suficiente potencial para que empresas turísticas inviertan sus recursos en el desarrollo del cantón?

Sí ()

No ()

¿Por qué? _____

3. ¿Cuenta con la infraestructura adecuada para brindar su servicio hacia todo tipo de turista?

Sí ()

No ()

Pendientes: _____

4. ¿Realiza algún seguimiento de satisfacción de sus clientes para garantizar que su servicio fue de su total agrado?

Sí ()

No ()

A veces ()

¿Por qué? _____

5. ¿Ha estado en la capacidad de solucionar los requerimientos que presentan los turistas al usar su servicio?

Sí ()

No ()

¿Por qué? _____

6. ¿Cree que Riobamba cumple con las expectativas de los turistas que la visitan?

Sí ()

Poco ()

No ()

¿Por qué? _____

7. ¿Qué atractivos son los que los turistas más desean visitar?

- a. _____
- b. _____
- c. _____
- d. _____

8. ¿Considera que la oferta turística existente de Riobamba es suficiente o adecuada para un correcto desarrollo turístico?

Si ()

No ()

¿Por qué? _____

9. ¿Considera que Riobamba tiene todas las condiciones para ser potencia turística?

Si ()

No ()

¿Por qué? _____

Anexo 3: Cuestionario para encuesta de turistas



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

**ENCUESTA PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA DIVERSIFICAR LA
OFERTA TURÍSTICA EN EL CANTÓN RIOBAMBA**

La presente encuesta tiene como finalidad el realizar productos turísticos que permitan diversificar la oferta turística en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1. INFORMACIÓN GENERAL

a) ¿Genero?

1. Masculino ()
2. Femenino ()

b) ¿Edad?

1. 10 – 23 ()
2. 24 – 35 ()
3. 36 – 45 ()
4. 46 -56 ()

c) ¿Lugar de procedencia?

1. Nacional _____
2. Internacional _____

2. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

1. Turismo ()
2. Negocio ()
3. Investigación ()
4. Vacaciones ()

3. ¿Con quién viaja usualmente?

1. Solo ()
2. Familia ()
3. Amigos ()
4. Pareja ()
5. Pareja/amigos ()

4. ¿Qué servicios turísticos le gustaría encontrar en el cantón?

1. Alimentación ()
2. Transporte ()
3. Guianza ()
4. Alojamiento ()
5. Alimentación/ transporte ()

- 6. Alimentación/guianza ()
- 7. Guianza/Alojamiento ()
- 8. Transporte/alojamiento ()

5. ¿Qué medios de comunicación utiliza generalmente para informarse?

- 1. Radio ()
- 2. Televisión ()
- 3. Internet ()
- 4. Revistas ()
- 5. Apps ()
- 6. Redes Sociales ()
- 7. Centros de información ()

6. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pernoctar en el cantón?

- 1. De 1 a 2 días ()
- 2. De 3 a 4 días ()
- 3. De 5 a 6 días ()
- 4. Más de 6 días ()

7. ¿Qué tipo de actividades desea realizar usted durante su permanencia?

- 1. Trekking ()
- 2. Cabalgatas ()
- 3. City tour ()
- 4. Camping ()
- 5. Ciclismo ()

8. ¿Conoce usted cuantos productos turísticos existen en Riobamba?

- Si ()
- No ()

9. ¿Cuál de los siguientes productos consumió durante su visita en la localidad?

- 1. Museos e iglesias ()
- 2. Reserva de Producción Faunística Chimborazo ()
- 3. Tren a la Nariz del Diablo ()

10. ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico?

- 1. \$50-70 ()
- 2. \$80-100 ()
- 3. \$100-150 ()

Anexo 4: Catastro de prestadores de servicios turísticos

CLASIFICACIÓN	TIPO/ACTIVIDAD	CATEGORIA	NOMB/ACTIVIDAD	CALLE PRINCIPAL	NUMERO	CALLES SECUNDARIAS	TELEFONO
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	AMONET	JACINTO GONZÁLEZ	No.33	ARGENTINOS Y OROZCO	2-601401 0984262529
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	BALTIMORE	AV. DANIEL LEÓN BORJA	35-54	URUGUAY	2-963954 0984001022
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	BEER GARDEN ECUADORIAN PUB	AV. DANIEL LEÓN BORJA	29-50	JUAN MONTALVO	0992828299
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	BOOBLE TEA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	34 - 01	AV. MIGUEL ANGEL LEON	0998909198
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	BROTHERS CAFÉ	AV. DANIEL LEÓN BORJA	24-84	BRASIL	2-961730 0995120292
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	BRUJIS MARKET	CALPI PANAMERICANA SUR	S/N	GASOLINERA CHIMBORAZO	0984535300 2-948747
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	CAFÉ DEL TREN	CARABOBO	S/N	AV. UNIDAD NACIONAL	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	CAFÉ PAOLA 1	PICHINCHA	20-13	OLMEDO	2-963355 / 0983514102
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	CAFÉ PAOLA 2	VARGAS TORRES	23-24	VELOZ	2-946975 0983514102
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	CAFETEATE	PURUHA	S/N	CHIMBORAZO	2-966050 0992749664
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	CAFÉXPRESS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	LAVALLE	0987120907
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	CAKE ART POSTRES Y PASTELES	AV. DANIEL LEÓN BORJA	40 - 70	PRINCESA CORI	2-968739
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	CAYFRUT´S	VELOZ	18-27	VELASCO	2-.941018 0983160175
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	CHAVARI	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING	0983430092
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	CREPERIA EL MEDIO DÍA	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING	0983430092
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	SEGUNDA	DANU	UNIDAD NACIONAL	37-20	ALFREDO COSTALES	2-942474 0995314467
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	DONUT EXPRESS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	LAVALLE	2-940806 0998700149
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	EL KFCITO	VELOZ	41-16	CARLOS ZAMBRANO	2-941466 0995102380
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	SEGUNDA	GELATO CAFFE	VELOZ	36-40	BRASIL Y URUGUAY	2-967167 0968559085
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	HELADERIA Y CEFETERIA SAN FRANCISCO	AV. CANONIGO RAMOS	S/N	AV LA PRENSA	2-962521 0984327620
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	HELADOS DE PAILA	10 DE AGOSTO	S/N	MAGDALENA DÁVALOS	0999927140
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	JHONNY CAFÉ	ROCAFUERTE	35-37	CIRCUNVALACIÓN	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	KFESITO CAFETERÍA Y HELADERÍA	10 DE AGOSTO	S/N	ESPAÑA	2-948768 0992740724
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	LA CASA DE LAS HUMITAS	GARCÍA MORENO	29-15	VENEZUELA	32966795 0984660151
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	LA ROSA	VIRGILIO CORRAL	Nro. 6	AGUSTÍN DÁVALOS	2-306412 0998298455
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	LA VIENESA PANADERÍA Y CAFÉ	AV. CANONIGO RAMOS	Nro.2	SAINT AMOUNT MONTREAD	0992836868
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	LISTRO BISTRO	EUGENIO ESPEJO	21-31	GUAYAQUIL	2-948826 0987931500
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	MANI MANI CAFÉ	AV.LIZARZABURU,	S/N	MULTIPLAZA	2-307130 0980277292
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	MINIMARKET MARIU	AV. BY PASS Y ALFONSO CHAVEZ	S/N	INTERIOR DE GASOLINERA BY PASS	2-304027 0999707174
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	MUNDO TUERCA	PANAMERICANA	S/N	INTERIOR DE LA	2-300277

BEBIDAS				NORTE		ESTACIÓN DE SERVICIO MUNDO TUERCA	0994947577
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	PARIS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	JUAN MONTALVO	0983430092
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	PYNN'S	ESPEJO	21-20	10 DE AGOSTO	2-943-259 0987721590
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	QUINTA DORADA	GARCÍA MORENO	S/N	10 DE AGOSTO	2941-461 0984680239
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	ROXI S CAFÉ	ALFREDO COSTALES	S/N	AV. DANIEL LEÓN BORJA	032941433 0984607379
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	SUCURSAL PANADERÍA LA VIENESA	DANIEL LEÓN BORJA	S/N	URUGUAY	2-944997 0995438415
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	SEGUNDA	TERTULIA SAN JUAN	MOISÉS SILVA,	S/N	JUNTO A LA FUNERARIA ROJAS, PARROQUIA SAN JUAN.	2-933186 0984114369
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	TERCERA	THAO BY BAMBOO	LAVALLE	22-08	DANIEL LEÓN BORJA	2-968219 0983087199 0983242716
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	THE DUKES'S IRISH PUB	BRASIL	18-56	AV. UNIDAD NACIONAL	2-393244 09879854210
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	SEGUNDA	TQ CAFETERÍA TRADICIONAL	VELOZ	42-19	LOS SAUCES	2-968888 0987380090
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	VERDE LIMÓN 1	AV. UNIDAD NACIONAL	S/N	CHILE	2-395096 0996774336
ALIMENTOS Y BEBIDAS	CAFETERÍA	CUARTA	VERDE LIMÓN 2	GARCÍA MORENO	23-26	PRIMERA CONSTITUYENTE	0989994049
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	ABBEY RD PUB	AV.DANIEL LEÓN BORJA	35-56	BRASIL	2964840 0985525464
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	AMELITA	NUEVA YORK	S/N	COMANDANTE JIMENEZ	2-961-932 0992669971
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	ASADERO MARISQUERÍA CAMBAHUASI	12 DE OCTUBRE	S/N	ESPAÑA	2-944443 098920392
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	ASADERO RIOBAMBEÑITO	10 DE AGOSTO	S/N	MORONA	2-942-967 0993623849
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	ATOMIUM	VELOZ	S/N	CARLOS ZAMBRANO	2947-985 0993528070
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BELLAVISTA BURGUER 4	AV. LIZARZABURU	S/N	AV 11 DE NOVIEMBRE	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BIG POLLO RIOBAMBA	10 DE AGOSTO	20-44	5 DE JUNIO	2-961981 0997269713
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	BOCAITO MARISQUERÍA	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	S/N	A 50 METROS DE LA LÍNEA DEL TREN.	2-969586 0983395571
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BOCATAS	OSWALDO GUAYASAMIN	S/N		2603897 0995339708 2-601955
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	BONNY	VILLARROEL	15-52	ALMAGRO	2-964-426 0998146120
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	BONNY 2	PRIMERA CONSTITUYENTE	12-15	DARQUEA	2-946947 0998146120
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BRISA MARINA 1	ESPAÑA	S/N	12 DE OCTUBRE	2-393807 0984071220
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BRISA MARINA 3	COLOMBIA	19-05	VELASCO	2-969-144 0999946508
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CALIPZO	PRIMERA CONSTITUYENTE	13- 56	LOJA	2942957 2965547 0987420991
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CAMBAHUASI	AV. CIRCUNVALACIÓN	S/N	JERUSALÉN	2-378671 0987973195
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CARLITA	PANAMERICANA NORTE	S/N	PASAJE DOS	0990308013
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CARNES LATINAS	COLOMBIA	26-16	GARCÍA	2-964789

BEBIDAS						MORENO	0969068879
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CASA CHINA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	29-38	JUAN MONTALVO	2-967-783 0987270207
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CASA VIEJA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	PASAJE EL ESPECTADOR	2-603073
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CH FARINA	SAN ANTONIO DEL AEROPUERTO	S/N	PASEO SHOPPING	2310035 2310036 0998318836
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHABY'S	COLÓN	27-12	JUNÍN	2-962150
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHAMPPS	AV. CIRCUNVALACIÓN	S/N	CARACAS	2378649 0988192354
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA ASIA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	43-40	la 44	2-948567 0985799709
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHIFA BUENA SUERTE	AV. 21 DE ABRIL	37-20	AV. CIRCUNVALACIÓN	2-367043 0988421001
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA CHINA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	43-39	AUTACHI	2-962993 0988333193
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA DOBLE FELIZ	CARARABOBO	21-15	GUAYAQUIL	0968667800
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA DRAGÓN & C	VELOZ	S/N	TENIENTE LATUS	2-948557 0995557508
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA JOYSING	AV. UNIDAD NACIONAL	29-23	CARABOBO	2-961-285 0980110961
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA MING YUANG	AV. DE LA PRENSA	No. 18	JUNTO AL PARQUE	2-307578
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHIFA NUEVA HONG KONG BYP	AV. LIZARZABURU	S/N	AV. 11 DE NOVIEMBRE	2-601637 0992949221
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA NUEVA JING JING	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	22-36	AV. DANIEL LEÓN BORJA	0999703078
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHIFA NUEVO SOL	AV. DANIEL LEÓN BORJA	45-32	AV. LA PRENSA	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA PEKÍN	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	PRINCESA CORI	2960-828 0991380423
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CHIFA PLANCHA 2	AV. DANIEL LEÓN BORJA	42-34	DUCHICELA	2-969270 0994443988
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA SHENG YUANG	AV. UNIDAD NACIONAL	30-23	JUAN MONTALVO	092949221
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CHILI'S	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	BEGONIAS PASEO SHOPPING RIOBAMBA	2310014, 310011 0472322555
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHOYS JR MARISQUERÍA	VELOZ	S/N	JACINTO GONZALEZ	0997808738
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CITTADINO	ESPEJO	19-23	VILLARROEL	2-968-228
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	COMIDAS DE VÍCTOR	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING	2310020 0968703415
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	COSTA AZUL	AV. CANONIGO RAMOS	S/N	11 DE NOVIEMBRE	2608557 0995926472
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	COSTILLITAS B B Q	AV. CANONIGO RAMOS	S/N	SAINT AMOUNT MONTREAD	2-607131 2-306771 0984557943
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CUCHIFRITOS	URUGUAY	S/N	CHILE	2-394185 0983986424
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	D' BAGGIO	AV. DANIEL LEÓN BORJA	33-24	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	0984669634 2961-832
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	DELICIAS DON PACO	AYUCUCHO	S/N	ALVARADO	2942435 2952388 0988529668
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DELIZ	BRASIL	23-17	PRIMERA CONSTITUYENTE	2-942-165 0998553637
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DELUVA	CARLOS ZAMBRANO	23-15	PRIMERA CONSTITUYENTE	0995485878
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DON CESITAR	CARACAS	S/N	AFRICA	0979367855
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	DON GATITO	ESPAÑA	25-45	ARGENTINOS	2-940509 0969622745

ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DON PATO	CARABOBO	21-42	10 DE AGOSTO	2-940-978 0996903938 0980132719
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	DON PEDRO	AV.PEDRO VICENTE MALDONADO	S/N	FRENTE A LA ESPOCH	069455501
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	DON SEVERÍN	COLÓN	22-44	PRIMERA CONSTITUYENTE	2-944-516 0999742573
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DOÑA ELSITA	EPLICACHIMA	S/N	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-944822 0998015726
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	EL BONANZA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	DUCHICELA	2-943750 0984557566
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL CALIPSO	MADRID	12-04	LONDRES	2-924-450 / 0991693213 / 092877388
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL CAMPANARIO DE RIO	5 DE JUNIO	22-39	10 DE AGOSTO	2-968290 0979129298
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL CHACARERO	5 DE JUNIO	21-46	10 DE AGOSTO	2-969-292 2-941980 0983189661
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL DELIRIO	PRIMERA CONSTITUYENTE	S/N	MAGDALENA DÁVALOS	2-966-441 0983635057
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL DRAGÓN	LA VALLE	30-30	NEW YORK	2-946089 0999465173.
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL DRAGÓN 2	COMANDANTE JIMENEZ	30-30	NEW YORK	2-946089 0999465173
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL ESTABLO	AV. ATAHUALPA	S/N	ELOY ALFARO (YARUQUIES)	0992810565 2-614075
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	EL HORNERO	AV. DANIEL LEÓN BORJA	37-64	BRASIL	2-961674 2- 961613 0999354155
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL JEKE	COLÓN	17-12	COLOMBIA	2-960-352
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL MESÓN DEL REY	EPICLACHIMA	S/N	AV. DANIEL LEÓN BORJA	0998997843
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL MONASTERIO	OROZCO	21-32	5 DE JUNIO	2-966365 0987635119
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL PARRILLERITO 2	EDUARDO KINGMAN	S/N	AV. 11 DE NOVIEMBRE	2-602750 0981587616
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL PREFERIDO	EPLICACHIMA	S/N	REY CACHA	0986051647
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL RANCHO	PANAMERICANA NORTE	S/N		2-300206 0958856853
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL RESBALÓN	VELOZ	31-38	VARGAS TORRES	2968-122
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL REY	FRANCIA	26-52	JUNÍN	2-946715
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	PRIMERA	EL REY DEL BURRITO	BRASIL	16-31	ESMERALDAS	2-969602 2- 562404
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL RINCÓN MARINO	AV. PRINCIPAL	S/N	CALLEJÓN (LICÁN)	2-303651 0984687183
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL SABOR RIOBAMBEÑO	AV. DE LA PRENSA	No27	OLIVOS	2-307786 0979893749
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL VERGEL DEL SABOR	BRASIL	17-06	COLOMBIA	2-946476 0987202906
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL VIAJERO	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	S/N	LIZARZABURU	2-600-160 0992177130 0991006934
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EL VIENTO DEL OESTE	VENEZUELA	28-67	ROCAFUERTE	2-966-901
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EMPERADOR BROASTER	PRIMERA CONSTITUYENTE	23-13	ESPAÑA	0996470144 0969054455
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EMPERADOR BROASTER 2	AV. ELOY ALFARO	S/N	AV.LEOPOLDO FREIRE	2-628834 0969054455
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	FRIDA COCINA MEXICANA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	41-63	DUCHICELA	0984394957
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	GOOD CHICKEN SIEMPRE MÁS 2	AV. LEOPOLDO FREIRE	Nro. 24	PARIS	2-300441 0998866039
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	GRILLADOS SABOR ESPECIAL	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	JACINTO GONZALEZ	2-965466

ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	HAPPY POLLO 1	GUAYAQUIL	23-57	LARREA	2-944737 0992740087 2-962638
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	HAPPY POLLO 2	AV. DANIEL LEÓN BORJA	34-14	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	2-944737 0992740087
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	HORNADOS CARMITA	CARABOBO	29-11	ARGENTINOS	2-946-838 0984655080
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	JAMONES ANDALUZA DE LA SIERRA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	URUGUAY	2-947189 0994895333
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	JATUN POLLO	VELASCO	22-35	PRIMERA CONSTITUYENTE	0999203950 - 0993494055
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	KENTUCKY FRIED CHICKEN	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	EPLICACHIMA	24011252 0992025344 0984304334
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	KENTUCKY FRIED CHICKEN	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING RIOBAMBA	032- 4011238
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	L'INCONTRO	VELOZ	41-47	DIEGO DONOSO	2-943661 0992611111 0998375833
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA BARCAZA	GARCÍA MORENO	S/N	PRIMERA CONSTITUYENTE	2-604783 0987724010
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA CASA DEL BUÉN SABOR	LAVALLE	22-55	PRIMERA CONSTITUYENTE	2-944384 0979157852
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA CASA VIEJA	OLMEDO	25-39	GARCÍA MORENO	0992838928
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA CHOZA D'ALEX	AV. LIZARZABURU	S/N	JOAQUÍN PINTO	2-561415 0991325991 MOVY 0967793674 CLARO.
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA CIGARRA	JUAN CHIRIBOGA	S/N	SEGUNDO ROSERO	0992801205
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA DOLCE VITA	VELOZ	38-83	CARLOS ZAMBRANO	0996903938
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA DOLFINA PIZZERÍA	MORONA	25-20	OROZCO	2-962133 0998491570
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA FOGATA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	29-22	CARABOBO	2-962-462
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA FRAGATA	COLOMBIA	S/N	LARREA	983037791
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA FUENTE	PRIMERA CONSTITUYENTE	S/N	GARCÍA MORENO	2-960-490 0998324055
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA HORNILLA	FRANCIA	18-51	ENTRE VILLARROEL Y CHILE	2-394456 0984010516
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA ISLA	10 DE AGOSTO	S/N	MAGDALENA DÁVALOS	2-946-146 0987868543
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	LA JOYA	CHILE	17-41	BENALCAZAR	2-944-359
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA MOCCA	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	VÍA A GUANO	2-366732... (0984943607).
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA NENA ASADERO	NUEVA YORK	30-41	LAVALLE	2-961902
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA PARADA	VIRGILIO CORRAL	S/N	CÉSAR LEÓN	2-306478 0998151544
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA PIZZERÍA DE PAOLO 2	VELOZ	37-20	BRASIL	2-943123 /087478763
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA PIZZOTA	AYACUCHO	S/N	FRANCIA	2-963728 0998490881
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA PLANCHA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	42-25	DUCHICELA	2-969-270 099443988
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA POSADA	BOLIVIA	15-99	ESMERALDAS	2-395166 0998588457
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	LA RAYUELA RESTO BAR	AV. DANIEL LEÓN BORJA	36-30	URUGUAY	2-968237 0992743501

ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	LA TABLITA DEL TARTARO	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING	2-310057 0995000159
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LA VACA MARINA	10 DE AGOSTO	S/N	MORONA	0987826778 2-966570
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA VASIA	ARGENTINOS	S/N	ESPAÑA	2-941182 0999033354
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAS BRAZAS STEAK HOUSE	VELOZ	40-39	CARLOS ZAMBRANO	2-941946 0994660132 0987847748
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAS FRITADAS DE LA AYACUCHO	AYACUCHO	25-40	ESPAÑA	2-941250 0999044294
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAS HIEDRAS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	42-52	DUCHICELA	968-088 / 0992636499
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAS RIELES	DUCHICELA	15-61	LÍNEA FERREA	2-968-188 0995339642
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LE DUE SORELLE RISTORANTE ITALIANO	AV. DANIEL LEÓN BORJA	35-17	URUGUAY	2-944041 0987858664
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LENTEJITAS EL SABOR	ROCAFUERTE	27-78	VENEZUELA	2360-202 0994152817
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LOS CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI	DIEGO DE IBARRA	22-40	PRIMERA CONSTITUYENTE	2-907945
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LOS CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING	2-940806 0998700149
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MAR DE ORO	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	CARLOS ZAMBRANO	/ 2969-135 0989333556
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MAR Y SIERRA CARNES Y MARISCOS	AV. DE LA PRENSA	36-37	ARGENTINOS	2-307041 0987255991
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERÍA BRISA MARINA JR	JUAN MONTALVO	30-01	NEW YORK	2-944-487 0995834496
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MARISQUERÍA CONTINENTAL	OLMEDO	25-29	GARCÍA MORENO	2-960483 0997117495.
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERÍA D'ALY	VENEZUELA	S/N	ENTRE BRASIL Y URUGUAY	2-964394 0999841182
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MARISQUERÍA DELICIAS DEL MAR	AV. DANIEL LEÓN BORJA	42-51	AUTACHI	2-940-885 0984256403
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERÍA EL CALIPSO	MADRID	12-04	LONDRES	2-924-450 / 0991693213 / 092877388
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERÍA MATIUS	JUNÍN	30-29	JUAN MONTALVO	2-945820 0990507124
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MARISQUERÍA NEPTUNO	AV. 9 DE OCTUBRE	33-11	BOLIVIA	2-610494
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MAYFLOWER	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	PASÉO SHOPPING	2-310160 0986361173
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MAWI WINGS	URUGUAY	35-54	VELOZ	2-967081 0958987245
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	MENESTRAS DEL NEGRO	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING	024011286 0985677239
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MIRADOR DE BELLAVISTA	ASUNCIÓN	27-37	ENTRE AYACUCHO Y JUNÍN	2-948294
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MISTER BROASTY	AV. SUCRE	32-16	MEXICO	0999886963 (2360-043)
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MISTER GUS	ROCAFUERTE	27-54	AYACUCHO	2-945835
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MONACO	AV. CANONIGO RAMOS	No.10	AGUSTÍN CASCANTE	2-306549 0984557943
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MONACO PIZZAS Y CARNES	AV. DE LA PRENSA	S/N	ARGENTINOS	2-307092 0983317730
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MONREAL	AV. LA PRENSA	S/N	VELOZ	2-307348 0984045038
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MONTEZUMA	JUAN MONTALVO	S/N	ARGENTINOS	2- 626234 098294566
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MORRIGAN PUB	AV. DANIEL LEÓN BORJA	35-15	URUGUAY	2-945043 0985525464
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	NARANJO'S	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	URUGUAY	2-960-622 0987502686

ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	NATIVA GASTRONOMÍA ECUATORIANA	AV. DE LA PRENSA	22-41	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-941350
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	NOSTRA PIZZA TRATORÍA	LARREA	S/N	VELOZ	2-943382
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	NUEVO MILENIO	CDLA. 24 DE MAYO	S/N	LEONIDAS PROAÑO Y GALAPAGOS	2-601408 2601279 0984940486 0994202502
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	ORIENTAL	AV. DANIEL LEÓN BORJA	40-55	CARLOS ZAMBRANO	2-946080 0930715453 00
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PANAMERICANO	PASAJE SN, Y AV. PEDRO VICENTE MALDONADO	S/N	REDONDEL DE LA ESPOCH	098918487
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PAPARAZZI PIZZA	CHILE	35-19	ENTRE URUGUAY Y BOLIVIA	2-961200 0992980098
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PARADERO SANTA ANA	RÍO PAUTE	90-20	RÍO TOMBAMBA	2-300286 0984590301
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	PARRILLADA DE FAUSTO	URUGUAY	38-50	LUIS A. FALCONÍ	2-967-876 0992810219
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PICANTERÍA ANITA	URUGUAY	17-23	COLOMBIA	2-393828 0995337614
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PICANTERÍA MAMA AURORITA	TARQUI	S/N	CHILE	2-628223
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PICO LOCO 2	VELOZ	S/N	DIEGO DE IBARRA	2968-147 0997294295
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PINCHOS DE LA URUGUAY	URUGUAY	S/N	GONZALO DÁVALOS	2624-153 / 0999026147
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	POLLO BROSTER EL DORADO	CARABOBO	19-38	VILLARROEL	0999501416
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO 1	ESPAÑA	19-11	VILLARROEL	2-961824 2965323 0998138965
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO 2	CARABOBO	S/N	AV. UNIDAD NACIONAL	296-7429
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO 3	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	BRASIL	2-963-886 0998363480
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO 4	PRIMERA CONSTITUYENTE	S/N	PURUHÁ	2-947077 098032884
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO 5	CORDOVEZ	S/N	COLÓN	2-376679 / 296-7769
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO 7	AV. DE LA PRENSA	22-31	AV. DANIEL LEÓN BORJA	0984796249
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO GUS	10 DE AGOSTO	20-13	TARQUI	2-963504 0997441738
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO GUS 2	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	BRASIL	2-944000 0994809788
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO LOCO	NUEVA YORK	S/N	JUAN MONTALVO	2-948681 0992386302
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO PAPIO'S 1	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	MIGUEL ÁNGEL LEÓN (GIRALDA PLAZA)	2-945245 0996470142
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO PAPIO'S 2	AV. LEOPOLDO FREIRE	07-39	LA DOLOROSA	2628-526 0958796218
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO PAPIO'S 3	AV LIZARZABURU	S/N	AV. 11 DE NOVIEMBRE	2-606193
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO PICO LOCO	OLMEDO	28-61	CARABOBO	2-952-415 0999820354
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO TEJANO	AV. DANIEL LEÓN BORJA	40-26	CARLOS ZAMBRANO	2-944769 0987737676
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	POLLO TEX	ESPEJO	33-70	AV. CORDOVEZ	2-376961 0984675824
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	POLLOS PICOS LOCOS	COLÓN	20-14	OLMEDO	0993765183
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLOS STAV	AV. DANIEL LEÓN BORJA	41-88	DUCHICELA	2940-847
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PORTÓN DORADO	DIEGO DE IBARRA	22-50	AV. DANIEL LEÓN	2-967-382

BEBIDAS						BORJA	0958831147
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PORTOVIEJO 2	AV. 9 DE OCTUBRE	S/N	MADRID	3027696 / 0984393043
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PRESLEY FRIED CHICKEN	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	S/N	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-968849
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PUERTO AZUL	CARABOBO	23-50	VELOZ	2942282 0995727351
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	Q' LANTRO	ARGENTINOS	26-38	GARCÍA MORENO	2-964-059 0987724245
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	RESTAURANTE EL RINCÓN DE CHONE	VENEZUELA	S/N	ESPAÑA	2-942712 0983387737
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	RINCÓN CHILENITO	PICHINCHA	S/N	OROZCO	2-940-188 0989231450
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	RINCÓN ESMERALDEÑO	JUAN MONTALVO	29-54	VELOZ	0998189885
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	RIO RINCÓN RIOBAMBA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	37-42	BRASIL	0999212264
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SABOR CRIOLLO	EPLICACHIMA	S/N	HUAYNA PALCÓN	2941251 /0992882015
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SABORES DE ITALIA	AV.DANIEL LEÓN BORJA	S/N	DUCHICELA	2-960268
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SAL Y PIMIENTA	AUTACHI	42-55	MANUEL ELICIO FLOR	2-969552 0983783087
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	SALÓN DE EVENTOS RESTAURANTE ROSENGARTEN	AV. DE LA PRENSA	36-38	ARGENTINOS	2-307032 0979725837
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SAN PEDRO CAFÉ ARTE	ALMAGRO	25-24	OROZCO	0998662077
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SAN VALENTÍN CLUB	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	VARGAS TORRES	2-963137 0998857956
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SANSONE	VELASCO	28-06	AYACUCHO	2-965024 0992799433
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SIERRA NEVADA	AV. LIZARZABURU	S/N	DOLORES VEINTIMILLA	2608522
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SOFFIS	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	S/N	ARUACANOS	2-601-408 0984940486
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SPECIALIT'D'ITALIA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	AV LA PRENSA	2-360487 0995485092
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SU CASA	EPLICACHIMA	S/N	HUAYNA PALCÓN	0990479719
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TACO NACO COMIDAS & BEBIDAS MEXICANAS	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING	0998300085
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	TAMBO DE ORO	CARLOS ZAMBRANO	38-63	AYACUCHO	2-943162 / 0983307547
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TEXAS ASADERO	AV. LIZARZABURU	S/N	FRENTE AL AEROPUERTO	2307267 2-945-617 0984494415
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	THE GOURMET	VICENTE RAMÓN ROCA	55-45	BAQUERIZO MORENO	2366357/ 0992746659
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	THE GOURMET PIZZERIA 2	DEMETRIO AGUILARA MALTA	55-45	JUAN XXIII	2-603-199 0987473399
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	TRAVIETTA PIZZERÍA	OLMEDO	15-26	MORONA	2944756 0983858944 4
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TROPIBURGER	AV. MIGUEL ANGEL LEÓN	S/N	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-943705
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	VIEJA GUARDIA PUB	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	S/N	UNIDAD NACIONAL	2-944012 0987859652
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	VIRGEN DEL CISNE	AV. DE LA PRENSA	Nro. 19	OLIVOS	2-307635 0992535977
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	ZEN WEI VEGETARIANO	PRINCESA TOA	43-25	CALICUCHIMA	2-964-015
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	ZEUS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	41-29	DUCHICELA	2968036 / 0999754270

ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	ZHONG HUA	AV.LEOPOLDO FREIRE	07-85	LA PAZ	2-948107 0999099441
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHIFA BING SHENG	REY CACHA	S/N	EPLICACHIMA, FRENTE AL PATIO DE COMIDAS DEL TERMINAL.	2-946371 0981479308
ALOJAMIENTO	HOTEL	3 ESTRELLAS	ABRASPUNGO	LAS ABRAS	S/N	VÍA A GUANO	2364275 0997694445
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	APART HUMBOLT	AV. DE LA PRENSA	S/N	AGUSTÍN DÁVALOS	2-306023 0999000854
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	BAMBÚ	Av. PREDÓ VICENTE MALDONADO	S/N	SAINT AMOUNT MONTREAD	2-317-030 0983511092
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	BELLA CASONA	DUCHICELA	19-53	MONTERREY	2960073 0999704886
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	CAMINO REAL	AV. DE LA PRENSA	S/N	JOSE MARÍA BANDERAS	2-306-005 / 2-306397 / 2-306-047
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	CANADÁ	AV. DE LA PRENSA	23-31	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-946676 2-946677 0987883390
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	CARACAS SUITE	EPLICACHIMA	20-24	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-968193 0984855267
ALOJAMIENTO	CASA DE HUESPEDES	CATEGORIA UNICA	CASA 1881	OLMEDO	24-45	ESPAÑA Y LARREA	2-961631 0981335210
ALOJAMIENTO	CASA DE HUESPEDES	CATEGORIA UNICA	CHIMBORAZO GASTHAUS	VELOZ	30-45	LAVALLE Y JUAN MONTALVO	2963645
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	CHIMBORAZO INTERNACIONAL	ARGENTINOS	S/N	NOGALES	2-963-475
ALOJAMIENTO	REFUGIO	CATEGORIA UNICA	CHIMBORAZO LODGE	PULINGUÍ SAN PABLO	KM-36	VÍA AL CHIMBORAZO	2364278 /098468718 3/
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	CUMBRES	ESPAÑA	22-55	VELOZ	2960925 095706630
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	DEL SUR	MANABÍ	S/N	PASAJE. COOP LAS FLORES	2-600339 0992849281
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	DIANA MARÍA	LÍNEA FÉRREA 2	S/N	AV. 11 DE NOVIEMBRE	2 607327 0987816742
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	EL ALTAR	AV. 11 DE NOVIEMBRE	S/N	DEMETRIO AGUILAR	2-604-595 / (2604-602) 099
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	EL CISNE	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	DUCHICELA	2- 941 980 0979069306
ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 ESTRELLAS	EL LIBERTADOR	AV. DANIEL LEÓN BORJA	29-22	CARABOBO	2-947393 / 2-964116
ALOJAMIENTO	HOTEL	3 ESTRELLAS	EL MOLINO	DUCHICELA	42-13	UNIDAD NACIONAL	2941372 /099349344 2942-232 / 2947-584
ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	2 ESTRELLAS	EL TORIL	KM.1 VÍA PENIPE	S/N	VÍA BAÑOS	2-372029- 374440- 0985412282
ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	2 ESTRELLAS	EL TROJE	KM 4.1/2 VIA A CHAMBO	S/N		2-960981 0995762084
ALOJAMIENTO	HOTEL	3 ESTRELLAS	EMPRESA HOTELERA ARGUELLO ALTAMIRANO COSTALES C.A ZEUS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	41-29	DUCHICELA	2968-036 . 0999492888
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	KATAZHO	VENEZUELA	S/N	BRASIL	2-941-479 0988529733
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	LA COLINA DE RÍO	AV. 11 DE NOVIEMBRE	S/N	RICARDO DESCALZI	2-602789 0992787250 2-600674
ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 ESTRELLAS	LA ESTACIÓN	AV. UNIDAD NACIONAL	29 - 15	CARABOBO	2-948626 0984822651
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	LA MERCED PLAZA HOTEL	COLÓN	19-58	OLMEDO	2-967-967 / 2-967-305 / 0998113168
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	LIBERTY	AV. DE LOS HÉROES	33-27	FRANCIA	2-945130

							0998875093
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	LOS ALAMOS	AV. SAINT AMONT MONTROD	S/N	AV. LIZARZABURU	2-603157 0980516495
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	LOS SHYRIS	ROCAFUERTE	21-60	10 DE AGOSTO	2-960-323 0983710088
ALOJAMIENTO	HOTEL	3 ESTRELLAS	MANSIÓN SANTA ISABELLA	VELOZ	28-48	CARABOBO	2-962-947 / 2943-124
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	MARQUEZ DE RÍO	AV. LIZARZABURU	S/N	COANGOS	2-601-642 / 2-604-703 0987372652.
ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 ESTRELLAS	MASHANY	VELOZ	41-73	DIEGO DONOSO	2-942-914 / 2-964-606 / 0998783953
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	METROPOLITANO	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	LAVALLE	2-961-714
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	MONTECARLO	10 DE AGOSTO	25-41	GARCÍA MORENO	2-961577 2-960-557
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	NAVARRA	UNIDAD NACIONAL	45-80	EPLICACHIMA	2948193 2-962932 / 0983034665
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	NUEVA SARAGOZA	AV. DE LA PRENSA	S/N	SANTOS LEOPOLDO	3-028909 091932672
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	OASIS	VELOZ	15-32	ALMAGRO	2-961-210 0999908192
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	PUERTAS DEL SOL	CORDOVEZ	22-30	ESPEJO	2376779 0991984737
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	QUINDELOMA	ARGENTINOS	S/N	CARLOS ZAMBRANO	2965175 / 2968856
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	REAL MADRID	VELOZ	39-42	CARLOS ZAMBRANO	2967-521. 099252268
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	REY DE LOS ANDES	AV. LIZARZABURU	S/N	CAMILO EGAS	2601943 0992584111 2-604642
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	RINCÓN ALEMÁN	REMIGIO ROMERO	MZ9	ALFREDO PAREJA	2-600-388 2-603-540 0997065397
ALOJAMIENTO	HOSTAL	3 ESTRELLAS	RIO	PICHINCHA	21-50	10 DE AGOSTO	2-968157 0984148331
ALOJAMIENTO	HOTEL	3 ESTRELLAS	RIOBAMBA INN	CARABOBO	23-20	PRIMERA CONSTITUYENTE	2961-696
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	ROCÍO	BRASIL		AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-961-848
ALOJAMIENTO	HOTEL	1 ESTRELLA	ROMMEL	OLMEDO	S/N	PICHINCHA	2-968058 0987053025
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	ROYALTY	AV. LIZARZABURU	51-64	SAINT AMOUNT MONTREAD	2603-186 0998307196
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	RUBY	LEONARDO DAVLAOS	S/N	BOLIVAR CHIRIBOGA URB. SAN LUIS	2-616557 0979999405
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	SEÑORIAL	EPLICACHIMA	44-12	HUAYNA PALCÓN	2-968135
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	SHALOM	AV. DANIEL LEÓN BORJA	35-48	URUGUAY	2-940-814 / 2961-788 / 0984046098
ALOJAMIENTO	HOTEL	4 ESTRELLAS	SPA CASA REAL	SECTOR LAS ABRAS	S/N	VÍA A GUANO	2364112 0987691018
ALOJAMIENTO	HOSTAL	2 ESTRELLAS	TORRE AZUL	AV. CIRCUNVALACIÓN	S/N	PARQUE INDUSTRIAL	2-378686 0984531945
ALOJAMIENTO	HOTEL	2 ESTRELLAS	TREN DORADO	CARABOBO	22-35	10 DE AGOSTO	2-964-890 0979435244
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	VENTURA	JACINTO GONZALEZ	19-91	HUYNA PALCON	2-963542
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	ABBEY RD PUB	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	BRASIL	2-964840 /2-945043 / 0985525464.
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	ABBEY RD RESTO PUB 2	URUGUAY	22-27	AV. DANIEL LEÓN BORJA	0985525464
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	AQUELLOS AÑOS	LOS ALAMOS 2.	S/N	L. ORMAZA	2-306734 0999242198 0992843471

ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	BALTIMORE	AV. DANIEL LEÓN BORJA	35-54	URUGUAY	2-963954 0984001022
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	BLUE SKY TU KARAOKE DISCO BAR	JUAN MONTALVO	24-38	AV. CORDOVEZ	2610027 / 0987756206 / 0996373992
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	CALIFORNIA MIX 29	10 DE AGOSTO	S/N	LOJA	0995379325
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	CAPITAL PUB	AV. DANIEL LEÓN BORJA	33-10	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	2-366414 0987616137
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	CARLO ROSSI DE RIOBAMBA	BARÓN DE CARONDELET	27-37	PICHINCHA Y ROCAFUERTE	2942663 / 0996643541
ENTRETENIMIENTO	BAR	SEGUNDA	CHILI'S RIOBAMBA	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	S/N	PASEO SHOPPING	2-310014 0987653126
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	CLUB DEL CAMPO RIO	BARRIO LA PIRÁMIDE ,	S/N	SECTOR MEDIO MUNDO	0984722891
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	CORTAZAR	AV. DANIEL LEÓN BORJA	36-30	URUGUAY	2-968237
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	D'HUMMER	PRIMERA CONSTITUYENTE	S/N	VARGAS TORRES	(2-963873) 0992577282 0995835705
ENTRETENIMIENTO	BAR	SEGUNDA	DESTÁPATE	AV.DANIEL LEÓN BORJA	37-42	BRASIL	2-941956 / 2-300823 / 0990227684
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	EL COYOTE BAR KARAOKE	REINA PACHA	42-18	AV. CARLOS ZAMBRANO	2-950300 / 0984846933 / 0959622744
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	ELITE COFFEE BAR	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	VARGAS TORRES	0999841912
ENTRETENIMIENTO	BAR	SEGUNDA	FACTORY 593	AV. CANONIGO RAMOS	S/N	AGUSTÍN CASCANTE	0999194206
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	FERVANS CLUB	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	S/N	JOSÉ MARÍA ROURA	0984639964 0992544172
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	FOGÓN SPORT	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	
ENTRETENIMIENTO	BAR	SEGUNDA	GELATO CAFFE	VELOZ	36-40	BRASIL Y URUGUAY	2-967167 / 0968559085
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	HEART ROCK	LAVALLE	22-34	PRIMERA CONSTITUYENTE	0995775809
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	JHAYROS	MORONA	21-42	10 DE AGOSTO	0983361907 0998985304 0
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	KANDY BLUE	MORONA	S/N	10 DE AGOSTO	2-910607 / 0988105688.
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	LA BARCA	VELASCO	20-45	GUAYAQUIL	0999915731
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	LA CAPÉA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	LA 44	098242107 / 2-961885
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	LA FRAGOLA	MORONA	21-60	10 DE AGOSTO	0981741424
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	LA ROKKA	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	S/N	VELOZ	2-942313 / 2-968238 0987755311
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	MANHATTAN LOUNGE	DUCHICELA	S/N	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-616274 0983406480
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	MISTRAL RIOBAMBA	DIEGO DE IBARRA	21-20	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-969672 0984725415
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	MONT BLANC	VELOZ	10-41	PURUHA	2-948792 0984432706
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	PK2	AV. CIRCUNVALACIÓN	S/N	MARIANA DE JESÚS	2-900911 0985296656
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	PORTÓN DORADO	DIEGO DE IBARRA	22-50	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-967-382 0958831147
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	RADICAL	AV. 11 DE NOVIEMBRE N4	S/N	AV.LIZARZABURU	2- 378712 0992436395 (claro)
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	RIO RINCÓN RIOBAMBA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	37-42	BRASIL	2-946946 2-963512 0969019302
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	RIO ROCKS	URUGUAY	22-22	AV. DANIEL LEÓN	2-317616

						BORJA	0995069374
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	ROCK N WINGS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	CARLOS ZAMBRANO	0995029477 2950827
ENTRETENIMIENTO	BAR	SEGUNDA	ROJO RETROBAR	AV. 11 DE NOVIEMBRE	Nro 05	AV. LIZARZABURU	2-561821 / 0987224722
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	S´TRAGOS DE RIO	URUGUAY	22-28	PRIMERA CONSTITUYENTE	2-966285 0987087995
ENTRETENIMIENTO	BAR	SEGUNDA	SAN VALENTÍN CLUB	AV. DANIEL LEÓN BORJA	22-19	VARGAS TORRES	2-963-137 0998857956
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	SEPTIMO CIELO	10 DE AGOSTO	14-24	LOJA	0981741424
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	SPAZIO SPORT	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	MIGUEL ÁNGEL LEÓN	2-941-237 / 0998143024
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	SUBWINGS BISTRO	AV. 11 DE NOVIEMBRE	Nro. 6	AV.LIZARZABURU	2-607801 0987971838
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	THAO BY BAMBOO	LAVALLE	22-08	AV. DANIEL LEÓN BORJA	0983242716 / 032968219
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	THE DUKES´S IRISH PUB	BRASIL	18-56	AV. UNIDAD NACIONAL	2-393244 0979854210
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	TRACK KARAOKE	AV.DANIEL LEÓN BORJA	32-17	VARGAS TORRES	2-374363 2-940536 0998172807
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	TRIBU	AV. DANIEL LEÓN BORJA	32-15	VARGAS TORRES	2-961896
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	URBAN GOURMET	LOJA	19-02	12 DE OCTUBRE	2-945359 - 0984058374
ENTRETENIMIENTO	BAR	SEGUNDA	V 8 RESTO BAR	ALFREDO COSTALES	S/N	LUIS FALCONÍ	2-946741 2-911204 0998271757
ENTRETENIMIENTO	BAR	SEGUNDA	VIEJA GUARDIA SERVICIOS Y PRODUCCIONES	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	S/N	AV. UNIDAD NACIONAL	2-944012 0999040593
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	X BAR	AV. EDELBERTO BONILLA	S/N	GARCÍA MORENO	2-370416 0984934036 2601279
ENTRETENIMIENTO	BAR	TERCERA	ZONA ELITE BAR KARAOKE	VARGAS TORRES	22-10	AV. DANIEL LEÓN BORJA	0999841912 --2378011
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	8VO CIELO	10 DE AGOSTO	14-64	MORONA	2-962881 098121770
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	BARRA MUSIC	MORONA	21-50	10 DE AGOSTO	0987369466
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	BELVETH	AV. DANIEL LEÓN BORJA	32-20	VARGAS TORRES	2-951042 0998802964
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	CARAMELO´S ASHLEY	ESQUIMALES	S/N	CHIPCHA, LA LOLITA	2-601797 (790) 0997098408
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	COCO BONG FABRIK	AUTACHI	42-55	MANUEL ELICIO FLOR	2-969552 0993130353
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	COCOA BY TENTA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	41-69	DUCHICELA	032946907 / 0994974424
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	DEYA VU	AV. DANIEL LEÓN BORJA	32-26	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	2-968426 0997318629 2-945954
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	DKDAS 70 80 90	LOJA	21-37	GUAYAQUIL Y 10 DE AGOSTO	2-945993 0979074080
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	EL CARTEL	10 DE AGOSTO	15-10	MORONA	2-941818 0996937381
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	FOE	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	AV. CARLOS ZAMBRANO	2610231 2- 940411 0999984407 0984605542
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	KANNABIS RIO MUSIC	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	S/N	BARRIO EL ROSARIO	2-601356 0959032640
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	KEOPS FARAÓN	AV. 11 DE NOVIEMBRE	S/N	MILTON REYES	2-603881 0984039031
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	LA NUEVA AVENIDA CLUB	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	CARLOS ZAMBRANO	2-940494 0998158868
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	PRIMERA	MACARENA	AV. DANIEL LEÓN BORJA	34-01	MIGUEL ÁNGEL LEÓN	0998398921
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	MIAMI DISCOTEC	AV. DE LA PRENSA	S/N	PRINCESA TOA	2-965903 0995695774.

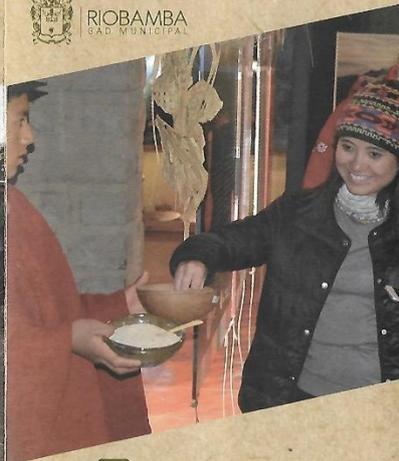
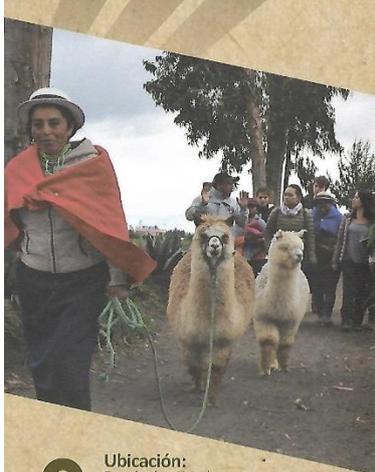
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	MISS ANGEL'S	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	VARGAS TORRES	0984241660
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	NOX	VARGAS TORRES	22-20	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-947086 0998334594
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	NUEVA CHOP	AV. DANIEL LEÓN BORJA	42-07	DUCHICELA	954564 - 084934806
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	NY NEW YORK	PRIMERA CONSTITUYENTE	14-46	LOJA	2945205 0987078444
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	ROBERTH'S	DIEZ DE AGOSTO	S/N	MORONA	2-560634 092726990
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	RONNY'S	NUEVA YORK	16-45	ALVARADO	2-966682 2-967739 0983466824
ENTRETENIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	TKS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	PRINCESA CORI	0958846265 0983750465
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	BELÉN	AYACUCHO	18-19	MARIANA DE JESÚS	2-942005 0991232339
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	CAELUS	COLÓN	24-24	VELOZ	2-948804 0991655720
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	DOÑA FABY	AV. LEOPOLDO FREIRE	06-73	FRENTE A LA POLICÍA	2628451 0968628181
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	ECLIPSE	ALVARADO	20-49	GUAYAQUIL	2-961-066 0984470968
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	ESCORPIÓN	9 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO	S/N		2610-279 0992761165
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	GÉNESIS	GARCÍA MORENO	29-30	VENEZUELA	2-943529 0992957140
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	PRIMERA	IMPERIO	AV. ATAHUALPA	S/N	ELOY ALFARO (YARUQUIES)	2-614096 0998638535
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	LAS MANOLAS	SAN JOSÉ DE BATÁN	S/N	SECTOR RICPAMBA	2-616310 2616176 0983208313 2603072
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	LOM	OLMEDO	S/N	JOAQUÍN CHIRIBOGA	2-945000
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	MAJESTIC PALACE	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	36-15	SALIDA A GUANO	2366-059 0992745091
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	RINCÓN DE VERSALLES	AYACUCHO	26-72	GARCÍA MORENO	2967-202
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES	SEGUNDA	ROYAL CLUB	VELOZ	S/N	AV. CARLOS ZAMBRANO	2-967-769. 0998007951
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	CARIBE CENTER CLUB	KM. 1.1/2. VÍA A GUANO	S/N	JUNTO A CASA REAL	2-364415 0995902071 0992746659
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	CENTRO DE RECEPCIONES PORTAL DE RIOBAMBA.	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE	Nro.4	AV. CIRCUNVALACIÓN	0968260923
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	PRIMERA	DI ANDRE	ALFREDO PAREJA	S/N	ALEJANDRO CARRIÓN	2-606337 0987003355 0987816742
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	DOMUS AUREA RECEPCIONES Y EVENTOS.	ARRAYANES	Nro.1	LOS OLIVOS.	0987801414
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	LA CASCADA EVENTS	PICHINCHA	11-09	12 DE OCTUBRE	2-943957
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	LOS BALCONES	TARQUI	27-59	AYACUCHO	2-966107 098586480
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	RINCÓN DE CALI EVENTOS Y RECEPCIONES	AV. LEOPOLDO FREIRE	S/N	AV. CIRCUNVALACIÓN	2-626360 0999051765
ENTRETENIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	SALÓN DE EVENTOS RESTAURANTE ROSENGARTEN	AV. DE LA PRENSA	36-38	ARGENTINOS	2-307032 0979725837
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD	AEROVACACIONES	PRIMERA CONSTITUYENTE	30-22	JUAN MONTALVO	2-948778 0984939366

OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	ANDEAN ADVENTURES	CONDORAZO	S/N	MONTERREY	2-965820 (0979084401)
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	AWANKAY	VELOZ 43-06	S/N	AUTACHI	2-969760 0984486884 0991068623
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	BIKING SPIRIT	ILAPO	Nro.2	TIXÁN	2-612263 0994156348
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	CHIMBORAZO TRAVEL	ESPAÑA	24-55	OROZCO	2-960-925 /2-940-924 /2-953-127 0995706630
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD	CIRCULO TOURS	VELOZ	S/N	BRASIL	2947-337 0984585276
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD	DIAMANTE TOURS	AYACUCHO	S/N	GARCÍA MORENO	2-960-319 0986051296 0984432288
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	ECUADOR ECO ADVENTURE	VIENA	S/N	VARSOVIA	2-924202 2968-412 0998311282
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	EXPEDICIONES ANDINAS	LAS ABRAS KM 3	S/N	VÍA A GUANO	2364278 0999733646
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	GLOBAL TOUR CIA LTDA	OROZCO	25-54	GARCÍA MORENO	2-943811 / 0996397672
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	GUI&EME	VELOZ	22-22	ESPEJO	2-951710 0998739177
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD	INCAÑAN ECOTOURISM S A	BRASIL	20-28	LUIS ALBERTO FALCONÍ	2-940-508 / 0992948896
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	INFINITYECUADOR S.A	AYACUCHO	27-10	PICHINCHA	2-947494 0995900149
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	JULIO VERNE JUVER CIA LTDA	BRASIL	22-40	PRIMERA CONSTITUYENTE	2-963-436 0994167350
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	LARIOS	10 DE AGOSTO	21-62	CARABOBO	2-944673 2-946 0984876315
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	METROPOLITANG TOURING	AV. CANONIGO RAMOS	Nro 13	SAINT AMOUNT MONTREAD	2-307354 0987170143
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	MUNDO TOURS	VELOZ	42-25	LOS SAUCES	2-966829 0983575170
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	MUNDODESTINOS	DANIEL LEÓN BORJA	40-26	CARLOS ZAMBRANO	2-960976 0984450415
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	NÓMADA TRAVEL	URUGUAY	22-51	AV. DANIEL LEÓN BORJA	2-944202 0998859401.
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	OPERADORA TURÍSTICA KACHAOPTUR S.A	ESMERALDAS	16-06	ESPEJO	2-961599 0985658802
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	PROBICI	PRIMERA CONSTITUYENTE	23-51	LARREA	2-941880 0998238129
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD	PURUHA RAZURKUCIA LTDA.	AV. SESQUICENTENARIO	S/N	MIGUEL ÁNGEL JIJÓN	2-606-774 0985309966
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	RIOTURTRAVEL	VELOZ	28-35	MAGDALENA DÁVALOS	2-968-243 0987178522
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	INTERNACIONAL	RUMBO TRAVEL	AV. DANIEL LEÓN BORJA	S/N	AV. LA PRENSA	2-943403
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	OPERADORA	SOULTRAIN	CARABOBO	22-35	10 DE AGOSTO	2964-890- 2-962696
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD	SURYA EXPEDITIONS	PRIMERA CONSTITUYENTE	14-18	LOJA	2-940414 0993459222
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD	SUSTAINTOURS	AV. DANIEL LEÓN BORJA	36-30	URUGUAY	2-944677 0992743501
OPERACIONES	AGENCIA DE VIAJES	DUALIDAD	UNIVERSAL CENTER TRAVEL S A	GARCÍA MORENO	19-46	OLMEDO	2-942-287 0984783721
TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE TURISTICO TERRESTRE	INTERANGELES TOURS CIA LTDA	OLMEDO	28-57	CARABOBO	2-940568
TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE TURISTICO TERRESTRE	NATIONAL TRAVEL C A	URUGUAY	28-01	AYACUCHO	2-968373

TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE TURÍSTICO	TRANSPORTE E TURISTICO TERRESTRE	RIOEMPRES TOURS S A	AV. DANIEL LEÓN BORJA	40-26	CARLOS ZAMBRANO	2-600995 0969062539
ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 ESTRELLA	WHYMPER CIA LTDA	AV. MIGUEL ÁNGEL LEÓN	43-10	PRIMERA CONSTITUYENTE	2-964- 575/2968- 137

Anexo 5: Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN	
No. 001	
Fecha	Sábado 10 de febrero de 2018.
Hora	10H00 am
Lugar	La Moya
Datos relevantes	<p>La Moya queda en la parroquia Calpi, en este lugar se pudieron identificar a personas que anteriormente se dedicaban a la extraer hielo del Chimborazo, se pudo observar que ofertan hospedaje y alimentación, como atractivo turístico propio del lugar tenemos el museo Guianza, senderos por donde se pueden realizar paseos por la naturaleza y conocer de forma directa como se efectúan las actividades dentro de la comunidad, quienes participan activamente en el desarrollo turístico de su sector.</p> <p>Se degusto la comida en este punto, sus presentación y sabor es idóneo para los turistas tanto nacionales como extranjeros, por el tiempo no me aloje en sus instalaciones, se pudo conocer a varios de los visitantes de la comunidad, quienes manifestaron llegaron por referencia a ese punto pero que es ideal para pasar un momento de entretenimiento al aire libre.</p>
Responsable	Andrés Moncayo
Nota	Como evidencia de la visita se incluyen el tríptico y folleto de artesanías.



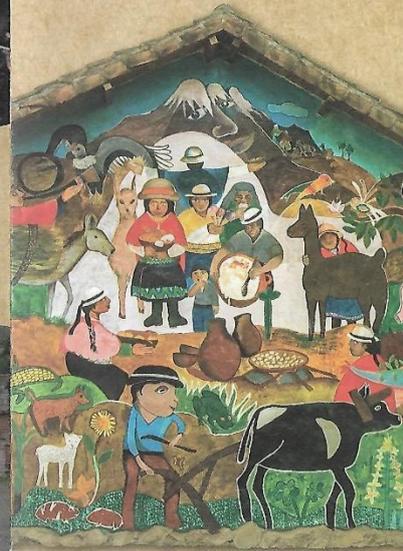
Centro de Turismo Comunitario La Moya



Ubicación:
Provincia: Chimborazo
Cantón: Riobamba
Parroquia: Calpi
Comunidad: La Moya



Contactos y reservas:
093 908 1560



La Moya

Es una comunidad indígena localizada a 12 Kilómetros de Riobamba. Se encuentra a 3.255 msnm, con una temperatura que oscila entre 3° C en las noches y 19° C en el día; constituida por 65 familias.

El nombre de La Moya proviene del valle en el que la comunidad se encuentra asentada, lugar en el cual habitaban las familias Romero y Moyano, tomando de esta última el nombre de la Moya.

Hasta los años de 1980, los pobladores de esta comunidad fueron Hieleros del Chimborazo, a partir de 2015 se organizan para emprender la actividad de Turismo Comunitario, contando actualmente con dos senderos interpretativos, Museo de la Montaña denominado Urkukunapak Huasi y la sala de artesanías donde se muestran las prendas elaboradas por las hábiles manos de las mujeres de la comunidad.

Servicios:

- **Alimentación:** Desayuno, almuerzo y merienda
- **Hospedaje**
- **Guianza:** Museo de la Montaña "Urkukunapak Huasi"



Actividades:

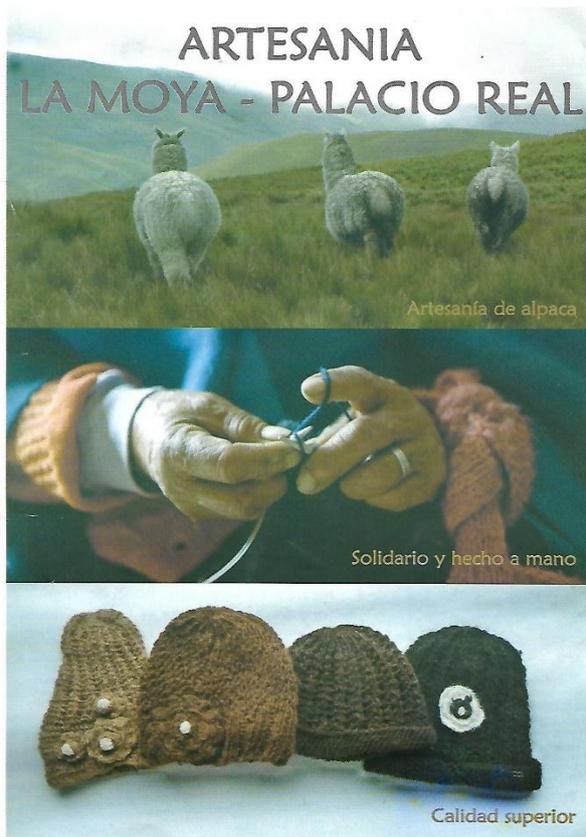
- **Recorridos por senderos a varios atractivos;** la comunidad cuenta con tres senderos interpretativos tienen una duración aproximada de 2 horas cada una en las cuales se podrá disfrutar de la flora y la fauna presente en el territorio.

El costo de este recorrido es de 5,00 dólares americanos y incluye el acompañamiento del guía.

- **Observación de aves;** esta actividad se lo realiza en uno de los senderos de la comunidad, donde se puede observar gran variedad de especies de aves.

- **Visita y compra de artesanías;** la comunidad en estos últimos años se ha dedicado a la crianza de llamas y alpacas, para con su fibra ofrecerá artesanías a los visitantes. Estas prendas tienen precios cómodos y accesibles.





La laine des Dieux

Produit artisanal et culturel

De la tonte à la réalisation du vêtement, les femmes sont au cœur de la chaîne de production. Sans faire intervenir d'intermédiaire ou de machine, elles proposent un produit artisanal, fait à la main.

Tourisme solidaire et communautaire

Lors de la vente d'un produit, 50% revient directement à la femme à l'origine du vêtement. L'autre moitié revient au groupement de femmes de qui réinvestit dans de nouveaux projets.

Un produit de qualité

La laine d'alpaga est reconnue dans le monde comme une fibre de qualité supérieure. Sa finesse et ses propriétés de conservation de la chaleur sont gages d'un produit de grande qualité.

La Moya
093 991 5518



Palacio Real
(03) 2 620 500



Anexo 6: Señalética Museo Cultural de la Llama



Anexo 7: Entrada al Comedor de la Comunidad Turística “Palacio Real”



Anexo 8: Señalética Centro Comunitario “Quilla Pacari”



Anexo 9: Sala de interpretación Museo de la Montaña “Urkukunapak Wasi”

