

Artículo de Difusión

1. Título y Autores.- El tema de tesis previa a la obtención del grado de Magíster en Turismo Mención en Gestión Sostenible de Destinos Turísticos: **“LA OFERTA TURÍSTICA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS TRADICIONALES EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**

2. Diseñado por; Ing. Roberto Carlos Vega Bonilla, bajo la tutoría del MgS. Omar Patricio Flor.

3. Resumen.- Las artesanías son esculturas en miniatura elaboradas con materiales tales como madera, tagua, hoja de choclo, vidrio, metal etc., el cual expresa la cultura y tradición de la ciudad de Riobamba, conservando la iconografía y cromática. La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un diagnóstico de las artesanías tradicionales en la ciudad de Riobamba como parte de la oferta turística para mejorar su comercialización. Para el cumplimiento de este objetivo se realizó en primer lugar la caracterización de las artesanías elaboradas en el cantón Riobamba, en segundo lugar, se identificaron las artesanías tradicionales que están vinculadas a la actividad turística de este sector, en tercer lugar, se determinó la producción y comercialización de las artesanías tradicionales para finalmente establecer una propuesta de comercialización que permita promocionar y difundir las artesanías.

4. Introducción.- Tomando en cuenta que la Oferta turística comprende el bien, producto y/o servicios que se ofrece al demandante, el cual consta de recursos e infraestructuras con atractivos que se encuentran en un determinado lugar, en la propuesta se pudo determinar que existe mayor demanda de turista y la oferta es escasa, por lo que se pretende atraer al turista con nuevas alternativas de visita a la ciudad de Riobamba. En la actualidad existe poco interés en preservar al patrimonio Cultural, afectando directamente al artesano que desea exponer sus diseños que han sido heredados de una generación a otra, las artesanías son la representación de un pueblo donde la cromática e iconografía está plasmada en las artesanías que elaboraban los antepasados.

5. Fundamentación Teórica.- Turismo.- Es una actividad que radica en el desplazamiento de personas o grupos de personas de manera voluntaria y por un lapso de tiempo, motivados principalmente por distracción, relajación, cultura o salud, se trasladan de su lugar habitual de residencia a otro en el que no realizan ninguna actividad remunerada, generando interrelaciones de carácter económico, social y

cultural. (De la Torre, O., 2012, pág. 53). **La oferta turística.**- Los conjuntos de bienes, productos y servicios pertenecen a los recursos de la infraestructura que se encuentran en un determinado espacio, complementándose de una organización en donde se expondrán la disponibilidad para el consumo que requiere el turista. (Mamani, J., 2017)

Industria turística.- Es una de las principales fuentes de la economía mundial, al constituirse en un importante factor de entrada de divisas y creación de empleo directo e indirecto, aportando con el 5% del PIB (producto interno bruto) mundial y el 6% de las exportaciones de servicios mundiales, por lo que representa para los países en desarrollo, progreso económico más viable y sostenible actualmente. (UNWTO, 2018).

Producto turístico.- Aquí se podrá observar los resultados de toda la acción del sistema, con un idea clara, del ámbito turístico ya que esto pertenece a un conjunto de bienes y servicios que es ofrecido al mercado con una cautela que especifica las delimitaciones que ofrece al consumidor, todas y cada una de estas actividades está dirigido para el público turista, un producto turístico está establecido por el conjunto de interesantes, habilidades y cordialidad. (Cárdenas , F. , 2008, págs. 13-15)

6. Metodología.- Diseño de investigación.- Enfoque de la investigación; **Tipo de investigación;** Analítica, Descriptiva; **Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:** Adicionalmente, para la caracterización de las artesanías se tomó como base la ficha para inventariar y jerarquizar los atractivos turísticos con el fin de describir a cada una de las artesanías objeto del estudio.

7. Resultados.- En virtud de que en el diagnóstico obtenido se pudo identificar que los artesanos en su mayoría promocionan sus productos a través de los clientes, que el ; y que en la comprobación se acepta la hipótesis alternativa, se considera que es necesaria la elaboración de una estrategia de marketing que permita la comercialización de las artesanías tradicionales del cantón Riobamba.

8. Conclusiones.- Se pudo determinar los lugares de comercialización de las artesanías tradicionales del cantón Riobamba, tales como: imágenes religiosas, sombreros de paño, anillos, cadenas de tagua, globos hechos de papel seda, monturas; donde hay variedad para diferentes gustos y de todo precio.

9. Referencias Bibliográficas.- Textos impresos y Webgrafía.