



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

**Análisis de mercado del Bulevar Peatonal en la avenida Daniel León
Borja en la ciudad de Riobamba**

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciado en Turismo

Autora:

Codel Bueno, Cristina Belén

Tutor:

Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Cristina Belén Codel Bueno, con cédula de ciudadanía 172545080-1, autora del trabajo de investigación titulado: Análisis de Mercado del Bulevar Peatonal en la Avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, 13 de agosto de 2025.



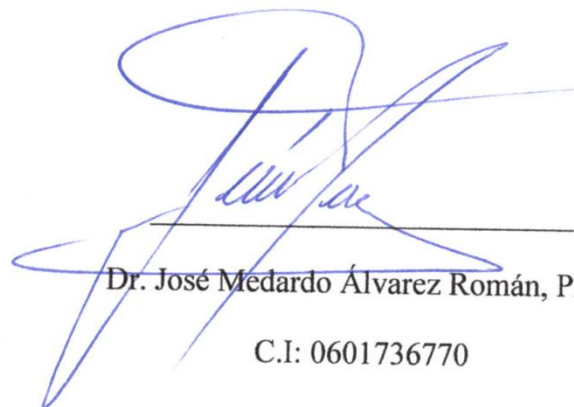
Cristina Belén Codel Bueno

C.I: 1725450801

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Dr. José Medardo Álvarez Román catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Análisis de Mercado del Bulevar Peatonal en la Avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba, bajo la autoría de Cristina Belén Codel Bueno; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 28 días del mes de octubre de 2025



Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.

C.I: 0601736770

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Análisis de Mercado del Bulevar Peatonal en la Avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba por Cristina Belén Codel Bueno, con cédula de identidad número 1725450801, bajo la tutoría de Dr. José Merardo Álvarez Román, PhD.; certificamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 28 de octubre del 2025

Mgs. Víctor Medardo Velasco Samaniego PhD.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Roberto Carlos Vega Bonilla

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández PhD.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **Cristina Belén Codel Bueno** con CC: 172545080-1, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**Análisis de mercado del Bulevar Peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba**", cumple con el 3 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 07 de octubre de 2025



Firmado electrónicamente por:
**JOSE MEDARDO
ÁLVAREZ ROMÁN**
Validar únicamente con FIRMADOC

PhD. José Medardo Álvarez Román
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, Fabián y Cristina, cuyo amor incondicional y apoyo constante han sido la base de mis logros. Su sacrificio y dedicación me han inspirado a alcanzar mis metas y a nunca rendirme. A mi hermano Emilio, por ser un compañero inigualable en esta travesía, siempre dispuesto a ofrecerme su ayuda y a compartir momentos inolvidables. A mi familia en general, que ha estado a mi lado en cada paso del camino, brindándome su amor y aliento. Finalmente, a mi pareja, por su paciencia, comprensión y motivación, que han sido esenciales en este proceso. Gracias a todos por ser mi pilar y por hacer de este viaje algo significativo y especial.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a todos los que han sido esenciales en el desarrollo y culminación de esta tesis. En primer lugar, a mi padre Fabián y a mi madre Cristina, cuyas enseñanzas, dedicación y amor han sido pilares en mi vida y formación académica. A mi hermanito Emilio, por su compañía y alegría constante. A mi familia en general, por su respaldo, amor y confianza, que me han dado la fuerza para seguir adelante. A mi Pareja, por su paciencia, comprensión y constante motivación, y a mis profesores de la carrera, especialmente a mi tutor de tesis, por su guía, apoyo y conocimientos cruciales.

Gracias a todos por creer en mí y ser parte de este importante logro. Este trabajo también es suyo.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN..... 18

1.1 Planteamiento del problema 19

1.1.1 Problema General 20

1.1.2 Problemas Específicos 20

1.2 Justificación. 20

1.2.1 Justificación Teórica..... 21

1.2.2 Justificación Práctica 21

1.2.3 Justificación Metodológica..... 21

1.2.4 Justificación Epistemológica 21

1.3 Objetivos..... 21

1.3.1 Objetivo General..... 21

1.3.2 Objetivos Específicos 22

1.4 Hipótesis 22

1.4.1 Hipótesis General 22

1.4.2 Hipótesis Específica 22

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... 23

2.1 Antecedentes de la investigación..... 23

2.2 Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación 24

2.2.1 Principios Éticos 24

2.2.2 Principios Epistemológicos 24

2.3 Estado del Arte 25

2.3.1	Variable de la oferta del mercado.....	25
2.3.2	Variable de la demanda del mercado.....	27
2.3.3	Variable de la comercialización del mercado.....	30
2.3.4	Casos de estudio en Ecuador	31
2.4	Bases Teóricas	32
2.4.1	Desarrollo urbano y planificación turística	32
2.4.2	Impacto del turismo en la calidad de vida	32
2.4.3	Factores Ambientales y Contextuales.....	33
2.4.4	Estudio de caso	33
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....		35
3.1	Enfoque de la investigación.....	35
3.1.1	Enfoque Cuantitativo	35
3.1.2	Enfoque cualitativo.....	35
3.2	Tipo y diseño de la investigación	36
3.2.1	Alcance de la Investigación.....	36
3.2.2	Diseño de Investigación.....	37
3.3	Técnicas de recolección de Datos.....	37
3.3.1	Población de estudio y tamaño de muestra.....	37
3.3.2	Hipótesis	38
3.3.3	Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	39
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		41
4.1	Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	41
4.1.1	Entrevista aplicada a las Autoridades correspondientes.....	41
4.1.2	Encuesta aplicada a los residentes de la Av. Daniel León Borja, ciudad de Riobamba.	44
4.1.3	Encuesta aplicada a los Turistas Nacionales para la implementación de un bulevar peatonal en la Av. Daniel León Borja, ciudad de Riobamba.....	54
4.2	Prueba de hipótesis	62
4.2.1	Hipótesis General	62
4.2.2	Hipótesis específica	63
4.2.3	Discusión:	64
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		66
5.1	Conclusiones.....	66
5.2	Recomendaciones	66

CAPÍTULO VI. PROPUESTA	68
6.1 Plan de seguridad para el Bulevar de la Avenida Daniel León Borja.	68
6.1.1 Diagnóstico Situacional.....	68
6.2 Conformación del Equipo de Seguridad.....	70
6.2.1 Equipo técnico:	70
6.2.2 Conformación del Equipo de Seguridad.....	70
6.3 Estrategias y Acciones.....	72
6.3.1 Prevención Situacional	72
6.3.2 Prevención Comunitaria	73
6.3.3 Prevención Social y Económica	74
6.4 Implementación	75
6.4.1 • Cronograma:.....	75
6.4.2 Capacitación:	76
6.4.3 Comunicación:.....	78
6.5 Monitoreo y Evaluación	79
6.5.1 Indicadores:	79
6.5.2 Revisión periódica:	80
6.5.3 Rendición de cuentas:.....	81
BIBLIOGRAFÍA	82
ANEXOS	84
8.1 Anexo 1. Árbol de Problemas.....	84
8.2 Anexo 2. Matriz de Variables.....	84
8.3 Anexo 3. Guía de la entrevista a experto.....	85
8.4 Anexo 4. Entrevistas realizadas a las autoridades.	86
8.5 Anexo 5. Formato de Encuesta Residentes de la zona	87
8.6 Anexo 6. Formato de Encuesta a Turistas Nacionales	90
8.7 Anexo 7. Tabulación.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validación de encuestas por expertos.....	39
Tabla 2. Alfa de Cronbach.....	40
Tabla 3. La implementación ha mejorado la oferta.	44
Tabla 4. Mantenimiento actual de la avenida es adecuado.....	45
Tabla 5. La implementación podría incrementar mis ventas y beneficios.	46
Tabla 6. Contribuiría al desarrollo económico y comercial.	47
Tabla 7. La afluencia de personas beneficiará la venta.	48
Tabla 8. Análisis e interpretación Información específica.	49
Tabla 9. Análisis e interpretación de la encuesta a los residentes de la zona	51
Tabla 10. ¿Cómo calificaría usted los productos y servicios?.....	54
Tabla 11.¿Mejorará la seguridad y comodidad de los turistas?.....	55
Tabla 12. ¿La variedad de actividades y atracciones atractiva para los turistas?	56
Tabla 13. ¿La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los visitantes?.....	57
Tabla 14. Análisis e interpretación Información específica.	58
Tabla 15. Análisis e interpretación Información general e Información complementaria. .	60
Tabla 16. Pruebas de chi-cuadrado Demanda y Oferta	62
Tabla 17. Pruebas de chi-cuadrado Demanda y Comercialización	62
Tabla 18. Pruebas de chi-cuadrado, Comprobación de Hipótesis	63
Tabla 19, Comprobación de Hipótesis HE2	63
Tabla 20. Comprobación de Hipótesis HE3	64
Tabla 21. Equipo de Seguridad.....	70
Tabla 22. Cronograma	75
Tabla 23. Información capacitación	76
Tabla 24. Módulos de Capacitación	77
Tabla 25. Matriz de Variables	84
Tabla 26. Entrevistados del Proyecto	86
Tabla 27. Edad Residentes.....	93
Tabla 28. ¿Cuál es su género? Residentes	94
Tabla 29. ¿Cuál es su nivel de educación? Residentes.....	94
Tabla 30. ¿Cuál es su nivel de educación? Residentes.....	95
Tabla 31. ¿Qué rol usted cumple en el sector?	96
Tabla 32. El bulevar peatonal ha atraído a más turistas.	97

Tabla 33. La seguridad en el bulvar peatonal es adecuada.....	98
Tabla 34. Cantidad de espacios comerciales disponibles	99
Tabla 35. Ocupación y el uso de los espacios comerciales	100
Tabla 36. Variedad de comercios actuales	101
Tabla 37. La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio.	102
Tabla 38. Fomentará el desarrollo económico de la zona.	103
Tabla 39. Percepción positiva sobre el impacto que el bulvar.....	104
Tabla 40. La creación de un bulvar peatonal aumentaría las ventas.....	105
Tabla 41. Incentivaría la apertura de nuevos negocios en la zona.	106
Tabla 42. Un bulvar peatonal afectará la competencia.....	107
Tabla 43. Ofrecerá nuevas oportunidades para eventos y promociones.....	108
Tabla 44. Analizar el flujo de personas.	109
Tabla 45. ¿Existen suficientes opciones de estacionamiento cerca de la avenida?.....	110
Tabla 46. ¿Cree que la peatonalización de la avenida afectará a su movilidad?.....	111
Tabla 47. ¿ Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?.....	112
Tabla 48. ¿ Qué negocios son más demandados?.....	113
Tabla 49. Edad Turistas	114
Tabla 50. ¿Cuál es su género? Turistas	116
Tabla 51. ¿Cuál es su nivel de educación? Turistas	117
Tabla 52. ¿Cuál es su nivel de ingresos? Turistas	117
Tabla 53. ¿Cuál es su lugar de procedencia?.....	118
Tabla 54. Importancia de un bulvar peatonal	119
Tabla 55. Variedad de opciones gastronómicas y comerciales	120
Tabla 56. Se proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos.	121
Tabla 57. Crees afectaría positivamente la experiencia de los turistas	122
Tabla 58. ¿Recomendarías la visita si se implementara un bulvar peatonal?.....	123
Tabla 59. El bulvar peatonal ofrecerá mejores opciones de entretenimiento	124
Tabla 60. ¿La calidad de los servicios en el bulvar peatonal es satisfactoria?	125
Tabla 61. La creación fomentará la apertura de nuevos negocios.....	126
Tabla 62. La experiencia de los turistas mejorará con la implementación del bulvar.....	127
Tabla 63. El bulvar peatonal atraerá a más turistas	128
Tabla 64. Califique el nivel de satisfacción de los productos.	129
Tabla 65. ¿Con qué frecuencia accede la Av. Daniel León Borja?	130
Tabla 66. ¿ Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?.....	131

Tabla 67. ¿ En el bulevar peatonal que negocios sugiere usted que se implemente?..... 132

Tabla 68.¿ En el bulevar peatonal que actividades sugiere usted que se implemente? 133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La implementación del bulevar ha mejorado la oferta turística en la zona.....	45
Figura 2. Mantenimiento actual de la avenida es adecuado.	46
Figura 3. La implementación de un bulevar podría incrementar mis ventas y beneficios. .	47
Figura 4. Contribuiría al desarrollo económico y comercial.	48
Figura 5. La afluencia de personas beneficiará la venta de mis productos/servicios	49
Figura 6. ¿Cómo calificaría usted los productos y servicios?	54
Figura 7. ¿Mejorará la seguridad y comodidad de los turistas?	55
Figura 8. ¿La variedad de actividades y atracciones ofrecidas es atractiva?.....	56
Figura 9, ¿La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los visitantes?	57
Figura 10. Árbol de Problemas.....	84
Figura 11. Edad Residentes	93
Figura 12. ¿Cuál es su género? Residentes.....	94
Figura 13. ¿Cuál es su nivel de educación? Residentes	95
Figura 14. ¿Cuál es su nivel de educación? Residentes	96
Figura 15. ¿Qué rol usted cumple en el sector?.....	97
Figura 16. El bulevar peatonal ha atraído a más turistas.	98
Figura 17. La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada.....	99
Figura 18. Cantidad de espacios comerciales disponibles	100
Figura 19. Ocupación y el uso de los espacios comerciales.....	101
Figura 20. Variedad de comercios actuales	102
Figura 21. La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio.....	103
Figura 22. Fomentará el desarrollo económico de la zona.	104
Figura 23. Percepción positiva sobre el impacto que el bulevar.	105
Figura 24. La creación de un bulevar peatonal aumentaría las ventas.	106
Figura 25. Incentivaría la apertura de nuevos negocios en la zona.	107
Figura 26. Un bulevar peatonal afectará la competencia.....	108
Figura 27. Ofrecerá nuevas oportunidades para eventos y promociones.	109
Figura 28. Analizar el flujo de personas.....	110
Figura 29. ¿Existen suficientes opciones de estacionamiento cerca de la avenida?.....	111
Figura 30. ¿Cree que la peatonalización de la avenida afectará a su movilidad?.....	112
Figura 31. ¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?	113
Figura 32. ¿Qué negocios son más demandados?	114

Figura 33. Edad Turistas.....	115
Figura 34. ¿Cuál es su género? Turistas	116
Figura 35. ¿Cuál es su nivel de educación? Turistas	117
Figura 36. ¿Cuál es su nivel de ingresos? Turistas.....	118
Figura 37. ¿Cuál es su lugar de procedencia?	119
Figura 38. Importancia de un bulevar peatonal	120
Figura 39. Variedad de opciones gastronómicas y comerciales	121
Figura 40. Se proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos.....	122
Figura 41. Crees afectaría positivamente la experiencia de los turistas	123
Figura 42. ¿Recomendarías la visita si se implementara un bulevar peatonal?	124
Figura 43. El bulevar peatonal ofrecerá nuevas y mejores opciones de entretenimiento..	125
Figura 44. ¿La calidad de los servicios en el bulevar peatonal es satisfactoria?	126
Figura 45. La creación fomentará la apertura de nuevos negocios.	127
Figura 46. La experiencia de los turistas mejorará con la implementación del bulevar ...	128
Figura 47. El bulevar peatonal atraerá a más turistas	129
Figura 48. Califique el nivel de satisfacción de los productos.	130
Figura 49. ¿Con qué frecuencia accede la Av. Daniel León Borja?.....	131
Figura 50. ¿ Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?	132
Figura 51. ¿ En el bulevar peatonal que negocios sugiere usted que se implemente?	133
Figura 52. ¿ En el bulevar peatonal que actividades sugiere usted que se implemente?...	134

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito analizar el mercado potencial, las necesidades de los consumidores y las oportunidades comerciales en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja, en Riobamba, con el fin de obtener información clave para diseñar estrategias que impulsen el desarrollo económico y social del sector. Se adoptó una metodología mixta que integró enfoques cualitativos y cuantitativos, combinando análisis de fuentes primarias y secundarias. Los datos recopilados permitieron validar las hipótesis planteadas, mostrando una aceptación favorable por parte de residentes y turistas hacia la oferta actual, con un 83,1% de aprobación, así como un creciente interés en la incorporación de nuevas propuestas comerciales. Esto confirma la existencia de un mercado potencial en la zona. Sin embargo, los resultados también evidenciaron preocupaciones relacionadas con la peatonalización, específicamente en aspectos de movilidad y seguridad, destacando la necesidad de implementar medidas adecuadas para mitigar estos desafíos. Se concluye, el análisis realizado confirma la hipótesis que existe un mercado potencial significativo, lo que lo posiciona como una oportunidad clave para promover el desarrollo económico y social en Riobamba. La implementación de estrategias que equilibren las demandas de los consumidores con las necesidades de movilidad y seguridad será esencial para el éxito de este proyecto.

Palabras claves: Mercado potencial, Bulevar, Desarrollo socioeconómico.

ABSTRACT

This research aims to analyze the potential market, consumer needs, and business opportunities along Avenida Daniel León Borja, a pedestrian boulevard in Riobamba, to gather key information for designing strategies that foster the sector's economic and social development. A mixed-methods approach was adopted, integrating qualitative and quantitative methods through the analysis of both primary and secondary sources. The collected data validated the proposed hypotheses, showing favorable acceptance—83.1%—among residents and tourists toward the current offerings, as well as growing interest in incorporating new commercial initiatives. This confirms the existence of a potential market in the area. However, the results also revealed concerns related to pedestrianization, particularly regarding mobility and safety, highlighting the need to implement appropriate measures to address these challenges. In conclusion, the analysis confirms the hypothesis that a significant potential market exists, positioning the area as a key opportunity to promote Riobamba's economic and social development. Implementing strategies that balance consumer demands with mobility and safety requirements will be essential for the project's success.

Keywords: Potential market, Boulevard, Socioeconomic development.



Reviewed by:

Mgs. Sofia Freire Carrillo

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604257881

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El análisis del mercado del Bulevar Peatonal en la Avenida Daniel León Borja, ubicada en la ciudad de Riobamba, se presenta como un estudio crucial para entender el potencial de desarrollo económico y social de esta área. Este bulevar, que busca convertirse en un espacio peatonal, se enfrenta a la necesidad de evaluar las demandas del mercado, las necesidades de los consumidores y las oportunidades comerciales que pueden surgir de su implementación. El problema de investigación se centra en cómo se puede analizar el mercado potencial y las necesidades de los consumidores para diseñar estrategias que fomenten el desarrollo en esta zona.

El problema de investigación se define en la siguiente pregunta: ¿Cómo se puede analizar el mercado potencial, las necesidades de los consumidores y las oportunidades comerciales en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba, que permita obtener información clave para el diseño e implementación de estrategias que impulsen el desarrollo económico y social? Este problema surge de la necesidad de revitalizar el bulevar como un espacio que no solo atraiga a turistas y locales, sino que también promueva un ambiente seguro y atractivo para la actividad comercial.

Los antecedentes que fundamentan este estudio incluyen diversas iniciativas del Municipio de Riobamba, que planifica obras para transformar la Avenida Daniel León Borja en un bulevar peatonal, con el objetivo de atraer turismo y mejorar la calidad de vida de los residentes. Este enfoque no solo busca revitalizar el área comercial, sino también conectar espacios turísticos y mejorar la movilidad urbana. Sin embargo, estos avances también traen desafíos, como el uso inadecuado del espacio, el abuso de alcohol y la falta de seguridad, que deben ser abordados para maximizar el potencial del bulevar.

La justificación de este estudio radica en su capacidad para proporcionar una base sólida de datos y análisis que puedan ser utilizados por las autoridades locales, empresarios y demás interesados en desarrollar estrategias efectivas para el crecimiento del bulevar. Al entender mejor las dinámicas de oferta y demanda, así como las preferencias y comportamientos de los consumidores, se pueden implementar iniciativas que no solo fomenten el desarrollo económico, sino que también mejoren la calidad de vida de los residentes y visitantes.

Este trabajo de investigación está estructurado en varios capítulos. En el primer capítulo, se desarrolla el marco teórico, donde se discute la calidad de vida y su relación con el desarrollo comercial y turístico. El segundo capítulo resume los métodos de investigación utilizados, destacando los enfoques cuantitativo y cualitativo empleados para recolectar y analizar datos. Finalmente, el tercer capítulo presenta los resultados, mostrando una tendencia positiva de residentes y turistas a favor de las mejoras propuestas para el bulevar.

Este trabajo es valioso porque proporciona información clave que permitirá la formulación de estrategias que impulsen el desarrollo económico y social del Bulevar

Peatonal, beneficiando tanto a los comerciantes como a los consumidores. Con lo antes dicho, se propone el enfoque en distintos objetivos como:

Analizar la demanda del mercado potencial del Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en Riobamba mediante la segmentación demográfica, geográfica y psicográfica de los consumidores.

Evaluar la oferta comercial presente en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en Riobamba mediante la identificación de productos, servicios y actividades ofrecidos por los establecimientos.

Analizar los procesos de comercialización utilizados por los negocios en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en Riobamba mediante su presencia en redes sociales, publicidad local y promociones para la elaboración de estrategias de comunicación.

Este enfoque integral busca proporcionar una visión clara y detallada del entorno comercial del bulevar, permitiendo la formulación de estrategias que impulsen su desarrollo sostenido y beneficien a toda la comunidad.

1.1 Planteamiento del problema

El problema específico de esta investigación radica en cómo se puede analizar el mercado potencial, las necesidades de los consumidores y las oportunidades comerciales en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba, con el objetivo de obtener información clave para el diseño e implementación de estrategias que impulsen el desarrollo económico y social. Este análisis es crucial para entender las dinámicas del mercado y para desarrollar estrategias que maximicen el potencial de esta área, promoviendo un entorno comercial vibrante y seguro, el problema específico de investigación se centra en cómo se puede llevar a cabo este análisis para obtener información clave que permita diseñar e implementar estrategias efectivas. Este enfoque es crucial, ya que, según el GADMR, (2023) la transformación de la Avenida Daniel León Borja en un bulevar peatonal busca no solo revitalizar el comercio local, sino también mejorar la calidad de vida de los residentes y atraer turismo a la ciudad

Históricamente, la Avenida Daniel León Borja ha sido un eje central en la economía local de Riobamba. Recientes iniciativas del municipio han buscado transformar esta avenida en un bulevar peatonal, con la finalidad de mejorar la movilidad urbana, conectar espacios turísticos y revitalizar el comercio local, pero ha enfrentado desafíos relacionados con el deterioro urbano y la falta de infraestructura adecuada. La planificación del municipio incluye un presupuesto de 1.5 millones de dólares para convertir esta vía en un espacio peatonal que conecte diferentes puntos turísticos de la ciudad y estudios previos del autor Ruiz et al. (2022) han indicado que la peatonización puede generar un impacto positivo en la dinámica comercial y social de la zona, sin embargo, es necesario un análisis más detallado sobre la oferta y demanda actual.

No obstante, estos esfuerzos han enfrentado desafíos significativos, como el uso inadecuado del espacio, problemas de seguridad y el abuso de alcohol; según los autores León et al (2023) quien en su investigación afirma que solo en la provincia de Chimborazo se encuentra un uso y abuso de alcohol del 32,4% en relación con la sierra ecuatoriana, donde más se refleja es entre los jóvenes de los 12-14 años de este modo también encontramos distintos inconvenientes en la presentación que se le da a este espacio ya que después de cualquier evento o fin de semana se puede apreciar restos de botellas rotas, basura desmedida, heces de perros, entre otros que afectan negativamente la percepción y el uso del bulvar por parte de residentes y turistas.

La investigación se enfoca en evaluar el nivel de comercialización del Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja, analizando tanto la oferta como la demanda. Se busca identificar las características demográficas, geográficas y psicográficas de los consumidores, así como los productos, servicios y actividades ofrecidos por los establecimientos comerciales.

El interés por investigar este problema se centra en determinar el nivel de aceptación y la factibilidad del proyecto del bulvar peatonal entre los diferentes grupos de interés, incluyendo residentes, turistas, comerciantes y autoridades locales. Comprender la percepción y las expectativas de estos grupos es fundamental para diseñar e implementar intervenciones que no solo sean aceptadas, sino también sostenibles y beneficiosas a largo plazo.

1.1.1 Problema General

¿Cómo se puede analizar el mercado potencial en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja de la ciudad de Riobamba que permita obtener información clave para el diseño e implementación de estrategias que impulsen el desarrollo económico y social?

1.1.2 Problemas Específicos

- ¿De qué manera se puede identificar la demanda del mercado potencial del Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en Riobamba mediante la segmentación demográfica, geográfica y psicográfica de los consumidores?
- ¿De qué manera se puede evaluar la oferta comercial presente en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en Riobamba mediante la identificación de productos, servicios y actividades ofrecidos por los establecimientos?
- ¿De qué manera se puede analizar los procesos de comercialización utilizadas por los negocios en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en Riobamba mediante su presencia en redes sociales, publicidad local y promociones para la elaboración de estrategias de comunicación?

1.2 Justificación.

Con los resultados de esta investigación, se pretende proporcionar una base de datos sólida y análisis detallados que permitan a las autoridades locales, empresarios y otros interesados desarrollar estrategias efectivas para el crecimiento y la revitalización del

Bulevar Peatonal. Se espera que estas estrategias no solo fomenten el desarrollo económico y social, sino que también mejoren la calidad de vida de los residentes y la experiencia de los visitantes, creando un entorno más seguro y atractivo para todos.

1.2.1 Justificación Teórica

La investigación sobre el mercado potencial y las necesidades de los consumidores en áreas comerciales urbanas permitió desarrollar un marco teórico que combina elementos de marketing, sociología urbana y planificación económica. Esta investigación ayudará a ampliar el conocimiento sobre cómo las características demográficas y psicográficas que influyen en las tendencias de consumo y cómo las estrategias comerciales pueden ser adaptadas para maximizar el éxito.

1.2.2 Justificación Práctica

Comprender las características del mercado potencial y las necesidades de los consumidores en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja es fundamental para los comerciantes, planificadores urbanos y autoridades locales. Los resultados de este estudio pueden guiar la implementación de estrategias efectivas que impulsen el desarrollo económico y social de la zona, mejorando la oferta comercial y la satisfacción de los consumidores.

1.2.3 Justificación Metodológica

La metodología utilizada en este estudio, que incluye encuestas, entrevistas a entidades importantes que participan activa mente en el proyecto y análisis de datos secundarios, proporciona un enfoque sistemático y riguroso para recoger y analizar información relevante. Este enfoque metodológico asegura que los resultados sean representativos y fiables, permitiendo una comprensión profunda y detallada del mercado y de las necesidades de los consumidores.

1.2.4 Justificación Epistemológica

Desde una perspectiva epistemológica, este estudio contribuye al conocimiento científico en el campo del turismo sustentable y la planificación urbana, al ofrecer datos empíricos sobre el comportamiento del consumidor y las dinámicas comerciales en áreas peatonales urbanas y el aporte coexistente con el turismo local, comercial y cultural. Esta investigación no solo enriquece la literatura existente, sino que también proporciona una base sólida para futuras investigaciones y para la formulación de políticas urbanas.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar el mercado potencial, en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja de la ciudad de Riobamba obteniendo información clave para el diseño e implementación de estrategias que impulsen el desarrollo económico y social.

1.3.2 Objetivos Específicos

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis General

H_i : Existe un mercado potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_0 : No existe un mercado potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

1.4.2 Hipótesis Específica

H_{E1} : Existe una demanda potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_{E2} : Existe una oferta potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_{E3} : Existe una comercialización potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

La transformación de las ciudades en espacios más amigables y accesibles es una tendencia global que ha encontrado eco en Ecuador, donde la implementación de bulevares peatonales se ha convertido en una estrategia clave para revitalizar el entorno urbano. Estos espacios no solo promueven la movilidad sostenible, sino que también enriquecen la experiencia de los ciudadanos y visitantes, convirtiéndose en núcleos de interacción social y desarrollo económico. En este contexto, la investigación y el análisis de casos específicos, como los bulevares de Guayaquil y Quito, ofrecen valiosas lecciones sobre cómo estos proyectos pueden contribuir a una mejor calidad de vida y a un turismo más dinámico.

Así también marcan los autores Muñoz et al, (2019) Sobre como la implementación de bulevares peatonales en Ecuador ha cobrado relevancia en los últimos años como una estrategia para mejorar la calidad de vida urbana, fomentar el turismo y revitalizar espacios públicos, estos espacios ofrecen un ambiente seguro y agradable para el disfrute de peatones, fomentando la movilidad sostenible, la interacción social y la actividad económica local. Donde nos introduce la tendencia creciente de implementar bulevares peatonales en Ecuador, destacando sus múltiples beneficios. Los bulevares peatonales se presentan como una solución multifacética que no solo mejora la calidad de vida urbana al proporcionar entornos más seguros y agradables, sino que también promueve el turismo y revitaliza los espacios públicos. La movilidad sostenible y la interacción social son resaltadas como elementos clave que estos espacios fomentan, junto con el impulso a la actividad económica local. Este enfoque integral subraya cómo los bulevares peatonales pueden actuar como catalizadores para el desarrollo urbano sostenible.

Si bien la investigación sobre este tema es aún incipiente en Ecuador, estudios como el análisis del impacto del bulevar 9 de octubre en Guayaquil por el autor Muñoz et al. (2019), y la evaluación de la calle Sucre como espacio público peatonal en el Centro Histórico de Quito por los autores Córdova et al, (2018) han demostrado la efectividad de esta estrategia para revitalizar espacios públicos y mejorar la experiencia urbana. Donde se reconoce la falta de investigaciones extensas sobre bulevares peatonales en Ecuador, pero resalta estudios específicos que han mostrado resultados positivos. El impacto del bulevar 9 de octubre en Guayaquil y la calle Sucre en Quito se utilizan como ejemplos para ilustrar la efectividad de los bulevares peatonales en revitalizar espacios públicos y mejorar la experiencia urbana. Estos casos de estudio proporcionan evidencia empírica de los beneficios que pueden aportar los bulevares peatonales, validando la relevancia de esta estrategia en el contexto ecuatoriano. Además, se sugiere que estos ejemplos pueden servir de referencia para futuras implementaciones en otras ciudades del país.

Para el desarrollo exitoso de un bulevar peatonal, se recomienda realizar estudios de viabilidad, involucrar a la comunidad en el proceso de planificación y diseño, garantizar un mantenimiento adecuado y una gestión eficiente del bulevar, y promover su uso a través de campañas de comunicación y marketing. La implementación de bulevares peatonales

representa una oportunidad para mejorar la imagen urbana, fomentar el desarrollo económico local y crear espacios públicos más inclusivos y sostenibles en Ecuador. La realización de estudios de viabilidad es esencial para evaluar la factibilidad del proyecto. Involucrar a la comunidad en el proceso de planificación y diseño asegura que los bulevares respondan a las necesidades y preferencias de los residentes locales. Además, el mantenimiento adecuado y la gestión eficiente son cruciales para la sostenibilidad a largo plazo de estos espacios. Las campañas de comunicación y marketing son importantes para promover el uso del bulevar y maximizar su impacto positivo. En conjunto, estas estrategias no solo mejoran la imagen urbana y fomentan el desarrollo económico local, sino que también contribuyen a la creación de espacios públicos más inclusivos y sostenibles, alineándose con los objetivos de desarrollo urbano sostenible en Ecuador.

2.2 Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación

El análisis de mercado para la implementación de un bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en Riobamba se fundamenta en un marco filosófico que integra principios éticos y epistemológicos. Estos principios son esenciales para comprender la realidad social y económica en la que se desarrollará el proyecto, así como para guiar la investigación hacia un enfoque que priorice el bienestar de la comunidad y la sostenibilidad.

2.2.1 Principios Éticos

Desde una perspectiva ética, la investigación debe considerar el impacto que la implementación del bulevar tendrá en la comunidad local. Esto implica un compromiso con la transparencia, la participación ciudadana y el respeto por las necesidades de los diferentes grupos sociales involucrados. Según el autor González (2018), la ética en la investigación también se relaciona con la responsabilidad de promover un desarrollo urbano que no solo beneficie a los comerciantes y turistas, sino que también mejore la calidad de vida de los residentes de la zona.

Se destaca la importancia de la ética en la investigación, enfatizando la necesidad de considerar el impacto del proyecto en la comunidad local. La transparencia, la participación ciudadana y el respeto por las necesidades de los diferentes grupos sociales son aspectos clave para asegurar que el proyecto sea inclusivo y beneficioso para todos. Además, la responsabilidad ética de promover un desarrollo urbano equilibrado que beneficie tanto a comerciantes y turistas como a los residentes locales es fundamental para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo del bulevar peatonal.

2.2.2 Principios Epistemológicos

En cuanto a los principios epistemológicos, se debe adoptar un enfoque que reconozca la complejidad de las interacciones entre oferta, demanda y comercialización en el contexto del bulevar peatonal. Martínez (2020) nos explica que esto implica utilizar métodos de investigación tanto cuantitativos como cualitativos para obtener una comprensión integral del mercado. La combinación de encuestas, entrevistas y análisis de datos permitirá captar la percepción de los usuarios y la viabilidad económica del proyecto.

En esta dimensión epistemológica de la investigación, se está subrayando la necesidad de un enfoque que reconozca y aborde la complejidad del mercado en el contexto del bulevar peatonal. La utilización de métodos tanto cuantitativos como cualitativos permite una comprensión integral y detallada del mercado, captando tantos datos numéricos como percepciones y experiencias subjetivas. Este enfoque metodológico asegura que la investigación sea robusta y que los resultados sean relevantes y aplicables para la planificación y ejecución del proyecto.

2.3 Estado del Arte

2.3.1 Variable de la oferta del mercado

En cuanto a la oferta, es necesario evaluar la disponibilidad de locales comerciales, servicios turísticos y atractivos culturales en el área de influencia del bulevar peatonal. Se debe analizar el tipo de negocios existentes, su vacancia y las condiciones de infraestructura. Estudios como el de Muñoz et al (2021) sugieren que la diversificación de la oferta comercial es clave para atraer a un público diverso y generar mayor dinamismo económico.

Subraya la importancia de evaluar la oferta existente en la zona donde se planea implementar el bulevar peatonal. La disponibilidad de locales comerciales, servicios turísticos y atractivos culturales son elementos cruciales que pueden determinar el éxito del proyecto.

Analizar el tipo de negocios existentes y su vacancia, junto con las condiciones de infraestructura, proporciona una visión clara de los recursos disponibles y las necesidades de desarrollo. La referencia al estudio refuerza la idea de que una oferta comercial diversificada es esencial para atraer a un público amplio y fomentar un entorno económico dinámico. Esta diversificación no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también aumenta la resiliencia económica del área al atraer a diferentes segmentos del mercado.

De este modo también resaltan la amplia variedad de productos y servicios que llaman la atención de los consumidores, según los autores Molina et al. (2020) estos bulevares desempeñan un rol importante en la economía y el desarrollo del comercio minorista, gastronomía y del entretenimiento.

Se puede dar ejemplos del bulevar 24 de mayo en Quito o el malecón 2000 en Guayaquil, espacios en los que predominan los negocios minoristas reflejados en la venta de productos artesanales, tales como emprendedores locales enfocados en tradiciones como los tejidos, cerámica y joyería.

2.3.1.1 Dimensiones

2.3.1.1.1 Diversidad de productos o servicios.

La diversidad de productos o servicios en un mercado determinado es un factor clave para estimular la competencia y atraer a diferentes segmentos de consumidores. Contar con una amplia gama de ofertas comerciales permite satisfacer necesidades variadas y, a su vez, genera un ambiente dinámico que promueve la innovación y la adaptación constante. Según Molina et al. (2020), la variedad en la oferta comercial es fundamental para captar el interés del consumidor y mantener su lealtad en mercados cada vez más competitivos. En el contexto de espacios urbanos como bulevares peatonales, esta diversidad se traduce en la coexistencia de negocios minoristas, servicios gastronómicos, artesanales y de entretenimiento, lo que contribuye a la vitalidad económica y social del lugar. Por ejemplo, el Malecón 2000 en Guayaquil destaca por la mezcla de tiendas, restaurantes y espacios culturales, consolidándose como un atractivo turístico y comercial que beneficia tanto a visitantes como a emprendedores locales.

2.3.1.1.2 Participación del mercado de cada competidor.

La participación de mercado de cada competidor refleja la cuota relativa que un negocio o actor comercial posee dentro de un sector específico. Este indicador es fundamental para entender la dinámica competitiva, identificar líderes y evaluar el poder de mercado de los distintos participantes. Un análisis detallado de esta dimensión permite detectar oportunidades para la entrada de nuevos negocios, así como identificar áreas en las que los competidores dominantes pueden estar limitando el desarrollo económico local. En espacios comerciales urbanos, como los bulevares, conocer la participación de mercado ayuda a planificar estrategias de diversificación y posicionamiento, favoreciendo un equilibrio que beneficie tanto a grandes como a pequeños actores comerciales. Por ejemplo, García & Ramírez, (2019). Indican en el Bulevar 24 de mayo en Quito evidencian cómo la concentración de participación en ciertos rubros obliga a diversificar la oferta para captar nuevos segmentos de consumidores.

2.3.1.1.3 Número y tipo de competidores.

El número y tipo de competidores presentes en un mercado constituyen una dimensión esencial para comprender la estructura competitiva y la heterogeneidad de la oferta. Molina et al, (2020). Un mercado con numerosos competidores, tanto formales como informales, favorece la competencia en precios y la innovación, lo que puede traducirse en beneficios para los consumidores. Además, la diversidad en el tipo de negocios contribuye a un ecosistema comercial más robusto y adaptable a las demandas cambiantes del mercado. En el caso de los bulevares peatonales, como el Malecón 2000 o el Bulevar 24 de mayo, esta variedad se refleja en la coexistencia de negocios artesanales, gastronómicos, recreativos y comerciales, que en conjunto enriquecen la experiencia del visitante y promueven la economía local.

2.3.1.2 Indicadores

2.3.1.2.1 Número de tipos de productos o servicios disponibles.

El número de tipos de productos o servicios disponibles es un indicador tangible de la diversidad comercial en un espacio determinado. Este indicador permite medir la amplitud y variedad de la oferta, lo que influye directamente en la capacidad del mercado para satisfacer diferentes necesidades y preferencias de los consumidores. García & Ramírez, (2019) comentan que el mercado con una oferta variada tiende a atraer a un público más amplio y diverso, aumentando el flujo de visitantes y la rentabilidad para los comerciantes. Por ejemplo, en el Bulevar 24 de mayo de Quito, la presencia de productos que van desde artesanías tradicionales hasta servicios gastronómicos especializados muestra cómo la variedad puede impulsar el desarrollo económico y cultural de la zona.

2.3.1.2.2 Porcentaje de participación del mercado por actor comercial.

El porcentaje de participación del mercado por actor comercial permite cuantificar la relevancia de cada competidor dentro del mercado, reflejando su cuota en términos de ventas, clientes o influencia. Este indicador es crucial para identificar líderes, competidores emergentes y nichos de oportunidad, facilitando la toma de decisiones estratégicas para la diversificación y fortalecimiento del sector comercial. El autor Molina et al, (2020). Resalta las áreas comerciales urbanas como bulevares, ya que una distribución equilibrada en la participación de mercado puede favorecer la competencia saludable y evitar la concentración excesiva que limite la pluralidad de opciones para los consumidores. Por ejemplo, en el Malecón 2000, el análisis de este indicador ha permitido diseñar políticas para equilibrar la presencia de negocios grandes y pequeños, promoviendo un entorno más inclusivo y competitivo.

2.3.1.2.3 Clasificación y cantidad de competidores según tipo de negocio.

La clasificación y cantidad de competidores según tipo de negocio permite entender la composición estructural del mercado y la especialización de sus actores. Esta dimensión es fundamental para identificar sectores saturados, aquellos con potencial de crecimiento y las tendencias comerciales predominantes. Además, conocer el tipo de negocio como puede ser minorista, gastronómico, artesanal, servicios, de entretenimiento u otros; García & Ramírez, (2019) facilitan el diseño de estrategias específicas para fomentar la diversificación y complementariedad entre competidores, mejorando así la experiencia del consumidor y la sostenibilidad económica del espacio comercial. En bulevares peatonales como el Bulevar 24 de mayo, la identificación de un alto número de negocios artesanales y gastronómicos ha permitido potenciar actividades culturales y turísticas que refuerzan la identidad local y atraen a visitantes.

2.3.2 Variable de la demanda del mercado

La demanda en los bulevares peatonales incluye el interés y la disposición de residentes y turistas por consumir bienes y servicios en estos espacios. Según Kotler et al (2018), la demanda turística está influenciada por factores como accesibilidad, seguridad, diversidad de ofertas, y calidad en la experiencia del visitante. En el caso ecuatoriano,

estudios como el de Espinosa et al (2019) han señalado que los bulevares atraen a visitantes por su enfoque en la cultura y el esparcimiento.

En donde se encuentra la importancia de los bulevares peatonales como espacios que generan demanda, tanto a nivel local como turístico. Al comprender los factores que influyen en esta demanda, es posible diseñar y gestionar bulevares más atractivos y funcionales, contribuyendo así al desarrollo económico y social de las ciudades. En síntesis, los bulevares peatonales no son solo infraestructuras urbanas, sino también motores de desarrollo económico y social, donde se busca crear un espacio seguro que aporte a la comunidad y fomente el crecimiento potencial del espacio.

Es crucial comprender el perfil del público objetivo que frecuentará el bulvar peatonal. Esto implica analizar datos demográficos, hábitos de consumo, preferencias de ocio y turismo. Estudios de mercado como el de López et al (2020) pueden ser útiles para identificar las necesidades y expectativas de los potenciales visitantes.

Destaca la necesidad de un análisis profundo de la demanda para el bulvar peatonal. Comprender el perfil del público objetivo es fundamental para adaptar la oferta y las estrategias de comercialización a las preferencias y necesidades de los visitantes potenciales. Esto incluye el análisis de datos demográficos, hábitos de consumo y preferencias de ocio y turismo, lo cual permite segmentar el mercado de manera efectiva y diseñar ofertas específicas. También proporciona una base para identificar las expectativas de los visitantes, lo que es vital para la planificación y ejecución de un proyecto que realmente responda a las demandas del mercado. Este enfoque centrado en el cliente asegura que el bulvar sea atractivo y relevante para su audiencia.

2.3.2.1 Dimensiones

2.3.2.1.1 Nivel de conocimiento del producto o servicio.

El nivel de conocimiento que tiene la población sobre un producto o servicio es fundamental para determinar el grado de penetración y aceptación en el mercado. Un alto nivel de conocimiento implica que los consumidores están familiarizados con las características, beneficios y disponibilidad de la oferta, lo que suele traducirse en una mayor predisposición a la compra o uso. Según Ramírez y López (2021), la difusión efectiva y el reconocimiento de un producto en mercados urbanos fortalecen la competitividad y facilitan la fidelización de clientes. En espacios comerciales como bulevares peatonales, promover el conocimiento a través de campañas informativas y señalización adecuada es clave para atraer visitantes y facilitar la toma de decisiones de compra.

2.3.2.1.2 Frecuencia de consumo o uso.

La frecuencia con la que los consumidores adquieren o utilizan un producto o servicio refleja su nivel de aceptación y la importancia que tiene dentro de sus hábitos de consumo. Este aspecto es determinante para el sostenimiento y crecimiento de la oferta comercial, ya que una alta frecuencia puede indicar una demanda estable y recurrente.

Estudios recientes de Pérez & Martínez, (2022) en entornos urbanos muestran que productos y servicios con consumo frecuente, como alimentos y servicios básicos, generan un flujo constante de clientes, contribuyendo a la estabilidad económica del área comercial. Por ello, comprender la frecuencia de consumo ayuda a los comerciantes a ajustar inventarios, promociones y servicios.

2.3.2.1.3 Preferencias de los consumidores.

Las preferencias de los consumidores reflejan las tendencias y gustos que orientan sus decisiones de compra, influenciando directamente la configuración de la oferta comercial. Conocer estas preferencias es esencial para diseñar productos y servicios que respondan efectivamente a las expectativas del mercado. Según Gómez y Sánchez (2020), adaptar la oferta a las preferencias actuales, incluyendo aspectos culturales, sociales y de sostenibilidad, favorece la satisfacción del cliente y fortalece la competitividad. En bulevares y espacios turísticos, la incorporación de productos artesanales, opciones saludables o innovadoras responde a estas demandas cambiantes, ampliando el atractivo del lugar.

2.3.2.2 Indicadores

2.3.2.2.1 Porcentaje de población que conoce el producto o servicio.

Este indicador mide la proporción de la población que está familiarizada con un producto o servicio determinado. Concuerda con Ramírez & López, (2021) con el hecho de que un alto porcentaje es indicativo de una efectiva estrategia de comunicación y posicionamiento en el mercado, lo que puede potenciar las ventas y la preferencia del consumidor. Evaluar este indicador en contextos comerciales urbanos ayuda a identificar brechas en la difusión y orientar esfuerzos promocionales para aumentar el conocimiento y, consecuentemente, la demanda.

2.3.2.2.2 Frecuencia semanal o mensual de compra o uso.

La medición de la frecuencia semanal o mensual de compra o uso permite cuantificar el comportamiento real de consumo, evidenciando patrones y tendencias. Este indicador es útil para planificar la oferta, optimizar la logística y diseñar campañas comerciales efectivas. Por ejemplo, Pérez & Martínez, (2022) exploran que en bulevares con alta afluencia turística, conocer la frecuencia de consumo de productos gastronómicos o artesanales permite ajustar la producción y mejorar la experiencia del visitante.

2.3.2.2.3 Tipo de producto o servicio preferido por los consumidores.

Identificar el tipo de producto o servicio preferido por los consumidores facilita la focalización comercial y la innovación. Este indicador revela qué categorías tienen mayor demanda y cuáles podrían ser áreas de oportunidad o de diversificación. Los autores Gómez & Sánchez, (2020) notan que en los entornos urbanos dinámicos, la preferencia puede estar influenciada por tendencias culturales, modas y necesidades funcionales, por lo que su monitoreo constante es clave para mantener la competitividad.

2.3.3 Variable de la comercialización del mercado

Para que el bulvar peatonal sea un éxito comercial, se requiere una estrategia de marketing adecuada. Esta debe incluir acciones de comunicación, promoción y publicidad que den a conocer el proyecto y atraigan visitantes. Estudios como el de Herrera et al (2019) destacan la importancia de utilizar canales de comunicación diversos y adaptados al público objetivo.

Este párrafo enfatiza la importancia de una estrategia de comercialización bien diseñada para el éxito del bulvar peatonal. Las acciones de comunicación, promoción y publicidad son esenciales para generar visibilidad y atraer a los visitantes. Es crucial que estas estrategias sean diversas y estén adaptadas a los diferentes segmentos del público objetivo. Utilizar múltiples canales de comunicación, incluyendo medios digitales y tradicionales, permite alcanzar una audiencia más amplia y maximizar el impacto de las campañas de marketing. Además, una estrategia de marketing efectiva debe ser continua y adaptable, respondiendo a las tendencias del mercado y a las retroalimentaciones de los visitantes para mantener el interés y la afluencia en el bulvar.

Las estrategias de marketing digital, como el uso de redes sociales y aplicaciones móviles, han demostrado ser efectivas para promocionar estos espacios. Según Torres et al (2020), estas herramientas permiten una interacción directa con los consumidores y facilitan la difusión de eventos y promociones.

2.3.3.1 Dimensiones

2.3.3.1.1 Canales de distribución autorizados.

Los canales de distribución autorizados constituyen las vías legales y oficiales a través de las cuales un producto o servicio llega al consumidor final. Contar con canales bien definidos y regulados es fundamental para garantizar la calidad, seguridad y legitimidad de la oferta comercial. En entornos urbanos y turísticos, la correcta autorización y regulación de estos canales protege tanto a consumidores como a comerciantes, facilitando un comercio transparente y eficiente. Según Hernández y Ruiz (2022), la selección y control de canales de distribución impacta directamente en la confianza del consumidor y en la percepción de la marca.

2.3.3.1.2 Estrategias promocionales.

Las estrategias promocionales son herramientas clave para aumentar la visibilidad y atractivo de productos o servicios. Estas pueden incluir desde descuentos, eventos especiales, publicidad digital, hasta actividades de mercadeo experiencial. Su diseño y aplicación adecuada permiten captar la atención del público objetivo, estimular la demanda y fortalecer la fidelidad del cliente. En mercados dinámicos como los bulevares peatonales, el uso de estrategias promocionales innovadoras contribuye a diferenciar la oferta y atraer a un mayor número de visitantes (López & Martínez, 2021).

2.3.3.1.3 Accesibilidad del producto o servicio.

La accesibilidad se refiere a la facilidad con la que los consumidores pueden obtener y utilizar un producto o servicio, considerando aspectos físicos, económicos y comunicacionales. Una alta accesibilidad implica que el producto está disponible en ubicaciones convenientes, a precios asequibles y con información clara y comprensible. Fernández & Castillo, (2023) consideraban que este aspecto es crucial para maximizar el alcance de la oferta y garantizar que diferentes segmentos de la población puedan acceder a ella. En contextos urbanos, mejorar la accesibilidad contribuye a la inclusión social y al desarrollo económico local.

2.3.3.2 Indicadores

2.3.3.2.1 Tipos de canales utilizados (físicos y digitales).

El análisis de los tipos de canales utilizados, tanto físicos como digitales, permite entender cómo se distribuyen los productos y servicios en el mercado actual. Mientras los canales físicos incluyen tiendas, puestos ambulantes o centros comerciales, los digitales abarcan plataformas de comercio electrónico, redes sociales y aplicaciones móviles. La integración de ambos tipos de canales ha demostrado aumentar el alcance y facilitar la experiencia de compra del consumidor, especialmente en contextos urbanos y turísticos donde la conveniencia es un factor decisivo (Hernández & Ruiz, 2022).

2.3.3.2.2 Número y tipo de estrategias promocionales aplicadas.

Medir el número y tipo de estrategias promocionales aplicadas ayuda a evaluar la intensidad y diversidad de las acciones de mercadeo en un mercado determinado. Una variedad adecuada de estrategias, que incluya promociones temporales, campañas digitales y eventos presenciales, puede potenciar la atracción de clientes y el posicionamiento de la oferta comercial. Estudios recientes señalan que la combinación de estrategias tradicionales y digitales es clave para mantener la competitividad en mercados dinámicos como los bulevares peatonales (López & Martínez, 2021).

2.3.3.2.3 Nivel de accesibilidad (física, económica y comunicacional).

El nivel de accesibilidad se evalúa a partir de tres dimensiones principales: la física, facilidad para acceder al punto de venta; económica, precio asequible para la mayoría de los consumidores y comunicacional, disponibilidad de información clara y adecuada. Un nivel alto en estas dimensiones favorece la inclusión y satisfacción del consumidor, fortaleciendo la demanda y el desarrollo comercial. En contextos urbanos, especialmente en espacios con alta afluencia turística, garantizar un buen nivel de accesibilidad es determinante para el éxito de la oferta (Fernández & Castillo, 2023).

2.3.4 Casos de estudio en Ecuador

Malecón 2000, Guayaquil

Este bulevar ha sido un ejemplo exitoso de revitalización urbana y comercialización. Integra actividades comerciales, recreativas y culturales que atraen a más de 2 millones de visitantes al año Municipio de Guayaquil, (2023).

El Malecón 2000 de Guayaquil es un ejemplo destacado de revitalización urbana y comercialización exitosa. Este bulevar integra de manera armoniosa actividades comerciales, recreativas y culturales, lo que lo convierte en un atractivo turístico que recibe una gran cantidad de visitantes. Su éxito radica en la combinación de diversos factores, como la accesibilidad, la seguridad, la diversidad de ofertas y la calidad de la experiencia del visitante, convirtiéndolo en un modelo a seguir en la región.

Calle La Ronda, Quito

La Ronda combina historia, cultura y comercio, siendo un ejemplo de cómo los bulevares peatonales pueden revitalizar zonas históricas y atraer turistas nacionales e internacionales según el Ministerio de Turismo, (2021).

La Calle La Ronda en Quito representa un caso de éxito en la revitalización de zonas históricas a través del turismo. Este bulevar peatonal fusiona de manera única historia, cultura y comercio, atrayendo a turistas nacionales e internacionales. La Calle La Ronda demuestra cómo los bulevares peatonales pueden convertirse en motores económicos para las ciudades, revitalizando áreas históricas y generando empleo reflejando que este proyecto ha sido fundamental para la promoción del turismo cultural en Quito.

2.4 Bases Teóricas

2.4.1 Desarrollo urbano y planificación turística

El desarrollo urbano es un proceso complejo que influye en la calidad de vida de los residentes. La planificación turística dentro del marco del desarrollo urbano se enfoca en el diseño y la gestión de espacios que promuevan la atracción de visitantes y mejoren la calidad de vida de los residentes locales.

Tal como plantea el autor Iván Mendoza et al (2020) en Ecuador, hasta ahora, los planes de manejo basados en la zonificación de usos y ordenaciones territoriales han sido implementados exclusivamente en áreas protegidas del Estado. Sin embargo, en el ámbito urbano, estos planes no han sido aplicados de manera sistemática, a pesar de la urgente necesidad y la abundante experiencia a nivel mundial en la planificación urbana general, se dio un avance significativo en la planificación y ordenamiento territorial de Ecuador, ya que exige a todos los Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales y provinciales la implementación de planes de ordenamiento territorial. El objetivo de estos planes es optimizar la gestión y planificación del territorio en función de sus potencialidades económicas, ambientales, y turísticas, entre otras consideraciones.

2.4.2 Impacto del turismo en la calidad de vida

En cuanto al impacto de la calidad de vida muchos estudios en Ecuador están basados en zonas urbanas donde la calidad de vida es muy baja para sus pobladores tal como infiere el autor Franklin Campozaño (2023) En todos los países, se encuentran una variedad de recursos turísticos, sin embargo, la adecuada gestión de estos recursos es lo que determina su capacidad para generar ingresos económicos y atraer a visitantes que elijan alojarse fuera

de sus hogares. En el caso de Ecuador, el país cuenta con una amplia gama de recursos y atractivos naturales y culturales. A pesar de los beneficios potenciales que esta actividad puede aportar al país, aún no ha logrado alcanzar su pleno potencial y se encuentra rezagado en comparación con otros países en términos de oferta turística. Es importante destacar que el aumento del número de turistas no necesariamente conduce a mayores ingresos, ya que se debe buscar un equilibrio entre la sostenibilidad ambiental y la viabilidad económica. Por lo tanto, es crucial mejorar la oferta turística, centrándose en segmentos específicos en lugar de buscar un turismo masivo, ya que estos segmentos tienen un potencial económico mayor a largo plazo.

2.4.3 Factores Ambientales y Contextuales

Este punto va anclado al anterior ya que de antemano se tiene que saber cuál es el indicador al que queremos interceder, los que se pueden ver reflejados en el trabajo de los autores Augusto Barrera et al (2022) que consideran las oportunidades y el acceso a su realización. Esto requiere una reflexión constante sobre los factores que influyen en la reproducción de la sociedad urbana en América Latina, teniendo en cuenta sus características históricas y culturales particulares. Se da a través de una variedad de indicadores, que abarcan aspectos socioeconómicos, ambientales, culturales y de bienestar. Es fundamental seleccionar indicadores relevantes para evaluar el impacto del bulevar peatonal en la calidad de vida de los residentes de Riobamba, lo que podría incluir datos sobre la accesibilidad, la seguridad, la cohesión social, la salud pública y la percepción del entorno urbano.

2.4.4 Estudio de caso

Por último, se busca un estudio de caso realizado en ciudades aledañas sobre el tema similares tal como el autor Santiago Cardina et al (2020) expone en su investigación que La implementación exitosa de proyectos piloto desempeñó un papel crucial en la expansión de los bulevares peatonales. Ciudades como Bogotá, con su famoso evento “Ciclovía” que cerraba temporalmente las calles al tráfico, inspiraron a otras comunidades a probar estrategias similares. Estos proyectos piloto demostraron que era posible transformar el espacio urbano para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Con el tiempo, los bulevares peatonales se integraron en el diseño urbano moderno como una estrategia efectiva para abordar problemas como la congestión vehicular, la contaminación del aire y la falta de espacios públicos de calidad. Muchas ciudades han adoptado esta idea como parte de su visión para crear entornos urbanos más sostenibles, accesibles y orientados hacia las personas, los bulevares peatonales surgieron como respuestas a desafíos urbanos específicos y como parte de movimientos más amplios hacia una planificación urbana centrada en las personas y el medio ambiente. Su evolución a lo largo del tiempo refleja la búsqueda continua de soluciones innovadoras para mejorar la vida en las ciudades.

Otro ejemplo es el Boulevard Santander en el cual se realizó un estudio de movilidad donde sus autores Ruedas Herrera et al (2022) proporcionan información donde se habla de la cohesión social y espacios comunitarios al momento de la creación de bulevares peatonales también puede fortalecer la ya antes mencionada cohesión social al proporcionar espacios de encuentro y actividades comunitarias. Estos espacios pueden convertirse en

centros de interacción social, promoviendo la diversidad y el intercambio cultural. La implementación exitosa de bulevares peatonales a menudo implica la participación de la comunidad en el proceso de diseño y planificación, fomentando así un sentido de pertenencia y responsabilidad compartida, pero para ello se debe tener una promoción de la movilidad sostenible por que la transformación de las calles tradicionales en bulevares peatonales implica la exclusión de vehículos motorizados, fomentando así la movilidad sostenible. La preferencia por modos de transporte no motorizados, como caminar o andar en bicicleta, no solo reduce la contaminación del aire y el ruido, sino que también promueve un estilo de vida activo y saludable.

Con los resultados de la investigación, se pretende proporcionar información valiosa tanto para los empresarios locales como para las autoridades municipales. Esto incluye la identificación de segmentos de mercado clave, las necesidades y preferencias de los consumidores, así como las oportunidades específicas para el desarrollo de negocios en el bulevar peatonal. Estos datos pueden utilizarse para orientar la planificación estratégica y la toma de decisiones, con el objetivo de impulsar el desarrollo económico sostenible y mejorar la calidad de vida en Riobamba.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la investigación

3.1.1 Enfoque Cuantitativo

Para la presente investigación el autor utilizó el método cuantitativo, que permitió recopilar y analizar datos medibles sobre la demanda, oferta y comercialización en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja. Se aplicaron como técnicas de investigación la entrevista y la encuesta. La entrevista se dirigió a actores relacionados con el desarrollo económico y turístico del sector, mientras que la encuesta se aplicó a residentes y turistas nacionales para conocer su comportamiento y preferencias de consumo.

La presente investigación adopta un enfoque cuantitativo debido a la necesidad de recolectar y analizar datos medibles que permitan entender la magnitud, comportamiento y características de las variables involucradas: demanda del mercado, oferta del mercado y comercialización. Estas variables se operacionalizan a través de indicadores como la frecuencia de consumo, la diversidad de productos o servicios, y los canales de distribución utilizados, los cuales fueron evaluados mediante encuestas estructuradas aplicadas a residentes y turistas nacionales que frecuentan la zona del bulevar.

Como definen los autores Arias J. et al (2021) dice que en el enfoque cualitativo las variables proporcionan datos sobre la realidad del objeto de investigación. En este sentido explica que las variables representan las características observables de una realidad en evaluación. En el enfoque cuantitativo, estas variables adquieren valores o unidades de medida, lo cual se logra a través de la operacionalización o definición operativa de las variables.

3.1.2 Enfoque cualitativo

Complementariamente, se emplea un enfoque cualitativo con el propósito de explorar e interpretar las percepciones, opiniones y experiencias de actores clave, como comerciantes, autoridades locales y visitantes frecuentes, a través de entrevistas semiestructuradas. Este enfoque resulta fundamental para comprender los factores subjetivos que influyen en la viabilidad del bulevar peatonal, como la valoración del entorno urbano, las expectativas de desarrollo económico, o la percepción sobre la calidad del servicio ofrecido.

Según los autores Hernández et al (2021) el enfoque es cualitativo cuando se centra en explorar, comprender y describir fenómenos sociales, culturales o subjetivos desde la perspectiva de las personas involucradas. Este enfoque se caracteriza por trabajar con datos no numéricos, como palabras, imágenes, textos o comportamientos, y busca captar la riqueza y complejidad de las experiencias humanas. Por consiguiente, al evaluar en esta investigación la perspectiva de los residentes y turistas sobre su experiencia previa en el Bulevar, se obtiene información clave que contribuye significativamente al desarrollo del trabajo.

3.2 Tipo y diseño de la investigación

3.2.1 Alcance de la Investigación

El presente estudio tiene un enfoque exploratorio y descriptivo, ya que se orienta a indagar y caracterizar aspectos poco estudiados sobre el mercado potencial, la demanda, la oferta y la comercialización en el Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en Riobamba.

Su naturaleza exploratoria responde a la necesidad de identificar elementos clave y comprender un fenómeno sin antecedentes investigativos significativos en el área local, mientras que el enfoque descriptivo permitió detallar las características, percepciones y comportamientos de los actores involucrados. Para ello, se empleó un diseño metodológico mixto. En una primera etapa, se realizó una investigación bibliográfica a partir del análisis de documentos académicos, artículos científicos y fuentes disponibles en línea, lo que facilitó la identificación de las principales variables y dimensiones de estudio: por ejemplo, dentro del mercado potencial se consideraron dimensiones como el perfil del visitante, su comportamiento y preferencias; en la demanda, las necesidades de los consumidores y su frecuencia de visita; en la oferta, los tipos de negocios existentes y su nivel de aceptación; y en la comercialización, los canales, estrategias y procesos utilizados por los actores locales.

En la segunda etapa, se desarrolló un trabajo de campo con técnicas tanto cuantitativas como cualitativas. Se aplicaron 195 encuestas dirigidas a una muestra representativa de turistas nacionales, calculada mediante fórmula estadística, y se incluyeron tres poblaciones clave: turistas, 20 residentes de la zona, y autoridades locales, a quienes se realizaron entrevistas semiestructuradas. Esta estrategia permitió recopilar datos relevantes desde múltiples perspectivas, integrando variables e indicadores definidos previamente, lo cual fortalece la validez del análisis y permite una comprensión más completa del fenómeno estudiado.

3.2.1.1 Alcance exploratorio y alcance descriptivo.

Dado que el material de estudio es algo difícil de encontrar en una ciudad como Riobamba, resulta complicado acceder a información relacionada con el tema, por lo que se opta por un alcance exploratorio ya que el autor Carlos Ramos Galarza (2020), nos explica que, dentro del ámbito de la exploración, la investigación se aplica a fenómenos que no han sido estudiados antes, y existe interés en examinar sus características. En los métodos cuantitativos se aplican procedimientos básicos de análisis de datos para identificar la frecuencia de ocurrencia de fenómenos de interés y sus características generales.

Por otro lado, el alcance investigativo permite a los grupos definidos a realizar un estudio, cuantitativo, siguiendo el enfoque planteado por autor Carlos Ramos Galarza (2020), donde explica que en el alcance investigativo se conocen las características del fenómeno y lo que se busca es revelar su presencia en un determinado grupo. En la investigación cualitativa de alcance descriptivo, el objetivo es realizar una investigación

narrativa fenomenológica o constructivista que tenga como objetivo describir las representaciones subjetivas de un fenómeno que ocurre en grupos humanos.

Se analizó la relación de las variables, de la oferta, demanda y comercialización, por ello se tiene dos grupos de población.

En la primera población para la investigación se limitó a analizar a una muestra de 20 residentes de la zona entre ellos comerciantes dedicados a la prestación de servicios o productos, por otro lado, se tomó la población de los turistas nacionales y para ello se cuenta con una muestra de 195 turistas que visitan la zona, se realizó contacto con las dos muestras de manera física y digital usando la plataforma de forms. A cada encuestado se le pidió de la manera más comedida que llenen las encuestas para evaluar a las variables.

Del mismo modo se realizó entrevistas a entidades vinculadas con el proyecto con el objetivo de recabar información especializada y perspectiva directa de los principales actores involucrados en la gestión del Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja en Riobamba, para el análisis de mercado del proyecto. A través de ellas se buscaba identificar cómo se gestiona la demanda y la afluencia de visitantes, comprender los mecanismos de comercialización y promoción, evaluar la oferta comercial formal e informal, analizar las acciones de seguridad y control implementadas, recoger opiniones personales sobre los logros y desafíos, y entender las formas de trabajo y coordinación interinstitucional que sostienen el funcionamiento del bulvar. Esta información permitirá fundamentar el análisis, identificar oportunidades de mejora y proponer estrategias más efectivas para el desarrollo del proyecto.

3.2.2 Diseño de Investigación

3.2.2.1 *No Experimental: Transeccional /transversal.*

La investigación no es de carácter experimental dado a que no se busca manipular las variables ni el entorno de la investigación para lograr obtener los resultados, por su contrario los resultados saldrán de la población neta y sus perspectivas del problema. Así también como se puede entender lo explicado por los autores Arias J. et al (2021) la investigación no experimental se caracteriza por no manipular deliberadamente variables, Este estudio no implicará la manipulación de ninguna variable independiente. Se recolectarán datos sobre las variables independientes y las variables dependientes mediante observación y encuestas. El diseño no experimental permitirá analizar las relaciones entre las variables sin intervenir en el entorno.

3.3 Técnicas de recolección de Datos

3.3.1 Población de estudio y tamaño de muestra

3.3.1.1 *Población 1*

Para la investigación se visitó y encuestó a 20 residentes y comerciantes de la zona, específicamente de la avenida Daniel León Borja ya que es la zona que se encontrará más vinculada con el estudio.

3.3.1.2 Población 2

Para obtener una comprensión profunda del Análisis de Mercado del Bulevar Peatonal en la Avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba, se llevaron a cabo entrevistas con tres personas clave. Estos individuos, vinculados directamente con la gestión y el desarrollo del bulevar, proporcionaron perspectivas fundamentales para la investigación. Los entrevistados fueron: la Mgtr. Cristina Uzcategui, analista de turismo del GAD municipal de Riobamba; el Mgtr. Fabián Codel, director de la Dirección de Control; y el Abg. César Abel Bazantes Segovia, encargado de seguridad. Las entrevistas abordaron la demanda, comercialización, oferta, seguridad, opinión personal y forma de trabajo relacionados con el bulevar.

3.3.1.3 Población 3

Al desconocer a ciencia cierta el número exacto de turistas nacionales que visitan diariamente la Avenida Daniel León Borja o los anteriores bulevares realizados en la zona se realizó una encuesta piloto para poder definir el nivel los niveles de probabilidad de éxito y de fracaso teniendo como “p” del 0.85, aplicando la fórmula para nuestra muestra nos dio un total de 195 personas a encuestar.

3.3.1.4 Muestra

Población infinita:

Para la aplicación de esta fórmula, en este caso los valores de $p=0,85$ y $q=0,15$,

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2} ;$$

E = Margen de error admisible ($5\% \Rightarrow 0,05\%$)

p = Probabilidad de ocurrencia de un fenómeno 0,85

q = Probabilidad de no ocurrencia de un fenómeno 0,15

$Nc=95\% > Z \Rightarrow 1,96$

n =Tamaño de la muestra

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 * p * q}{E^2} \\ n &= \frac{1,96^2 * 0,85 * 0,15}{0,05^2} \\ n &= 196 \end{aligned}$$

3.3.2 Hipótesis

Hipótesis General

H_i : Existe un mercado potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_0 : No existe un mercado potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Hipótesis Específica

H_{E1} : Existe una demanda potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_{E2} : Existe una oferta potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_{E3} : Existe una comercialización potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

3.3.3 Métodos de análisis, y procesamiento de datos

3.3.3.1 Técnica: Encuesta

Etapas 1. Los datos obtenidos para el diagnóstico de la oferta demandan y comercialización con los distintos representantes de los establecimientos y residentes de la zona donde se aplicó las siguientes técnicas:

- Encuesta a 20 encuestados sobre la implementación de boulevard
- Tabulación de resultados mediante el programa estadístico SPSS v-27
- Análisis cuantitativo de datos obtenidos mediante SPSS v-27

Para analizar la oferta turística en el bulevar peatonal de la avenida Daniel León Borja, a los turistas nacionales que visitan la zona se implementó las siguientes técnicas:

- Encuesta a 195 turistas
- Tabulación de resultados mediante el programa estadístico SPSS v- 27
- Análisis cuantitativo de datos obtenidos mediante SPSS v-27

3.3.3.2 Validez y confiabilidad de los instrumentos

Selección de los expertos:

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

Validación de encuestas por expertos:

Tabla 1. Validación de encuestas por expertos

N.º	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO
1	Dr. José Álvarez Román, PhD	Docente en la Universidad Nacional de Chimborazo, cátedra Proyectos Turísticos y Emprendimientos.

Nota: Elaboración propia

Resultado en base a la evaluación de expertos para aplicación de encuestas:

Las encuestas fueron validadas por expertos con formación y conocimientos en el campo turístico, y con especialización en oferta turística. Para la validación, se utilizó una tabla de evaluación que calificaba parámetros como el diseño, la relación con el título de la investigación, la mención de variables, el cumplimiento de objetivos y la coherencia entre preguntas. Este instrumento fue revisado y evaluado por el tutor de la investigación y una técnica de la dirección de turismo municipal, quienes concluyeron que el cuestionario está alineado con las necesidades del investigador y puede ser aplicado, asimismo se adquirió el nivel de confiabilidad mediante la aprobación de expertos y Alfa de Cronbach obtenidos de una encuesta piloto realizada previo a la investigación.

Evaluación de la confidencialidad de las encuestas

Para evaluar la confiabilidad de las encuestas, se utiliza el estadístico Alfa de Cronbach. Este estadístico permite determinar el grado de consistencia de las respuestas obtenidas en las encuestas piloto, que en total son 20. Además, las encuestas emplean una escala de medición Likert, una herramienta psicométrica que facilita una mejor comprensión del nivel de satisfacción o aceptación de los encuestados respecto a los temas investigados.

Confiabilidad del instrumento

Para determinar la consistencia interna del instrumento de recolección de datos, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual es utilizado para evaluar el grado de correlación entre los ítems de un cuestionario y, por ende, su fiabilidad. Esta prueba se realizó mediante el software IBM SPSS Statistics versión 27, utilizando los datos obtenidos de una prueba piloto.

La siguiente tabla presenta los resultados obtenidos:

Alfa de Cronbach

Tabla 2. Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,960	15

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

El resultado obtenido ($\alpha = 0,960$) indica una excelente confiabilidad del instrumento, ya que supera ampliamente el umbral mínimo aceptable de 0,70 propuesto por los estándares metodológicos (Oviedo & Campo-Arias, 2005). Esto implica que los ítems del cuestionario están altamente correlacionados entre sí y que la escala mide consistentemente el constructo planteado en la hipótesis general.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados

4.1.1 Entrevista aplicada a las Autoridades correspondientes.

Dentro del marco del presente estudio, resulta clave comprender el punto de vista de los actores importantes que influyen en proyecto; por ello los hallazgos más relevantes obtenidos a partir de entrevistas realizadas a tres actores clave: una analista de turismo, el encargado de seguridad y el director de control municipal, en el marco del Análisis de Mercado del Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja, en la ciudad de Riobamba. El objetivo central fue comprender cómo operan los elementos de demanda, comercialización, oferta, seguridad buscando entender también su opinión institucional y forma de trabajo en torno a este espacio peatonal. A través del testimonio directo de los involucrados, se recogen percepciones, estrategias y propuestas fundamentales para consolidar el bulevar como un referente de desarrollo turístico, comercial y urbano en la ciudad.

La demanda del Bulevar se ve incentivada principalmente por la realización de eventos culturales y deportivos, como lo destaca la analista de turismo:

“el bulevar se ha activado en feriados o actividades complementarias vinculadas con la Dirección de Cultura” (E1).

Demostrando que las actividades relacionadas con el bulevar festejan y promueven la participación activa del público e incentivan la conexión con el deporte dentro de la ciudad, al ser este un espacio central donde se involucran las distintas direcciones del municipio.

Asimismo, la seguridad es un factor clave en la atracción de visitantes. El encargado de seguridad señala que trabaja de la mano con policía nacional y los agentes de control donde las familias y diferente público se acercan en confianza según el comenta:

“con espacios seguros la ciudadanía puede disfrutar en familia de los comercios riobambeños” (E2).

Dando a entender también que los riobambeños tienen un mejor desenvolvimiento en el espacio ya que las medidas de seguridad son notorias en su mayoría, claramente trabajan con un buen sistema de gestión de seguridad, pero al ser un proyecto ocasional el bulevar poco a poco tiene que contar con medidas permanentes y efectivas si se busca su implementación para así poder asegurar ese sentimiento de disfrute y confort en los visitantes la mayoría del tiempo.

Por su parte, el director de control reconoce que la peatonalización permite una mejor experiencia para los peatones y dinamiza el turismo:

“peatonalizar es una forma de invertir en turismo... y potenciar el turismo” (E3).

El punto vital de dar una apuesta al turismo con un enfoque en la economía, se sabe que en Ecuador el turismo es una de las mayores fuentes de ingreso es el turismo y aplicar en Riobamba una propuesta con el potencial del bulevar es un tiro asertivo en la dirección correcta ya que promueve la inversión dentro de la ciudad generando espacios más atractivos para el consumo local y turístico, impulsando la economía circular, y consolidando a Riobamba como un destino competitivo y moderno a nivel nacional.

Por otra parte, la promoción del bulevar se centra en la propuesta al público de todas las edades por lo que deciden usar un canal que abarque más mercado por ello ha estado centrada en las redes sociales y en el trabajo colaborativo con los comerciantes. Según la analista de turismo,

“La promoción que se ha generado ha sido a través de nuestras redes sociales y a través de nuestros prestadores de servicio que también han vinculado su promoción igual en sus redes sociales.” (E1).

Desde el enfoque institucional, el director de control plantea que se busca una regulación más estricta con la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE), para asegurar calidad y legalidad en los negocios, evitando que comercios de comida se conviertan en expendios de licor.

“La licencia única de actividades económicas... va a regular todo esto” (E3).

Esta medida, además de fortalecer el orden en el bulevar, brinda mayor seguridad jurídica a los comerciantes formales que cumplen con la normativa vigente. Dicha regulación no solo delimita claramente los giros autorizados de los negocios, sino que también busca contener el crecimiento de la informalidad, un tema que genera malestar entre los comerciantes establecidos.

La presencia de vendedores informales, al operar sin controles sanitarios, tributarios ni de seguridad, no solo acapara ventas de forma desleal, sino que también deteriora la imagen del bulevar como espacio turístico y ordenado. Esta percepción ha sido reiterada por los actores económicos de la zona, quienes consideran urgente una intervención institucional equilibrada que, sin criminalizar el trabajo informal, asegure condiciones equitativas y armónicas para el desarrollo comercial. En este contexto, la implementación de la LUAE se proyecta como una herramienta clave para fortalecer la confianza de los negocios formales, proteger su inversión y preservar la estética y funcionalidad del espacio público.

En cuanto a la oferta, el bulevar concentra principalmente negocios de alimentos, bebidas y emprendimientos locales. La analista de turismo menciona que se ha trabajado con “establecimientos de alimentos y bebidas... artesanos y emprendedores” (E1).

Esta diversidad de oferta no solo responde a las necesidades básicas de los visitantes, sino que también refleja el compromiso institucional por impulsar el emprendimiento local como parte del atractivo turístico del bulevar. La presencia de artesanos y pequeños negocios fomenta una identidad cultural propia del sector, diferenciándolo de otros espacios comerciales convencionales y promoviendo una experiencia más auténtica para el consumidor.

El director de control amplía este análisis reconociendo el conflicto entre formales e informales, pero aclara que la solución no está en reprimir, sino en organizar:

“hay que tratar de reubicar, pero no hay que olvidar la oferta y demanda... hay que concientizar que, si queremos una ciudad, más o menos, nada debe partir de nosotros” (E3).

Esta postura evidencia una visión estructural del problema, en la que se reconoce que la informalidad no es únicamente un fenómeno económico, sino también cultural y social. En lugar de recurrir a estrategias punitivas, se propone una solución basada en la creación de espacios adecuados para la reubicación, así como en procesos de concienciación ciudadana que promuevan un consumo responsable y ordenado. De este modo, se busca equilibrar el derecho al trabajo con la necesidad de mantener la imagen, funcionalidad y competitividad del bulevar.

El encargado de seguridad enfatiza que los principales problemas son los libadores en espacios públicos, pero que se han logrado avances importantes mediante capacitación, dotación de equipos y presencia policial. Además, propone “proyectos comunitarios de seguridad ciudadana” y uso de tecnología como el ECU-911 (E2). La analista de turismo también apunta que los ciudadanos piden mayor control, a pesar de que “solo se han presentado focos de consumo de alcohol” (E1). Por su parte, el director de control destaca que “el protocolo más eficaz es el diálogo” (E3) para resolver conflictos entre comerciantes.

Los tres entrevistados coinciden en que el bulevar ha aportado positivamente a la ciudad. La analista de turismo resalta que

“les da más actividades de recreación a los visitantes y turistas” (E1)

Lo que evidencia que el espacio ha logrado posicionarse no solo como un punto de encuentro comercial, sino también como un entorno de esparcimiento y convivencia. Esta percepción favorable sugiere que el bulevar ha cumplido con su propósito inicial de revitalizar una zona estratégica de la ciudad, ofreciendo alternativas culturales, recreativas y económicas tanto para residentes como para visitantes, y contribuyendo así a mejorar la calidad de vida y el atractivo turístico del sector.

El encargado de seguridad afirma que

“en los eventos no se ha reportado ningún incidente” (E2),

Lo que valida su impacto positivo y refuerza la percepción del bulevar como un espacio seguro y bien gestionado. Esta ausencia de incidentes durante actividades masivas refleja una coordinación institucional efectiva y un comportamiento cívico favorable por

parte de la ciudadanía. Además, contribuye a fortalecer la confianza de comerciantes y visitantes, consolidando al bulevar como un entorno adecuado para el disfrute familiar, el turismo y la actividad económica ordenada.

Finalmente, el director de control considera que la ciudadanía

“ha respondido de una manera muy asertiva... al tener un Boulevard... genera otro tipo de espectro” (E3)

Permitiendo una forma más sana de convivir en el espacio público. Esta afirmación resalta la apropiación social del bulevar como un entorno inclusivo, donde familias, jóvenes y turistas pueden interactuar en un ambiente seguro y ordenado. La transformación del espacio urbano en un lugar de encuentro y recreación evidencia un cambio positivo en los hábitos de uso del centro histórico, reforzando el sentido de pertenencia y promoviendo una cultura ciudadana basada en el respeto, la participación y la convivencia armónica.

El Bulevar Peatonal de la Avenida Daniel León Borja se ha consolidado como un espacio que impulsa el turismo, la economía local y la convivencia ciudadana. Las entrevistas realizadas reflejan una percepción positiva sobre su impacto, destacando su contribución a la recreación, la seguridad y el orden comercial. Si bien persisten desafíos en movilidad y control de la informalidad, la coordinación institucional y la participación ciudadana permiten proyectar al bulevar como un modelo de desarrollo urbano sostenible para Riobamba.

4.1.2 Encuesta aplicada a los residentes de la Av. Daniel León Borja, ciudad de Riobamba.

Se analizó las siguientes preguntas en base a las variables de investigación, dirigida a la población de residentes de la zona, en la que se encuentran un número de 20 encuestados donde varían residentes y comerciantes.

OFERTA

4.1.2.1 La implementación del bulevar peatonal ha mejorado la oferta turística en la zona

Tabla 3. La implementación ha mejorado la oferta.

La implementación del bulevar peatonal ha mejorado la oferta turística en la zona			
	N		%
Deficiente		3	15,0%
Regular		6	30,0%
Buena		9	45,0%
Muy Buena		1	5,0%
Excelente		1	5,0%
TOTAL		20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

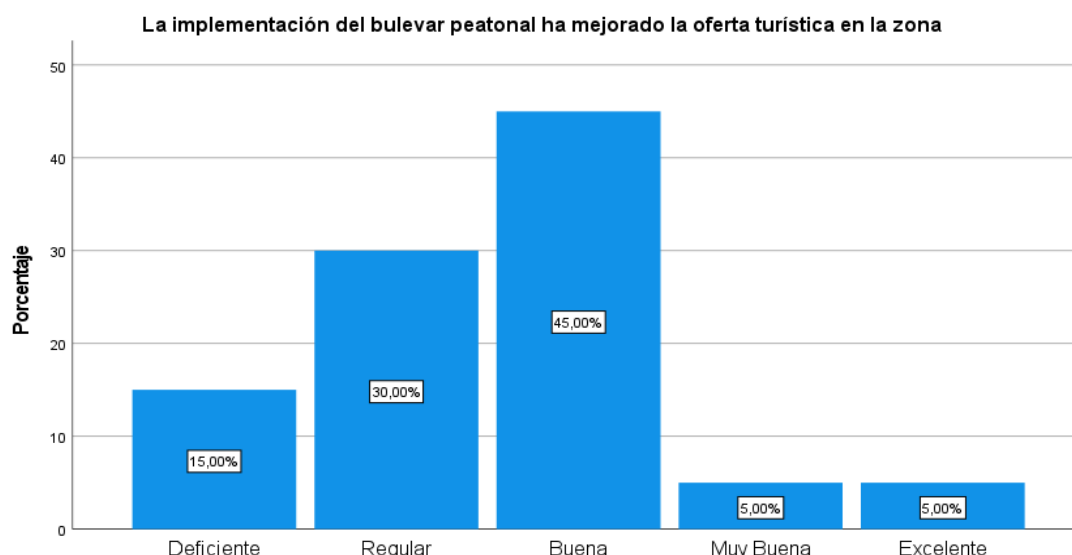


Figura 1. La implementación del bulevar peatonal ha mejorado la oferta turística en la zona

La implementación del bulevar peatonal ha tenido un impacto positivo en la oferta turística de la zona, según los datos obtenidos. Un 45% de los encuestados calificaron la mejora como “Buena”, lo que representa la opinión más común. Además, un 5% la calificó como “Muy Buena” y otro 5% como “Excelente”, sumando un total del 55% que perciben un efecto claramente positivo. Por otro lado, un 30% considera que la oferta turística ha mejorado de manera “Regular”, y un 15% la califica como “Deficiente”. Estos resultados indican que, aunque la mayoría de las personas ven mejoras significativas, todavía hay una porción considerable que percibe áreas de oportunidad para optimizar aún más la oferta turística en la zona.

4.1.2.2 ¿Considera que el mantenimiento actual de la avenida es adecuado para un proyecto de bulevar peatonal?

Tabla 4. Mantenimiento actual de la avenida es adecuado.

¿Considera que el mantenimiento actual de la avenida es adecuado para un proyecto de bulevar peatonal?		
	N	%
Deficiente	5	25,0%
Regular	7	35,0%
Buena	6	30,0%
Muy buena	1	5,0%
Excelente	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

¿Considera que el mantenimiento actual de la avenida es adecuado para un proyecto de boulevard peatonal?

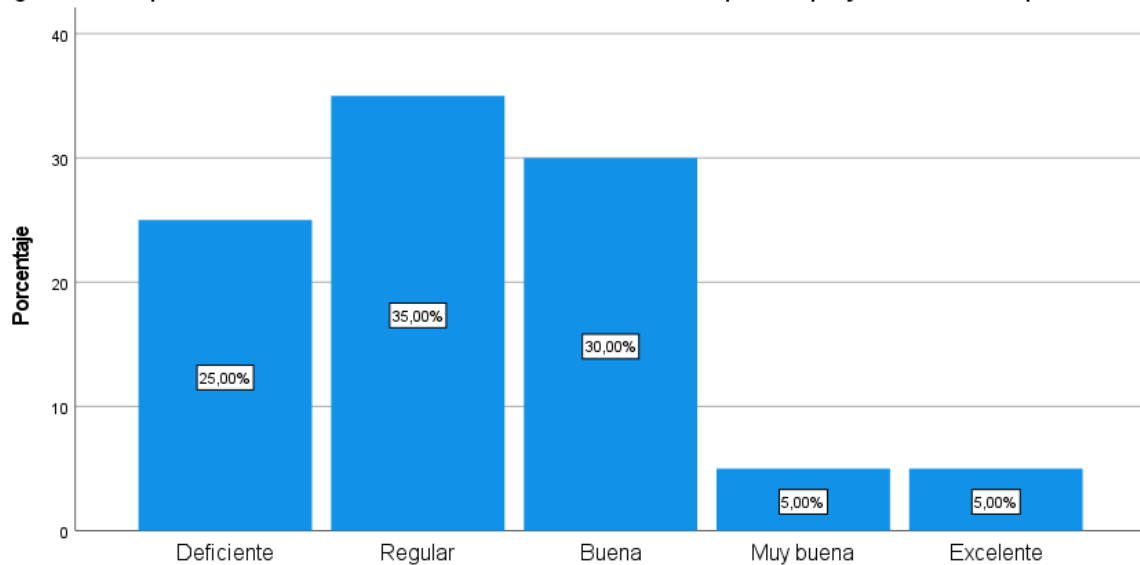


Figura 2. Mantenimiento actual de la avenida es adecuado.

La percepción sobre la adecuación del mantenimiento actual de la avenida para un proyecto de boulevard peatonal muestra una gama de opiniones. Un 30% de los encuestados considera que el mantenimiento es “Bueno”, indicando que casi un tercio ve el estado de la avenida como adecuado para el proyecto. Además, un 5% lo califica como “Muy Bueno” y otro 5% como “Excelente”. Sin embargo, el grupo más grande, el 35%, describe el mantenimiento como “Regular”, lo que sugiere que hay áreas que necesitan mejoras. Un 25% considera que el mantenimiento es “Deficiente”, señalando preocupaciones significativas sobre el estado actual de la avenida. En conjunto, estos resultados indican que, aunque hay una percepción favorable entre una parte de los encuestados, existe una considerable demanda de mejoras en el mantenimiento para que la avenida esté completamente adecuada para un boulevard peatonal.

DEMANDA

4.1.2.3 *Creo que la implementación de un boulevard peatonal podría incrementar mis ventas y beneficios.*

Tabla 5. La implementación de un boulevard peatonal podría incrementar mis ventas y beneficios.

Creo que la implementación de un boulevard peatonal podría incrementar mis ventas y beneficios.			
	N		%
Deficiente		2	10,0%
Regular		5	25,0%
Buena		9	45,0%
Muy Buena		2	10,0%
Excelente		2	10,0%
TOTAL		20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

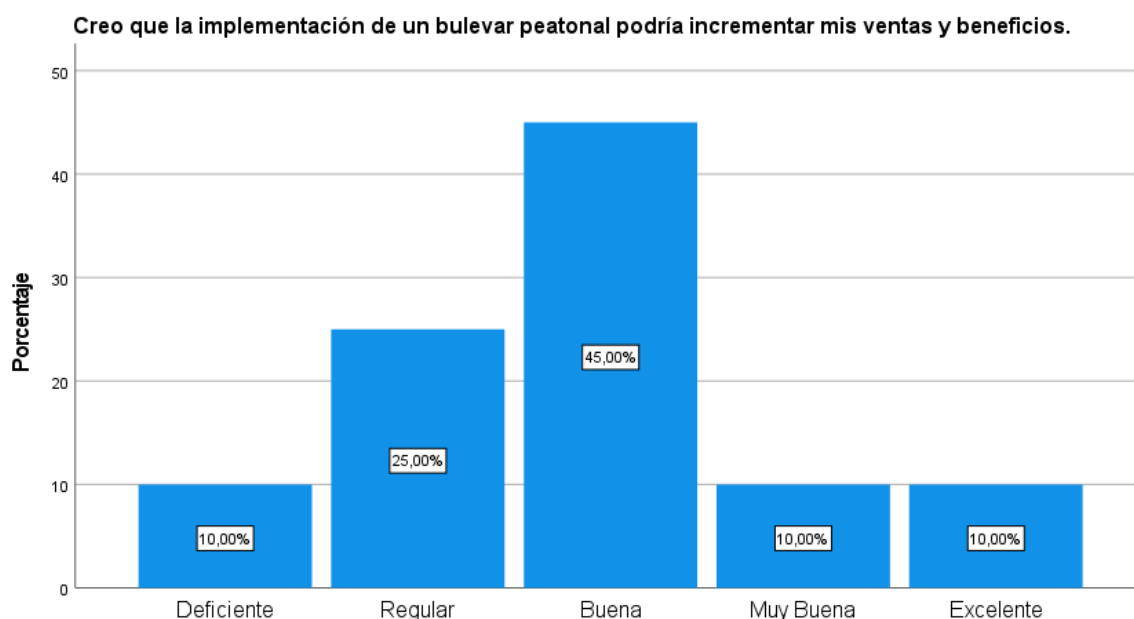


Figura 3. la implementación de un bulevar peatonal podría incrementar mis ventas y beneficios.

La percepción sobre el impacto de la implementación de un bulevar peatonal en el incremento de ventas y beneficios de los comerciantes locales es mayoritariamente positiva. Un 45% de los encuestados considera que el impacto sería “Bueno”, indicando que casi la mitad espera un incremento favorable en sus ventas y beneficios. Un 10% adicional opina que el impacto sería “Muy Bueno” y otro 10% lo califica como “Excelente”, sumando un total del 65% de opiniones positivas. Sin embargo, un 25% de los encuestados cree que el impacto sería “Regular” y un 10% lo considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan un optimismo generalizado sobre el potencial del bulevar peatonal para mejorar las ventas y beneficios, aunque una minoría significativa ve margen para dudas y posibles mejoras.

4.1.2.4 Un bulevar peatonal contribuiría al desarrollo económico y comercial de la zona.

Tabla 6. Contribuiría al desarrollo económico y comercial.

Un bulevar peatonal contribuiría al desarrollo económico y comercial de la zona.		
	N	%
Deficiente	1	5,0%
Regular	5	25,0%
Buena	10	50,0%
Muy Buena	3	15,0%
Excelente	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

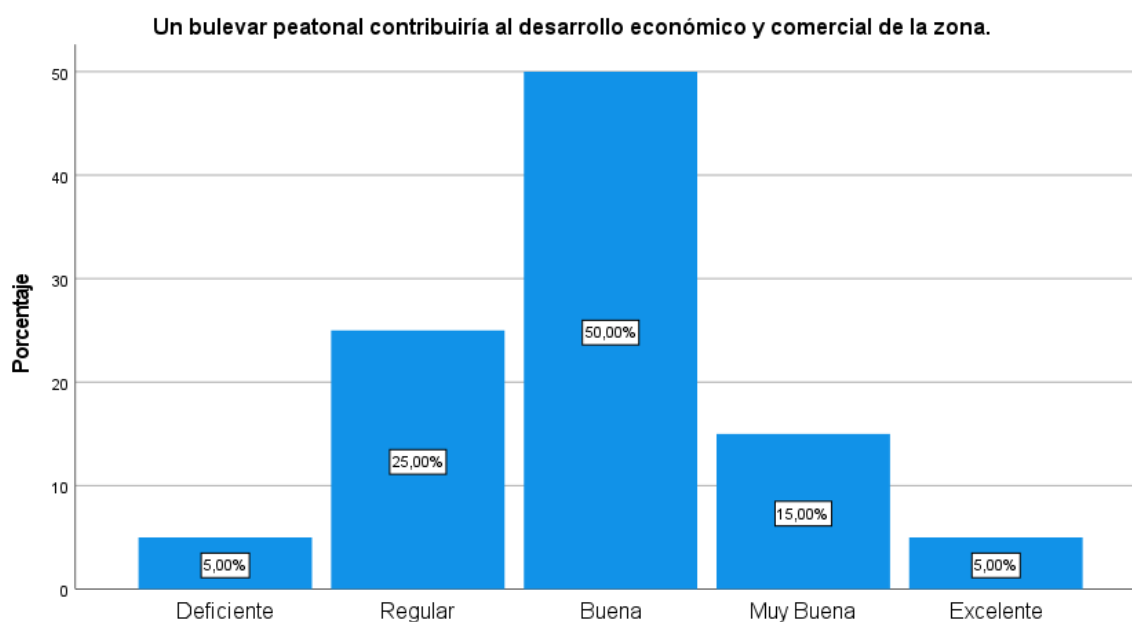


Figura 4. Contribuiría al desarrollo económico y comercial.

La percepción sobre el impacto de un bulevar peatonal en el desarrollo económico y comercial de la zona es predominantemente positiva. Un 50% de los encuestados considera que el impacto sería “Bueno”, mientras que un 15% adicional cree que sería “Muy Bueno” y un 5% lo califica como “Excelente”. Esto suma un total del 70% de opiniones favorables. Sin embargo, un 25% de los encuestados opina que el impacto sería “Regular” y un 5% lo considera “Deficiente”. Estos resultados indican que, aunque la mayoría de las personas tienen una percepción positiva sobre el impacto del bulevar peatonal en el desarrollo económico y comercial de la zona, todavía hay una fracción significativa que alberga dudas y ve posibles áreas de mejora.

COMERCIALIZACIÓN

4.1.2.5 La afluencia de personas en el bulevar peatonal beneficiará la venta de mis productos/servicios.

Tabla 7. La afluencia de personas beneficiará la venta.

La afluencia de personas en el bulevar peatonal beneficiará la venta de mis productos/servicios.		
	N	%
Deficiente	3	15,0%
Regular	4	20,0%
Buena	9	45,0%
Muy Buena	3	15,0%
Excelente	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27}

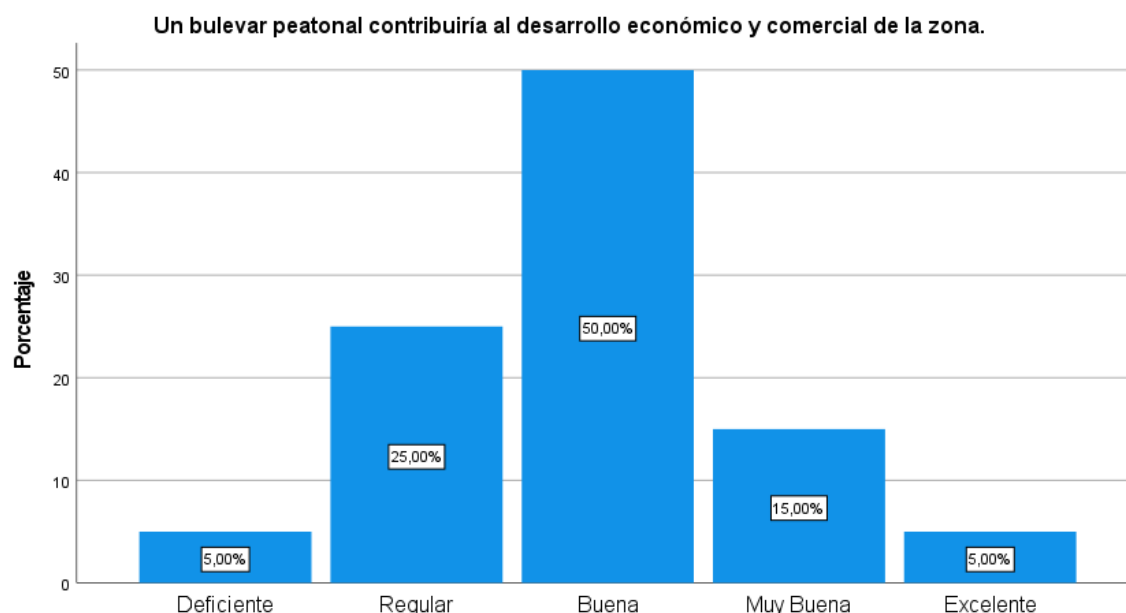


Figura 5. La afluencia de personas beneficiará la venta de mis productos/servicios

El análisis de la encuesta indica que el aumento de la afluencia peatonal tendrá un impacto positivo en la venta de sus productos/servicios. La mayoría de los encuestados (65.0%) considera que el impacto será ‘bueno’, ‘muy bueno’ o ‘excelente’. Esto sugiere una expectativa generalizada de que un mayor flujo de personas se traducirá en un aumento de las ventas.

Si bien un 35.0% de los encuestados indicó una respuesta menos positiva, es importante comprender las razones detrás de su opinión para implementar estrategias que maximicen el beneficio para su negocio.

Análisis e interpretación de la encuesta a los residentes de la zona: Información específica.

Tabla 8. Análisis e interpretación Información específica.

N.º	PREGUNTA	PORCENTAJES	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN
Oferta Turística			
1	El bulevar peatonal ha atraído a más turistas, lo cual ha beneficiado mi negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 4 (20.0%) • Regular: 6 (30.0%) • Buena: 9 (45.0%) • Muy buena: 1 (5.0%) 	La mayoría de las personas (45.0%) consideran que el bulevar peatonal ha beneficiado su negocio de manera buena, Esto sugiere que, aunque hay un impacto positivo, aún existen áreas de mejora.
2	La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los turistas, lo cual beneficia a mi negocio/residencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 3 (15.0%) • Regular: 9 (45.0%) • Buena: 7 (35.0%) • Excelente: 1 (5.0%) 	El 35.0% considera que la seguridad es buena, mientras que el 45.0% la califica como regular. Esto indica que, aunque la mayoría percibe la seguridad como aceptable, existe un margen importante para mejoras en la percepción de los turistas y residentes.

3	¿Qué tan satisfecho está con la cantidad de espacios comerciales disponibles en la avenida Daniel León Borja?	<ul style="list-style-type: none"> • Regular: 7 (35.0%) • Buena: 10 (50.0%) • Muy Buena: 3 (15.0%) 	La mayoría (50.0%) está satisfecha con los espacios comerciales calificándolos como buenos, mientras que un 35.0% los considera regulares y un 15.0% como muy buenos. Esto sugiere una percepción mayormente positiva, aunque hay oportunidad para mejorar la cantidad o calidad de estos espacios.
4	¿Cree que un bulevar peatonal podría aumentar la ocupación y el uso de los espacios comerciales en esta zona?	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 2 (10.0%) • Regular: 5 (25.0%) • Buena: 9 (45.0%) • Muy Buena: 3 (15.0%) • Excelente: 1 (5.0%) 	El 45.0% cree que el bulevar peatonal podría aumentar la ocupación y uso de los espacios comerciales de manera buena, mientras que un 15.0% lo califica como muy buena y un 5.0% como excelente, lo que indica opiniones divididas pero con una inclinación positiva.
5	¿Considera que la variedad de comercios actuales en la avenida es suficiente para atraer a más clientes si se implementa un bulevar peatonal?	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 1 (5.0%) • Regular: 9 (45.0%) • Buena: 7 (35.0%) • Muy Buena: 2 (10.0%) • Excelente: 1 (5.0%) 	El 35.0% considera que la variedad de comercios es buena para atraer más clientes con un bulevar peatonal, mientras que un 45.0% opina que es regular. Solo un 15.0% la califica como muy buena o excelente, y un 5.0% la ve como deficiente. Esto refleja que, aunque hay aceptación, se necesita diversificar más la oferta comercial.
Demanda Turística			
6	La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio para los comerciantes locales en el bulevar peatonal.	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 3 (15.0%) • Regular: 4 (20.0%) • Buena: 7 (35.0%) • Muy Buena: 3 (15.0%) • Excelente: 3 (15.0%) 	El 35.0% considera que la afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio de manera buena, mientras que un 30.0% opina que será muy buena o excelente. Sin embargo, un 35.0% la percibe como regular o deficiente, lo que muestra optimismo moderado con espacio para reforzar estrategias de atracción turística y comercial.
7	La creación del bulevar peatonal fomentará el desarrollo económico de la zona a través del turismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 2 (10.0%) • Regular: 6 (30.0%) • Buena: 8 (40.0%) • Muy Buena: 2 (10.0%) • Excelente: 2 (10.0%) 	El 40.0% cree que el bulevar peatonal fomentará el desarrollo económico de la zona de manera buena, y un 20.0%, un 40.0% lo percibe entre regular y deficiente, lo que indica una percepción mayormente positiva, pero con dudas sobre el impacto total en la economía local.
8	En general, tengo una percepción positiva sobre el impacto que el bulevar peatonal tendrá en la demanda turística de la zona.	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 2 (10.0%) • Regular: 5 (25.0%) • Buena: 9 (45.0%) • Muy Buena: 2 (10.0%) • Excelente: 2 (10.0%) 	El 45.0% tiene una percepción positiva calificándola como buena. Un 35.0% tiene opiniones más moderadas entre regular y deficiente. Esto sugiere optimismo generalizado sobre el impacto del bulevar peatonal en la demanda turística, aunque aún hay margen para ganar confianza.
9	La creación de un bulevar peatonal aumentaría las ventas de los comercios locales	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 2 (10.0%) • Regular: 2 (10.0%) • Buena: 11 (55.0%) • Muy Buena: 4 (20.0%) • Excelente: 1 (5.0%) 	La mayoría (55.0%) considera que la creación del bulevar aumentaría las ventas de los comercios. Sin embargo, un 20.0% lo ve entre regular y deficiente, lo que indica una visión mayormente positiva, aunque con algo de escepticismo.

10	El bulevar peatonal incentivaría la apertura de nuevos negocios en la zona	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 3 (15.0%) • Regular: 4 (20.0%) • Buena: 7 (35.0%) • Muy Buena: 4 (20.0%) • Excelente: 2 (10.0%) 	El 35.0% cree que el bulevar peatonal incentivaría la apertura de nuevos negocios de manera buena, y un 30.0% lo ve entre muy buena o excelente. Sin embargo, un 35.0% tiene una percepción más moderada entre regular y deficiente, lo que muestra una actitud positiva general, pero con algunos interrogantes sobre su efectividad en este aspecto.
COMERCIALIZACIÓN (venta de productos y servicios)			
11	Un bulevar peatonal beneficiará más a ciertos tipos de negocios que a otros, afectando la competencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 2 (10.0%) • Regular: 6 (30.0%) • Buena: 7 (35.0%) • Muy Buena: 5 (25.0%) 	El 35.0% opina que un bulevar peatonal beneficiará a ciertos tipos de negocios de manera buena. Sin embargo, un 40.0% tiene una percepción más moderada entre regular y deficiente, lo que indica que, aunque se reconoce un impacto positivo, hay preocupación por cómo afectará la competencia entre los negocios.
12	El bulevar peatonal ofrecería nuevas oportunidades para eventos y promociones especiales	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 2 (10.0%) • Regular: 5 (25.0%) • Buena: 8 (40.0%) • Muy Buena: 4 (20.0%) • Excelente: 1 (5.0%) 	El 40.0% considera que el bulevar peatonal ofrecería buenas oportunidades para eventos y promociones especiales, y un 25.0% lo ve como regular. Un 25.0% opina que estas oportunidades serían muy buenas o excelentes. Esto refleja una percepción mayormente positiva, pero también un 35.0% tiene opiniones más reservadas.
13	Con un bulevar peatonal, sería más fácil analizar el flujo de personas frente a mi negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Regular: 4 (20.0%) • Buena: 10 (50.0%) • Muy Buena: 3 (15.0%) • Excelente: 1 (5.0%) 	La mayoría (50.0%) considera que un bulevar peatonal facilitaría el análisis del flujo de personas frente a sus negocios de manera buena, lo que indica que, aunque hay un impacto positivo percibido, algunos pueden ver limitaciones en esta ventaja.

Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación de la encuesta a los residentes de la zona: Información general e información complementaria.

Tabla 9. Análisis e interpretación de la encuesta a los residentes de la zona

N.º	PREGUNTA	PORCENTAJES	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN
1	Edad	8-29 años: <ul style="list-style-type: none"> • 23 años (5%) • 24 años (5%) • 25 años (5%) Total: 15% 30-39 años: <ul style="list-style-type: none"> • 33 años (5%) • 34 años (5%) • 40 años (10%) Total: 20% 40-49 años <ul style="list-style-type: none"> • 41 años (5%) 	La distribución de edades entre los encuestados sobre el bulevar peatonal de la Avenida Daniel León Borja muestra una amplia representación, con un 80% de los participantes provenientes de 16 edades diferentes, cada una con un 5% de representación. Esto indica una diversidad significativa en las opiniones, abarcando un amplio rango etario. Además, el 20% restante de los encuestados tiene edades específicas (40 y 47 años) que cuentan con una mayor representación, lo que sugiere que estos grupos podrían tener opiniones más prominentes o diferenciadas sobre el bulevar. En conjunto, esta distribución equilibrada

	<ul style="list-style-type: none"> • 43 años (5%) • 47 años (10%) • 48 años (5%) <p>Total: 25%</p> <p>50-59 años:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 años (5%) • 51 años (5%) • 53 años (5%) • 54 años (5%) • 55 años (5%) • 58 años (5%) <p>Total: 30%</p> <p>60-69 años:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60 años (5%) • 61 años (5%) <p>Total: 10%</p>	ofrece una visión completa y diversa de la percepción del bulevar peatonal.
2	<p>¿Cuál es su género?</p> <p>Hombres:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 55% <p>Mujeres:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 45% 	La distribución de género entre los encuestados es relativamente equilibrada. Esta proporción cercana al equilibrio asegura que las opiniones y percepciones recogidas reflejan de manera inclusiva y representativa las perspectivas de ambos géneros.
3	<p>¿Cuál es su nivel de educación?</p> <p>Educación Secundaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15% <p>Educación Superior No Universitaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25% <p>Estudios Universitarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 45% <p>Maestría:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15% 	La muestra de encuestados presenta una diversidad en el nivel de educación, con una predominancia de personas con estudios universitarios (45%). Esta diversidad educativa enriquece la evaluación del bulevar peatonal, ya que las opiniones provienen de individuos con distintos niveles de formación académica, aportando una perspectiva más completa y variada.
4	<p>¿Cuál es su nivel de ingresos?</p> <p>Ingresos menores a 460 dólares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15% <p>Ingresos de 461 a 760 dólares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 35% <p>Ingresos de 761 a 1060 dólares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25% <p>Ingresos de 1061 a 1500 dólares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20% <p>Ingresos superiores a 1500 dólares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5% 	La distribución de los niveles de ingresos entre los encuestados muestra una variedad económica considerable. Esta variedad en los niveles de ingresos asegura que las opiniones sobre el bulevar peatonal reflejan una gama diversa de capacidades económicas, proporcionando una evaluación más completa e inclusiva del impacto económico del bulevar en la comunidad.
5	<p>¿Qué rol usted cumple en el sector?</p> <p>Residentes del sector:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 45% <p>Comerciantes o empresarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 45% 	La distribución de roles entre los encuestados en el sector del bulevar peatonal muestra un equilibrio notable. Esta mezcla garantiza que las opiniones sobre el bulevar peatonal reflejen una variedad de

		<p>Visitantes frecuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10% 	<p>perspectivas, desde aquellos que viven y trabajan en el sector hasta aquellos que lo visitan regularmente</p>
6	<p>¿Existen suficientes opciones de estacionamiento cerca de la avenida?</p>	<p>Suficientes opciones de estacionamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20% <p>Insuficientes opciones de estacionamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 75% <p>No está seguro:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5% 	<p>La percepción sobre la disponibilidad de opciones de estacionamiento cerca de la Avenida Daniel León Borja revela que una gran mayoría de los encuestados considera que las opciones son insuficientes. Esta preocupación predominante indica que la falta de estacionamiento adecuado podría estar afectando negativamente la accesibilidad y comodidad para residentes, comerciantes y visitantes.</p>
7	<p>¿Cree que la peatonalización de la avenida afectará a su movilidad?</p>	<p>Afectará la movilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90% <p>No afectará la movilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10% 	<p>La mayoría de los encuestados (90%) cree que la peatonalización de la Avenida Daniel León Borja afectará su movilidad. Este elevado nivel de preocupación sugiere que la transformación en un bulevar peatonal es vista como una posible alteración significativa en los desplazamientos diarios de los usuarios.</p>
8	<p>¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?</p>	<p>Vehículo propio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50% <p>Caminando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 35% <p>Transporte público:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15% 	<p>La forma principal de desplazamiento por la Avenida Daniel León Borja muestra que la mayoría de los encuestados (50%) utiliza vehículos propios, mientras que un 35% se desplaza caminando y un 15% usa el transporte público. Estos datos subrayan la importancia de abordar las necesidades de ambos grupos en la planificación de la peatonalización. Para lograr un equilibrio efectivo, será esencial mejorar la infraestructura peatonal y asegurar alternativas de transporte eficientes, garantizando que todos los usuarios puedan moverse de manera cómoda y accesible en la zona.</p>
9	<p>¿Qué negocios son más demandados?</p>	<p>Restaurantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 45% <p>Bares/Discotecas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 40% <p>Cafeterías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10% <p>Heladerías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5% 	<p>La demanda de negocios en la Avenida Daniel León Borja muestra una clara preferencia por restaurantes y bares/discotecas. Estos datos indican que la oferta gastronómica y de entretenimiento nocturno es especialmente valorada en la zona, lo que sugiere un enfoque en la creación y mejora de estos tipos de establecimientos para satisfacer las expectativas y necesidades de los visitantes y residentes.</p>

Nota: Elaboración propia

4.1.3 Encuesta aplicada a los Turistas Nacionales para la implementación de un bulevard peatonal en la Av. Daniel León Borja, ciudad de Riobamba.

Se analizó las siguientes preguntas en base a las variables de investigación, dirigida a la población de turistas nacionales, en la que se encuentran un número de 195 encuestados.

OFERTA

4.1.3.1 ¿Cómo calificaría usted los productos y servicios de la Av. Daniel León Borja?

Tabla 10. ¿Cómo calificaría usted los productos y servicios?

¿Cómo calificaría usted los productos y servicios de la Av. Daniel León Borja?		
	N	%
Deficiente	7	3,6%
Regular	34	17,4%
Buena	88	45,1%
Muy Buena	46	23,6%
Excelente	20	10,3%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

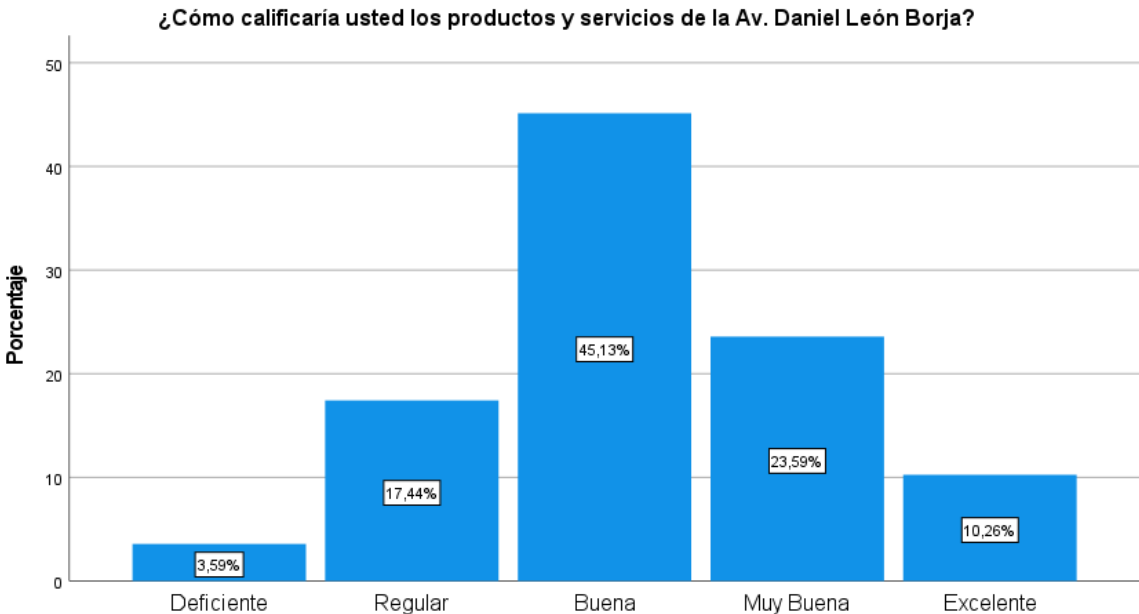


Figura 6. ¿Cómo calificaría usted los productos y servicios?

La percepción sobre los productos y servicios de la Av. Daniel León Borja es mayoritariamente positiva. Un 45,1% de los encuestados considera que son “Buenos”, mientras que un 23,6% los califica como “Muy Buenos” y un 10,3% como “Excelentes”. Esto suma un total del 79% de opiniones favorables. Sin embargo, un 17,4% de los encuestados cree que son “Regulares” y un 3,6% los considera “Deficientes”. Estos resultados indican que, aunque la mayoría de las personas tienen una percepción positiva

sobre los productos y servicios de la avenida, existe una minoría significativa que ve áreas donde se podrían realizar mejoras.

DEMANDA TURÍSTICA

4.1.3.2 ¿Consideras que la creación de un bulevar peatonal en esta avenida mejoraría la seguridad y comodidad de los turistas?

Tabla 11.¿Mejorará la seguridad y comodidad de los turistas?

¿Consideras que la creación de un bulevar peatonal en esta avenida mejoraría la seguridad y comodidad de los turistas?		
	N	%
Deficiente	7	3,6%
Regular	27	13,8%
Buena	82	42,1%
Muy Bueno	45	23,1%
Excelente	34	17,4%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

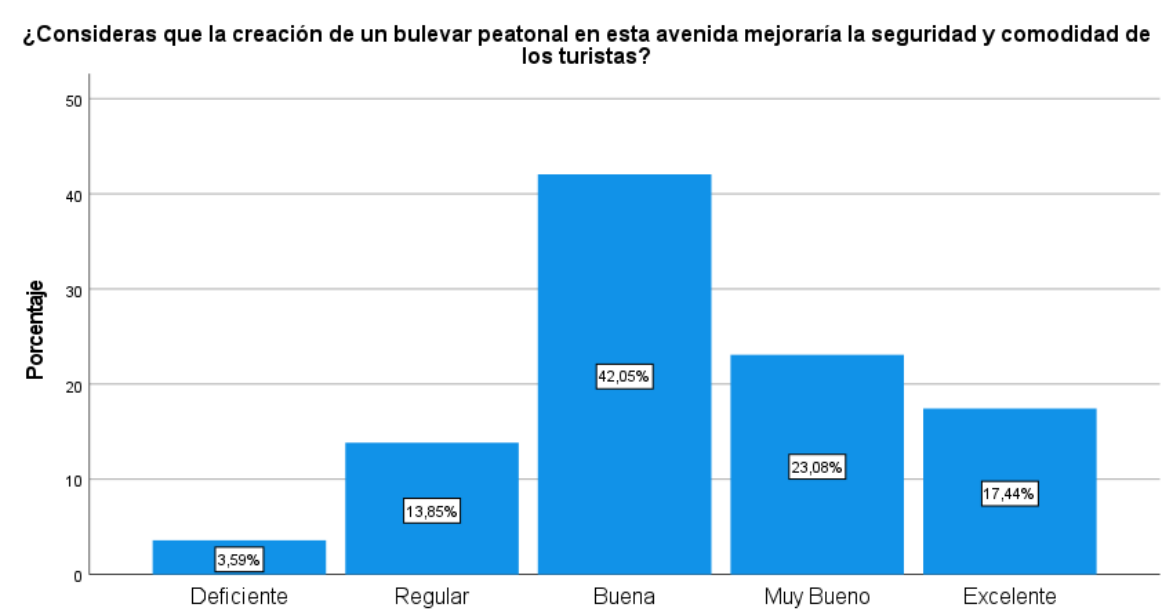


Figura 7. ¿Mejorará la seguridad y comodidad de los turistas?

La percepción sobre si la creación de un bulevar peatonal en esta avenida mejoraría la seguridad y comodidad de los turistas es predominantemente positiva. Un 42,1% de los encuestados considera que la mejora sería “Buena”, mientras que un 23,1% cree que sería “Muy Buena” y un 17,4% la califica como “Excelente”. Esto suma un total del 82,6% de opiniones favorables. Sin embargo, un 13,8% de los encuestados opina que la mejora sería “Regular” y un 3,6% la considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan un optimismo generalizado respecto al potencial del bulevar peatonal para mejorar la seguridad y

comodidad de los turistas, aunque una minoría significativa ve áreas donde se podrían realizar mejoras.

COMERCIALIZACIÓN

4.1.3.3 ¿La variedad de actividades y atracciones ofrecidas en el bulevar peatonal es atractiva para los turistas?

Tabla 12. ¿La variedad de actividades y atracciones ofrecidas en el bulevar peatonal es atractiva para los turistas?

¿La variedad de actividades y atracciones ofrecidas en el bulevar peatonal es atractiva para los turistas?		
	N	%
Deficiente	7	3,6%
Regular	26	13,3%
Buena	76	39,0%
Muy Buena	54	27,7%
Excelente	32	16,4%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

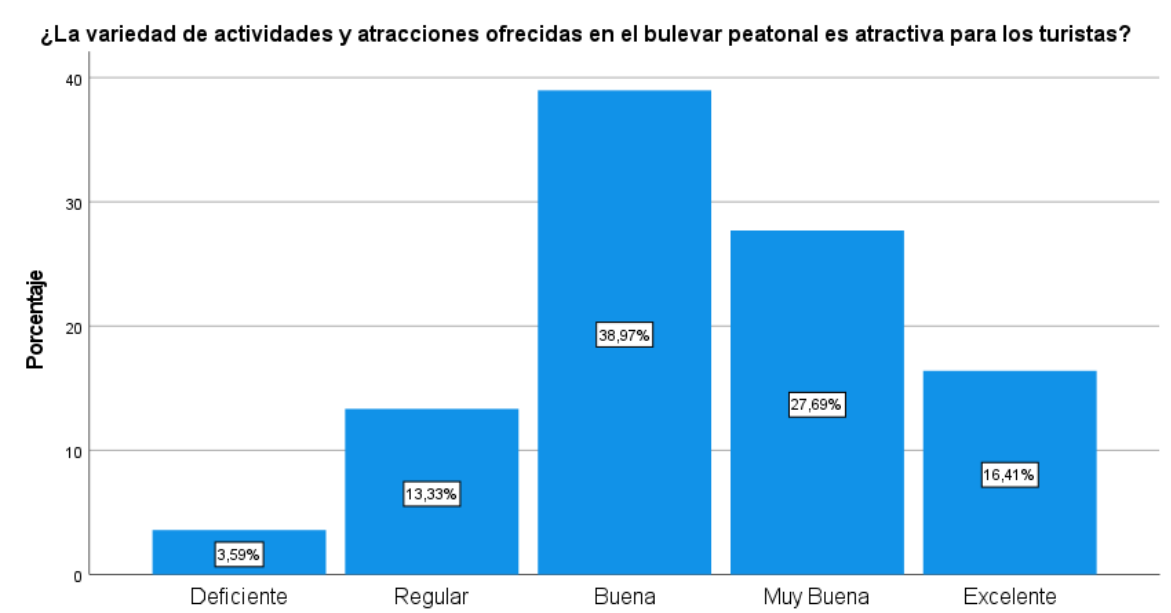


Figura 8. ¿La variedad de actividades y atracciones ofrecidas en el bulevar peatonal es atractiva para los turistas?

La percepción sobre la variedad de actividades y atracciones ofrecidas en el bulevar peatonal es mayoritariamente positiva. Un 39% de los encuestados considera que la variedad es “Buena”, mientras que un 27,7% la califica como “Muy Buena” y un 16,4% como “Excelente”. Esto suma un total del 83,1% de opiniones favorables. Sin embargo, un 13,3% de los encuestados opina que la variedad es “Regular” y un 3,6% la considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan un optimismo generalizado respecto a la atraktividad de las

actividades y atracciones del bulevar peatonal para los turistas, aunque existe una pequeña minoría que ve margen para mejoras.

4.1.3.4 ¿La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los visitantes?

Tabla 13. ¿La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los visitantes?

¿La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los visitantes?		
	N	%
Deficiente	8	4,1%
Regular	36	18,5%
Buena	82	42,1%
Muy Buena	51	26,2%
Excelente	18	9,2%
TOTAL:		195
		100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

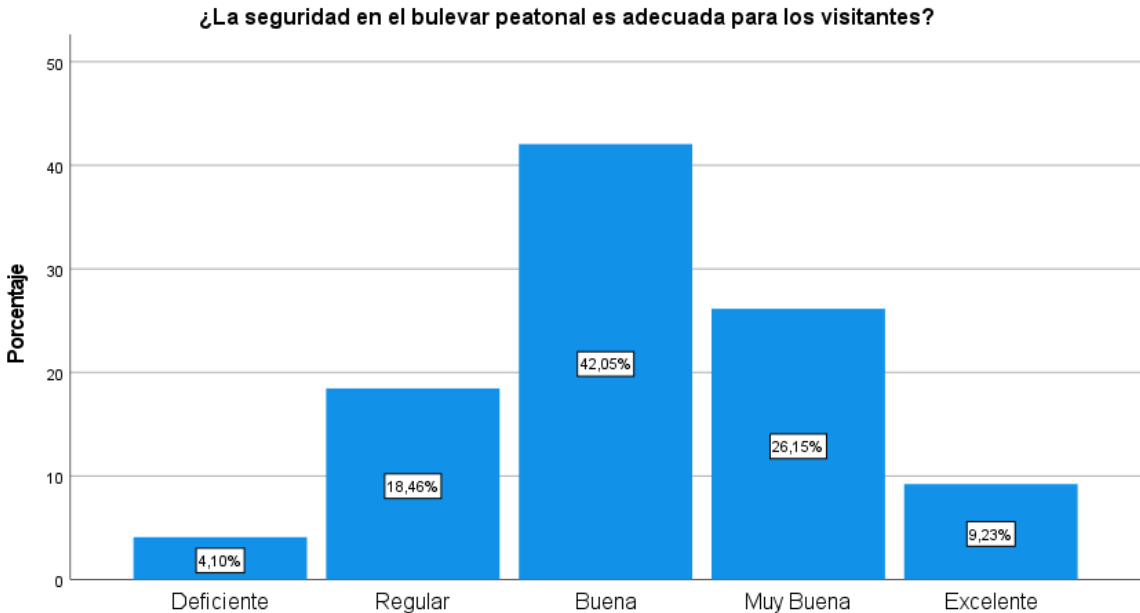


Figura 9. ¿La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los visitantes?

La percepción de la seguridad en el bulevar peatonal muestra una evaluación predominantemente positiva por parte de los visitantes. Solo un 4,1% considera la seguridad como deficiente, mientras que un 18,5% la califica como regular. En contraste, una mayoría significativa percibe la seguridad como buena (42,1%), muy buena (26,2%) o excelente (9,2%). Esto sugiere que, en general, los visitantes están satisfechos con las medidas de seguridad implementadas, aunque siempre es útil seguir mejorando y evaluando continuamente para asegurar que estas percepciones positivas se mantengan y se amplíen a todos los usuarios del bulevar.

Análisis e interpretación de la encuesta a los turistas nacionales: Información específica.

Tabla 14. Análisis e interpretación Información específica.

N.º	PREGUNTA	PORCENTAJES	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN
Oferta Turística			
1	¿Cómo calificarías la importancia de un bulevar peatonal en la Av. Daniel León Borja?	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente: 19 (9.7%) Regular: 38 (19.5%) Buena: 53 (27.2%) Muy Buena: 47 (24.1%) Excelente: 38 (19.5%) 	La mayoría califica la importancia del bulevar peatonal como buena (27.2%) o muy buena (24.1%), Un 9.7% considera que su importancia es deficiente. Esto refleja una percepción mayoritariamente positiva sobre su relevancia, con una proporción significativa que lo ve como altamente beneficioso.
2	¿El bulevar ofrece una amplia variedad de opciones gastronómicas y comerciales?	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente: 12 (6.2%) Regular: 29 (14.9%) Buena: 77 (39.5%) Muy Buena: 52 (26.7%) Excelente: 25 (12.8%) 	La mayoría (39.5%) opina que el bulevar ofrece una buena variedad de opciones gastronómicas y comerciales, y un 26.7% lo considera muy bueno. Esto sugiere una percepción positiva general, pero con espacio para mejorar la oferta en cuanto a variedad.
3	Considero que el bulevar peatonal proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos comerciales.	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente: 13 (6.7%) Regular: 21 (10.8%) Buena: 70 (35.9%) Muy Buena: 51 (26.2%) Excelente: 40 (20.5%) 	La mayoría de las respuestas son positivas, con un 35.9% que considera que el bulevar peatonal proporcionará buenas oportunidades, mientras que un 17.5% tiene una percepción más moderada o negativa (regular o deficiente). Esto refleja una fuerte expectativa de beneficios para los nuevos negocios, aunque algunos siguen siendo escépticos.
Demanda Turística			
6	¿Cómo crees que la creación de un bulevar peatonal en esta avenida afectaría positivamente la experiencia de los turistas?	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente: 10 (5.1%) Regular: 29 (14.9%) Buena: 64 (32.8%) Muy Buena: 61 (31.3%) Excelente: 31 (15.9%) 	La mayoría de las respuestas son positivas, con un 32.8% que cree que la creación del bulevar peatonal mejorará la experiencia turística de manera buena, mientras que un 20.0% lo ve como regular o deficiente, lo que indica que, aunque la mayoría tiene expectativas positivas, algunos aún tienen dudas sobre el impacto en la experiencia turística.
7	¿Qué tan dispuesto estarías a recomendar la visita a Riobamba a otros turistas nacionales si se implementara un bulevar peatonal?	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente: 8 (4.1%) Regular: 21 (10.8%) Buena: 64 (32.8%) Muy Buena: 65 (33.3%) Excelente: 37 (19.0%) 	La mayoría (66.1%) estaría dispuesta a recomendar la visita a Riobamba a otros turistas nacionales, calificándolo como muy buena (33.3%) o excelente (19.0%). Un 32.8% lo considera bueno, mientras que solo un 14.9% lo ve como regular o deficiente. Esto refleja un alto nivel de disposición a recomendar la ciudad si se implementa un bulevar peatonal.
8	El bulevar peatonal ofrecerá nuevas y mejores opciones de entretenimiento	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente: 12 (6.2%) Regular: 25 (12.8%) Buena: 65 (33.3%) Muy Buena: 64 (32.8%) Excelente: 29 (14.9%) 	La mayoría (66.1%) cree que el bulevar peatonal ofrecerá nuevas y mejores opciones de entretenimiento, con un 32.8% que lo califica como muy buena y un 14.9% como excelente. Un 33.3% opina que será bueno, mientras que un 19.0% tiene una percepción más moderada (regular o

			deficiente). Esto indica una alta expectativa positiva sobre las opciones de entretenimiento que se generarán con el bulevar peatonal.
COMERCIALIZACIÓN (venta de productos y servicios)			
11	¿La calidad de los servicios (restaurantes, tiendas, servicios turísticos, etc.) en el bulevar peatonal es satisfactoria?	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 6 (3.1%) • Regular: 28 (14.4%) • Buena: 81 (41.5%) • Muy Buena: 60 (30.8%) • Excelente: 20 (10.3%) 	La mayoría (82.6%) considera que la calidad de los servicios en el bulevar peatonal es satisfactoria, con un 41.5% calificándolo como buena y un 30.8% como muy buena. Un 10.3% lo ve como excelente. Solo un 17.5% tiene una percepción negativa (regular o deficiente), lo que refleja una evaluación positiva general sobre la calidad de los servicios disponibles en el bulevar.
12	La creación del bulevar peatonal fomentará la apertura de nuevos negocios en la Av. Daniel León Borja.	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 8 (4.1%) • Regular: 30 (15.4%) • Buena: 69 (35.4%) • Muy Buena: 59 (30.3%) • Excelente: 29 (14.9%) 	La mayoría (80.6%) considera que la creación del bulevar peatonal fomentará la apertura de nuevos negocios en la Av. Daniel León Borja, mientras que un 19.5% tiene una percepción más moderada o negativa (regular o deficiente). Esto refleja un alto nivel de optimismo sobre el impacto del bulevar en el emprendimiento local.
13	La experiencia de los turistas nacionales mejorará con la implementación del bulevar peatonal	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 9 (4.6%) • Regular: 23 (11.8%) • Buena: 85 (43.6%) • Muy Buena: 52 (26.7%) • Excelente: 26 (13.3%) 	La mayoría (83.9%) cree que la experiencia de los turistas nacionales mejorará con la implementación del bulevar peatonal, mientras que un 16.4% tiene una percepción más moderada o negativa. Esto indica una expectativa mayoritariamente positiva sobre la mejora en la experiencia turística nacional
14	El bulevar peatonal atraerá a más turistas nacionales que estarán dispuestos a gastar en los comercios locales	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 10 (5.1%) • Regular: 26 (13.3%) • Buena: 79 (40.5%) • Muy Buena: 54 (27.7%) • Excelente: 26 (13.3%) 	La mayoría (81.7%) considera que el bulevar peatonal atraerá a más turistas nacionales dispuestos a gastar en los comercios locales, un 18.4% tiene una visión más moderada o negativa (regular o deficiente). Esto refleja una expectativa positiva sobre el impacto económico del bulevar peatonal en los comercios locales.
15	Califique el nivel de satisfacción de los productos obtenidos en la Av. Daniel León Borja.	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente: 7 (3.6%) • Regular: 27 (13.8%) • Buena: 97 (49.7%) • Muy Buena: 45 (23.1%) • Excelente: 19 (9.7%) 	La mayoría (82.8%) está satisfecha con los productos obtenidos, mientras que un 17.4% tiene una percepción más negativa o moderada (regular o deficiente). Esto sugiere una satisfacción general positiva con los productos de la zona.

Nota: Elaboración propia

Análisis e interpretación de la encuesta a los turistas nacionales: Información general e Información complementaria.

Tabla 15. Análisis e interpretación Información general e Información complementaria.

N.º	PREGUNTA	PORCENTAJES	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN
1	Edad	20-24 años • 28.2% 25-29 años • 15.5% 30-34 años • 10% Menores de 20 años • 7.6% Mayores de 60 años • 4.5%.	La distribución etaria de los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja revela una amplia variedad de edades, con una notable concentración en los jóvenes adultos. Esto indica que la mayoría de los encuestados se encuentra en un rango de edad joven-adulto, abarcando desde los 20 hasta los 25 años. Aunque hay una representación de personas en edades más avanzadas, estos grupos constituyen porcentajes menores.
2	¿Cuál es su género?	Hombres: • 55.4% Mujeres: • 44.6%	La distribución de género entre los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja muestra una ligera predominancia masculina. Esta diferencia en la representación de género es moderada, indicando que, aunque hay una mayor participación masculina, las opiniones de ambos géneros están bien representadas. Este equilibrio es importante para asegurar que las evaluaciones y recomendaciones sobre el bulevar peatonal reflejen una perspectiva inclusiva y completa, considerando las necesidades y preferencias de todos los géneros.
3	¿Cuál es su nivel de educación?	Educación Universitaria: • 49.2%. Educación Secundaria: • 21.5%. Educación Superior No Universitaria: • 17.4%. Maestría: • 11.3%. Educación Primaria: • 0.5%.	La distribución del nivel de educación entre los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja muestra una alta proporción de personas con educación superior. Esta concentración en niveles educativos más altos sugiere que las opiniones sobre el bulevar peatonal provienen en gran parte de individuos con un nivel de formación académico significativo, lo que podría influir en sus expectativas y percepciones sobre el desarrollo y la funcionalidad del espacio.
4	¿Cuál es su nivel de ingresos?	Ingresos inferiores a 460 dólares: • 37.4%. Ingresos entre 461 y 760 dólares: • 29.2%. Ingresos entre 761 y 1060 dólares: • 15.4%. Ingresos entre 1061 y 1500 dólares: • 9.7% . Ingresos superiores a 1500 dólares: • 8.2% .	La distribución del nivel de ingresos entre los encuestados se muestra una diversidad económica notable. Esta distribución sugiere que la mayoría de los encuestados se encuentra en los rangos de ingresos más bajos a medianos, lo cual podría influir en sus expectativas y demandas respecto a los servicios y el desarrollo del bulevar peatonal. Considerar estas variaciones en ingresos es importante para adaptar las ofertas y servicios a las realidades económicas de la comunidad.
5	¿Cuál es su lugar de procedencia?	Residentes de Riobamba: • 81.5%	La mayoría de los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja proviene de

		<p>Otros lugares (Zamora Chinchipe, Manabí, Bolívar, etc.):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 0.5%. <p>Pichincha (Quito):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3.1%. <p>Cotopaxi (Latacunga):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.6% <p>Ambato (Tungurahua):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4.1% <p>Guayaquil (Guayas):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1.5% 	<p>Riobamba, con un 81,5% de los participantes residentes en esta ciudad. Esta alta concentración de encuestados de Riobamba sugiere que las opiniones están muy influenciadas por la perspectiva local, lo que es crucial para entender las necesidades y expectativas específicas de la comunidad en relación con el bulevar peatonal.</p>
6	¿Con qué frecuencia accede la Av. Daniel León Borja?	<p>Visita ocasionalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 45.6% <p>Accede varias veces por semana:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 33.8% <p>Visita todos los días:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 18.5% <p>Nunca accede a la avenida:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.1% 	<p>La frecuencia de acceso a la Avenida Daniel León Borja varía significativamente entre los encuestados, indican que la avenida es frecuentemente utilizada por una parte considerable de la población, pero también que hay una cantidad notable de usuarios que la visitan de manera menos regular. Esta variabilidad en la frecuencia de acceso puede influir en las percepciones y necesidades de los usuarios, y es importante considerarla al desarrollar y planificar mejoras para el bulevar peatonal.</p>
7	¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?	<p>Caminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 44.1% <p>Vehículo propio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 40% <p>Transporte público:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10.3% <p>Bicicleta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5.6%. 	<p>La forma principal de desplazamiento por la Avenida Daniel León Borja muestra una predominancia del caminar. Esta distribución sugiere que, aunque la mayoría de los usuarios prefieren caminar, también hay una proporción significativa que depende de vehículos privados y transporte público. La planificación y desarrollo del bulevar peatonal deben considerar estas diversas formas de movilidad para garantizar.</p>
8	¿En el bulevar peatonal que negocios sugiere usted que se implemente?	<p>Espectáculos de luces y proyecciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 29.2% <p>Food trucks y pop-up bars:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 28.2% <p>Escultura interactiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 17.4% <p>Arte callejero y murales vivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 12.8% <p>Juegos urbanos y escape rooms:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 12.3% 	<p>Las sugerencias para nuevos negocios e instalaciones en el bulevar peatonal muestran un interés diversificado en experiencias innovadoras y atractivas. Estas preferencias indican un fuerte interés en ofrecer experiencias visuales y gastronómicas atractivas, así como actividades interactivas y culturales, lo que puede enriquecer la oferta del bulevar peatonal y atraer a una variedad de visitantes.</p>

Nota: Elaboración propia

4.2 Prueba de hipótesis

4.2.1 Hipótesis General

H_i : Existe un mercado potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_0 : No existe un mercado potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Demanda y Oferta

H_i : Existe una oferta potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_0 : No existe una oferta potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Tabla 16. Pruebas de chi-cuadrado Demanda y Oferta

Pruebas de chi-cuadrado	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	553,171 ^a	240	<,001
Razón de verosimilitud	364,520	240	<,001
Asociación lineal por lineal	122,083	1	<,001
N de casos válidos	195		

a. 271 casillas (99,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

Conclusión: Como Chi-cuadrado de Pearson es <,001 menor a 0.05, se acepta la hipótesis de investigación (H_i); es decir, existe un mercado potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Demanda y Comercialización

H_i : Existe una demanda potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_0 : No existe una demanda potencial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Tabla 17. Pruebas de chi-cuadrado Demanda y Comercialización

Pruebas de chi-cuadrado	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	956,844 ^a	375	<,001
Razón de verosimilitud	481,554	375	<,001
Asociación lineal por lineal	155,935	1	<,001
N de casos válidos	195		

a. 414 casillas (99,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

Conclusión: Como Chi-cuadrado de Pearson es $<,001$ menor a 0.05, se acepta la hipótesis de investigación (H_i); es decir, existe un mercado potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

4.2.2 Hipótesis específica

Demanda de mercado.

H_{E1} : Existe una demanda potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_{E0} No Existe una demanda potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Tabla 18. Pruebas de chi-cuadrado, Comprobación de Hipótesis

Pruebas de chi-cuadrado	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	364,368 ^a	44	$<,001$
Razón de verosimilitud	233,872	44	$<,001$
Asociación lineal por lineal	107,405	1	$<,001$
N de casos válidos	195		

a. 47 casillas (78,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,14.

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

Conclusión: Como Chi-cuadrado de Pearson es $<,001$ menor a 0.05, se acepta la hipótesis de investigación (H_i); es decir, existe una demanda potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Oferta de mercado

H_{E2} Existe una oferta potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_{E0} No Existe una oferta potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Tabla 19. Comprobación de Hipótesis HE2

Pruebas de chi-cuadrado	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	305,834 ^a	48	$<,001$
Razón de verosimilitud	228,737	48	$<,001$
Asociación lineal por lineal	108,947	1	$<,001$
N de casos válidos	195		

a. 51 casillas (78,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,18.

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

Conclusión: Como Chi-cuadrado de Pearson es $<,001$ menor a 0.05, se acepta la hipótesis de investigación (H_i); es decir, existe una oferta potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Comercialización.

H_{E3} Existe una comercialización potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

H_{E0} No Existe una comercialización potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Tabla 20. Comprobación de Hipótesis $HE3$

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	379,750 ^a	88	$<,001$
Razón de verosimilitud	291,179	88	$<,001$
Asociación lineal por lineal	123,744	1	$<,001$
N de casos válidos	195		

a. 108 casillas (93,9%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

Conclusión: Como Chi-cuadrado de Pearson es $<,001$ menor a 0.05, se acepta la hipótesis de investigación (H_i); es decir, existe una comercialización potencial para la creación del bulvar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

4.2.3 Discusión:

Los resultados obtenidos en esta investigación muestran una aceptación significativa de la existencia de un mercado potencial para la creación del bulvar peatonal en la Avenida Daniel León Borja en Riobamba, tanto en términos de demanda como de oferta. Los valores de Chi-cuadrado obtenidos en las pruebas realizadas fueron todos inferiores a 0,05, lo que permitió aceptar las hipótesis de investigación (H_i) en cada una de las áreas analizadas, confirmando que tanto la demanda como la oferta tienen un potencial considerable.

En cuanto a la demanda y comercialización, los resultados respaldan la hipótesis de que existe un mercado potencial para la creación del bulvar. La alta significancia estadística observada en la prueba de Chi-cuadrado de Pearson (valor $<0,001$) señala que los residentes y turistas tienen una percepción positiva y están interesados en el proyecto, lo que concuerda con estudios previos según Bertolini et al (2019) que han encontrado que la peatonalización de áreas urbanas genera una demanda creciente de espacios públicos. Estos resultados también son consistentes con los encontrados por Rodríguez et al. (2020), quienes señalaron que la implementación de bulevares peatonales puede aumentar la afluencia de turistas y mejorar la calidad de vida de los residentes en ciudades de tamaño medio.

Además, la evidencia de una oferta potencial también se confirma, dado que las pruebas de hipótesis relacionadas con este aspecto también mostraron resultados significativos, con un valor de Chi-cuadrado de 553,171 y una probabilidad $<0,001$. Esto sugiere que la infraestructura y los comercios locales pueden adaptarse para aprovechar el flujo de turistas y residentes que se beneficiarán de este proyecto. La existencia de una oferta potencial para la creación de bulevares peatonales en áreas urbanas ha sido corroborada en diversas investigaciones internacionales, como las de Tovar et al. (2021), quienes concluyeron que los espacios peatonales tienen un impacto positivo en la oferta comercial local y pueden contribuir a la regeneración urbana.

El potencial de comercialización para este tipo de proyectos también fue validado, con un Chi-cuadrado significativo en las pruebas. Estos resultados son consistentes con estudios como los de Solé et al, (2021) que sugieren que las zonas peatonales pueden fomentar la creación de nuevos negocios, mejorar el comercio local y aumentar el atractivo de las ciudades para el turismo.

En resumen, la investigación confirma la existencia de un mercado potencial tanto en términos de demanda, oferta y comercialización para la creación del bulevar peatonal en Riobamba, lo cual resalta la importancia de este proyecto para el desarrollo urbano y la revitalización de la zona. Sin embargo, es fundamental considerar los posibles desafíos relacionados con la movilidad y la seguridad, temas que también han sido destacados en investigaciones previas, para garantizar el éxito del proyecto.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.

- La investigación confirma la existencia de un mercado potencial para el Bulevar Peatonal en la Avenida Daniel León Borja, apoyando la hipótesis de que hay un interés significativo tanto por parte de los residentes como de los turistas. Los datos recopilados indican que las necesidades de los consumidores y las oportunidades comerciales son favorables para la implementación de estrategias que impulsen el desarrollo económico y social del área. Sin embargo, se identifican preocupaciones sobre la peatonalización, especialmente en relación con los problemas de movilidad, que deben ser abordadas en el diseño de estrategias futuras.
- Los resultados muestran una demanda potencial sólida para el Bulevar Peatonal, validando la hipótesis de que existe un mercado interesado en esta transformación. La segmentación demográfica, geográfica y psicográfica revela que tanto los residentes como los turistas tienen expectativas positivas respecto a la oferta que podría ofrecerse en el bulevar. Sin embargo, los datos sugieren que es crucial considerar las diferentes necesidades y preferencias de estos segmentos para maximizar la aceptación y el uso del espacio.
- El análisis de la oferta comercial confirma la hipótesis de que hay una oferta potencial adecuada para el Bulevar Peatonal. Los resultados indican que la variedad de productos, servicios y actividades actualmente disponibles es bien recibida por los consumidores. No obstante, se observa una oportunidad para diversificar aún más la oferta, especialmente en áreas de alta demanda identificadas en la investigación, para aumentar la atracción del bulevar para diferentes segmentos del mercado.
- Los resultados corroboran la hipótesis de que existe una comercialización potencial favorable para el Bulevar Peatonal. La investigación muestra que los negocios están utilizando diversas estrategias de comercialización, incluyendo redes sociales y publicidad local, para atraer a los clientes. Sin embargo, se identifica la necesidad de mejorar la coordinación de las promociones y las estrategias de comunicación para optimizar el impacto y la visibilidad de las ofertas comerciales en el bulevar.

5.2 Recomendaciones

Con base en las conclusiones, se recomienda que las autoridades y los empresarios trabajen en conjunto para:

- Aprovechar al máximo el potencial del Bulevar Peatonal, se recomienda desarrollar un plan integral que incluya medidas específicas para mitigar los problemas de movilidad identificados. Esto podría implicar la implementación de soluciones de transporte alternativo, ajustes en la planificación urbana y la coordinación con los residentes y comerciantes para asegurar una transición suave. Además, se sugiere realizar un estudio continuo de las necesidades del mercado y ajustar las estrategias conforme evolucionen las expectativas de los consumidores y las oportunidades comerciales.

- Se recomienda segmentar la oferta del Bulevar Peatonal de acuerdo con las características demográficas, geográficas y psicográficas de los consumidores identificados. Esto puede incluir la personalización de eventos y actividades para atraer a diferentes grupos de interés, así como el desarrollo de campañas de marketing dirigidas a segmentos específicos. Hay que asegurar que la oferta se alinee con las preferencias de los distintos grupos ayudará a maximizar la satisfacción y el uso del espacio.
- Se recomienda diversificar y actualizar la oferta comercial para incluir productos, servicios y actividades que respondan a las preferencias y demandas actuales del mercado. Implementar encuestas periódicas y análisis de tendencias ayudará a identificar nuevas oportunidades y áreas de mejora. Además, colaborar con los negocios locales para fomentar la innovación en la oferta comercial puede atraer a una mayor variedad de clientes y mejorar la competitividad del bulevar.
- Se recomienda mejorar la coordinación y la estrategia de marketing para optimizar la presencia en redes sociales y la publicidad local. Desarrollar un plan de comunicación integrado que incluya promociones conjuntas, campañas publicitarias dirigidas y actividades de engagement en redes sociales puede aumentar la visibilidad y el atractivo del Bulevar Peatonal. Además, se sugiere realizar un seguimiento regular del impacto de las campañas para ajustar las estrategias en función de los resultados y el feedback recibido.

Estas recomendaciones buscan maximizar el impacto positivo del Bulevar Peatonal, abordando tanto las oportunidades como los desafíos identificados en la investigación.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1 Plan de seguridad para el Bulevar de la Avenida Daniel León Borja.

Objetivo:

Garantizar la seguridad integral y la convivencia pacífica en el bulevar de Riobamba, previniendo delitos, mejorando la percepción de seguridad y fortaleciendo la participación ciudadana.

6.1.1 Diagnóstico Situacional

6.1.1.1 *Levantamiento de información:*

Se llevó a cabo un proceso integral de recopilación y análisis de datos con el fin de comprender la situación actual en términos de seguridad, movilidad y dinámica comercial en el bulevar peatonal y sus circuitos de influencia, específicamente “La Estación” y “Terminal Terrestre”. En primer lugar, se recopiló información sobre los delitos más recientes registrados en la zona, destacándose como incidente más recurrente el consumo de bebidas alcohólicas en la vía pública, lo que representa una preocupación constante para residentes y visitantes. Además, se identificó un incremento en los robos a personas, especialmente en áreas de alta afluencia.

Paralelamente, se llevó a cabo una identificación detallada de los horarios y zonas con mayor incidencia delictiva dentro del bulevar y sus alrededores. Esta información permite establecer patrones de comportamiento y vulnerabilidad, fundamentales para el diseño de estrategias de prevención y control. Como complemento a la información estadística, se realizó un análisis de la percepción ciudadana sobre la seguridad y las condiciones actuales del espacio público. Los datos provienen de encuestas aplicadas a residentes, comerciantes y transeúntes habituales, revelando que aproximadamente el 60% de los encuestados considera que existen áreas críticas que requieren mejoras sustanciales en materia de seguridad, iluminación y presencia policial.

Asimismo, se recogió información relevante sobre los desafíos relacionados con la movilidad urbana. Entre los principales problemas identificados se encuentran el desorden vehicular, especialmente en horas pico, y una percepción generalizada de inseguridad en el uso del transporte público. Estas problemáticas afectan directamente la experiencia del usuario y la funcionalidad del bulevar como espacio seguro y eficiente. En el ámbito comercial, se detectaron retos importantes en cuanto a la diversidad de la oferta, el crecimiento del comercio informal y la falta de regulación en ciertas zonas, lo que genera competencia desleal y afecta la imagen del entorno.

Finalmente, a través de entrevistas con actores clave —incluyendo autoridades locales, representantes del comercio organizado y miembros de la Policía Nacional— se evidenció una necesidad urgente de fortalecer el recurso humano destinado a la seguridad ciudadana. Se señaló de manera reiterada la insuficiencia de personal policial en la zona, lo

cual limita la capacidad de respuesta ante emergencias y reduce la efectividad de los patrullajes preventivos.

6.1.1.2 Identificación de riesgos:

Se realizó un análisis exhaustivo de los principales factores de riesgo que afectan la seguridad y el orden en el bulevar peatonal y sus zonas de influencia, con el objetivo de identificar elementos críticos que requieren intervención inmediata para garantizar un entorno seguro y funcional. Uno de los principales hallazgos corresponde a la iluminación deficiente en tramos específicos del bulevar y sus accesos. Esta condición favorece la ocurrencia de actos delictivos y genera una percepción de inseguridad entre los transeúntes, especialmente durante horas nocturnas. La escasa visibilidad en estos sectores reduce la eficacia de los sistemas de vigilancia y limita la acción preventiva de las autoridades.

Asimismo, se evaluó la necesidad de reforzar la presencia de personal de seguridad, tanto de la Policía Nacional como de los Agentes de Control Municipal. Su intervención resulta fundamental para disuadir conductas inapropiadas, como el consumo de bebidas alcohólicas en espacios públicos, y prevenir delitos de oportunidad que se producen en momentos de alta concentración de personas o en zonas poco vigiladas. Otro de los riesgos identificados es la presencia de actos de vandalismo y comportamientos desordenados, los cuales están estrechamente vinculados al consumo excesivo de alcohol en la vía pública. Estos actos afectan la infraestructura urbana, deterioran la imagen del bulevar como espacio turístico y comercial, y reducen la sensación de seguridad entre los usuarios.

Además, se llevó a cabo un estudio de la accesibilidad del bulevar, considerando tanto su diseño físico como su capacidad para albergar actividades comerciales sin comprometer el flujo peatonal. En este sentido, se observó una coexistencia desequilibrada entre el comercio formal e informal, lo que genera obstrucciones en las vías peatonales, aglomeraciones y conflictos de uso del espacio. Esta situación afecta negativamente la movilidad de los usuarios, especialmente personas con discapacidad, adultos mayores y familias con niños, quienes encuentran mayores dificultades para desplazarse con seguridad y comodidad. La identificación de estos riesgos constituye una base clave para la formulación de propuestas integrales orientadas a mejorar la seguridad ciudadana, la gestión del espacio público y la experiencia general de quienes transitan por el bulevar y sus circuitos aledaños.

6.1.1.3 Consulta participativa:

Como parte del diagnóstico, se realizaron encuestas dirigidas a residentes, comerciantes y usuarios del bulevar peatonal. Estas permitieron identificar sus necesidades, percepciones de seguridad y propuestas para el diseño de un plan más adaptado a la realidad local. Los resultados reflejan preocupación por actividades ilícitas, consumo de alcohol en la vía pública y falta de vigilancia en ciertos horarios.

Además, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con actores clave como el director de Control Municipal, la Analista de Turismo y el Encargado de Seguridad. Estas

entrevistas ofrecieron una visión técnica sobre la problemática y sirvieron para validar los hallazgos obtenidos en campo, contrastando la percepción ciudadana con la perspectiva institucional.

Finalmente, se consideró la retroalimentación de la comunidad y los prestadores de servicios, con el objetivo de establecer canales de comunicación abiertos y fomentar la corresponsabilidad en la gestión del espacio público. Esta participación activa fortalece la legitimidad del plan de seguridad y su sostenibilidad.

6.2 Conformación del Equipo de Seguridad.

6.2.1 Equipo técnico:

- **Equipo técnico:** Integrar representantes del GAD municipal (incluyendo las Direcciones de Control, Movilidad, Comunicación, Planificación, y Desarrollo Social y Humano), Policía Nacional, SIS ECU-911, comunidad (vecinos y usuarios del bulevar), comerciantes y expertos en seguridad. Esta conformación se basa en la necesidad de coordinación interinstitucional y la consideración de la retroalimentación de la comunidad y los prestadores de servicios, como se identificó en las consultas participativas.
- **Roles claros:** Asignar responsabilidades específicas para la planificación, ejecución y seguimiento del plan de seguridad, asegurando que cada actor conozca su función y contribuya eficazmente a los objetivos comunes.

6.2.2 Conformación del Equipo de Seguridad

Tabla 21. Equipo de Seguridad

Actor / Componente	Equipo Técnico (Integrantes)	Roles Claros (Planificación, Ejecución, Seguimiento)
GGAD Municipal	Dirección de Control	Planificación:
	Municipal: Representada por el director de Control (Mgtr. Fabián Codel).	- Planificar el personal (agentes de control, policía, tránsito) para eventos.
	Dirección de Turismo:	- Realizar mesas de diálogo (con EQ911 o el municipio) para la planificación.
	Representada por el Analista de Turismo (Mgtr. Cristina Uzcategui).	- Establecer coordinación directa en mesas técnicas de trabajo con las diferentes direcciones.
	Dirección de Movilidad	- Definir normas claras a través de memorandos para la ejecución de proyectos.
	Dirección de Comunicación	Ejecución:
	Dirección de Planificación	- Implementar proyectos de peatonalización (ej. calle Veloz).
	Dirección de Desarrollo Social y Humano	- Incentivar a los locales comerciales y restaurantes a mejorar sus negocios para atraer visitantes.
	Alcaldía (John Vinuesa): Lidera la administración municipal.	

		<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar con otras direcciones para el funcionamiento efectivo del bulevar. - Generar promoción en redes sociales y vincular actividades complementarias con la Dirección de Cultura para atraer visitantes. - Activar el EQ911 y aumentar el monitoreo con cámaras de circuito cerrado. - Realizar desvíos pertinentes con vallas. <p>Seguimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar retroalimentación para mejorar proyectos futuros (feedback). - Buscar coordinar de mejor manera con los prestadores de servicios. - Monitoreo constante a través de cámaras del EQ911 para respuesta a eventualidades.
Policía Nacional	Personal policial y la policía de turismo.	<p>Planificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participar en la planificación de operativos interinstitucionales para eventos de alta afluencia. <p>Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Garantizar la tranquilidad y seguridad de visitantes y comerciantes con presencia constante. - Realizar operativos específicos durante eventos o días de alta concurrencia. - Dotar a los policías con herramientas necesarias y capacitarlos continuamente. - Trabajar mancomunadamente con todas las instituciones. <p>Seguimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantener un canal de comunicación abierto con la comunidad y reuniones regulares con las partes interesadas. - Contribuir a generar confianza en comerciantes y visitantes. - Implementar el servicio de videovigilancia interconectado con el SIS ECU-911.
Comunidad	Ciudadanos y habitantes del cantón Riobamba.	<p>Planificación:</p> <p>Integrarse en la seguridad del bulevar a través de planes ciudadanos y proyectos comunitarios de seguridad ciudadana.</p> <p>Ejecución:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Colaborar con las autoridades para el mantenimiento de espacios seguros. - Reportar incidentes (ej. consumo de bebidas alcohólicas en vía pública). <p>Seguimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participar en el canal de comunicación abierto con la policía y reuniones regulares.
Comerciantes	Prestadores de servicios y dueños de negocios en la zona del bulevar (ej. Avenida Daniel León Borja).	<p>Planificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participar en la coordinación y mesas de diálogo para asegurar que el proyecto beneficie sus negocios. <p>Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la presentación de sus negocios para atraer a turistas. - Implementar iniciativas para prevenir delitos en sus establecimientos. - Recibir capacitación para una atención adecuada y sobre prevención de delitos. - Generar actividades como “terrazas” para la comercialización de servicios. <p>Seguimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar retroalimentación sobre la percepción y el impacto del proyecto en sus negocios.
Expertos en Seguridad	Delegados de las entidades correspondientes.	<p>Planificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesorar en la implementación de medidas de seguridad avanzadas (ej. videovigilancia interconectada con ECU-911). - Recomendar estrategias para equilibrar movilidad vehicular con peatonalización. <p>Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proponer e implementar soluciones tecnológicas para la seguridad. <p>Seguimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar la efectividad de las medidas de seguridad implementadas y sugerir mejoras.

6.3 Estrategias y Acciones.

6.3.1 Prevención Situacional

Mejorar la iluminación en todo el bulevar y zonas aledañas:

Detalle: La implementación de un sistema de iluminación LED de alta eficiencia es crucial. Esto no solo mejora significativamente la visibilidad durante la noche, sino que también actúa como un potente disuasivo contra actividades delictivas, creando un entorno

más seguro y percibido como tal por residentes y visitantes. Una adecuada iluminación es fundamental para la vitalidad nocturna del bulevar.

Instalar cámaras de videovigilancia conectadas con la Policía y el ECU-911:

Detalle: Es indispensable la instalación de cámaras de circuito cerrado de televisión estratégicamente ubicadas a lo largo y ancho del bulevar. Estas cámaras deben estar directamente interconectadas con el Sistema Integrado de Seguridad ECU-911, permitiendo un monitoreo continuo y una capacidad de respuesta inmediata por parte de las fuerzas de seguridad (Policía Nacional y agentes de seguridad municipal). La creación de un centro de monitoreo dedicado facilitará la observación en tiempo real y la coordinación ante cualquier eventualidad. Se puede explorar el uso de tecnologías emergentes como sensores de movimiento y sistemas de alerta temprana para mejorar la detección y respuesta ante incidentes.

Mantener y adecuar áreas verdes, mobiliario urbano y espacios de encuentro para evitar el abandono y el vandalismo:

Detalle: El objetivo implícito es asegurar que el bulevar sea un “espacio adecuado y seguro” que invite al disfrute familiar y que sea “más atractivo” para cualquier persona. Esto requiere un plan de mantenimiento regular y la adecuación constante de sus elementos (bancas, señalética, jardineras, etc.) para prevenir el deterioro, el abandono y, consecuentemente, el vandalismo, fomentando un uso positivo y apropiación del espacio por parte de la comunidad.

Promover la accesibilidad universal eliminando obstáculos y mejorando rampas y señalización:

Detalle: La peatonalización del bulevar se concibe como una inversión en turismo y una forma de hacer el sector “más inclusivo”. Para lograr la accesibilidad universal, es importante identificar y eliminar barreras arquitectónicas, asegurando rampas adecuadas y señalización clara que permitan a todas las personas, incluyendo aquellas con movilidad reducida, disfrutar plenamente del espacio de forma segura y autónoma.

6.3.2 Prevención Comunitaria

Fortalecer la presencia policial con patrullajes motorizados y a pie, especialmente en horarios críticos:

Detalle: Se considera esencial una presencia policial constante y visible en la zona. Esto se logra a través de patrullajes permanentes realizados por la Policía Nacional, Agentes de Control Municipal y agentes de tránsito. Durante eventos o en horarios de mayor afluencia (horas pico, fines de semana, noches), se destinará un mayor número de personal y se coordinarán operativos interinstitucionales para garantizar la tranquilidad y minimizar la oportunidad de hechos delictivos. Es crucial dotar a los agentes con las herramientas necesarias (chalecos antibalas, radios, etc.) y capacitación continua para un desempeño eficaz.

Implementar campañas de sensibilización sobre la importancia de la denuncia y la colaboración ciudadana:

Detalle: Es fundamental establecer un canal de comunicación abierto y constante con la comunidad, así como promover reuniones regulares con las partes interesadas (comerciantes, residentes). Se busca involucrar a la comunidad en la seguridad del bulvar a través de proyectos comunitarios de seguridad ciudadana y “planes ciudadanos”, fomentando una cultura de denuncia responsable y colaboración activa para identificar y reportar incidentes, como el consumo de bebidas alcohólicas en espacios públicos.

Crear un observatorio local de seguridad para monitorear y evaluar la situación de manera continua:

Detalle: La creación de un observatorio de seguridad, como una entidad dedicada, permitiría recopilar y analizar datos sobre incidentes, percepciones de seguridad y el impacto de las estrategias implementadas. Esto facilitaría el monitoreo continuo de la situación, la evaluación de la efectividad de las acciones y la identificación de correctivos necesarios para la mejora constante del proyecto de seguridad del bulvar.

6.3.3 Prevención Social y Económica

Promover actividades culturales, deportivas y recreativas en el bulvar para aumentar el uso positivo del espacio:

Detalle: El bulvar se ha activado exitosamente durante feriados y mediante actividades complementarias vinculadas con la Dirección de Cultura, así como competencias nacionales de ciclismo. Estas iniciativas demuestran cómo la promoción de eventos culturales, deportivos y recreativos puede aumentar la afluencia de personas y el “uso positivo” del espacio, creando un ambiente vibrante donde la ciudadanía puede distraerse y disfrutar en familia de forma segura. Se deben continuar y expandir estas actividades para mantener el bulvar como un punto de encuentro dinámico.

Fomentar la formalización y seguridad de los comercios mediante alianzas con la municipalidad y la policía:

Detalle: Es crucial incentivar a los locales comerciales y restaurantes a mejorar la presentación de sus negocios para hacerlos más atractivos para turistas y locales. Esto incluye ofrecer capacitación a los comerciantes sobre una atención adecuada y sobre iniciativas para prevenir delitos dentro de sus establecimientos. La mejora de la comunicación y coordinación con los prestadores de servicios es clave para que perciban el bulvar como una oportunidad atractiva para vender sus servicios y contribuir a un entorno comercial seguro y próspero. La implementación de “terrazas” ha sido una estrategia exitosa para la comercialización de servicios.

Impulsar programas de empleo y emprendimiento local para jóvenes y grupos vulnerables:

Detalle: La visión de la peatonalización y el fomento de la actividad comercial es “dinamizar la economía local” y permitir “que la gente pueda vender más y pueda realizar los negocios”. Al fomentar un mayor gasto en los comercios locales, se crea un efecto

positivo en la economía de la zona. Se deben explorar y desarrollar programas que aprovechen este dinamismo para impulsar el empleo y el emprendimiento, especialmente para jóvenes y grupos vulnerables, contribuyendo así a la inclusión social y económica.

6.4 Implementación

6.4.1 • Cronograma:

Tabla 22. Cronograma

Actividad	Responsables Principales	Duración Estimada	Fase / Mes
Conformación y capacitación del equipo técnico interinstitucional	GAD Municipal, Policía Nacional, ECU-911	1 mes	Mes 1
Diagnóstico participativo (encuestas, entrevistas, análisis de riesgos)	UNACH, GAD, Comunidad	1 mes	Mes 1
Instalación de luminarias LED en el bulevar y zonas de acceso	Empresa Eléctrica, GAD	2 meses	Meses 1–2
Inicio de patrullaje permanente (motorizado y a pie)	Policía Nacional, Agentes Municipales	Permanente (inicio mes 1)	Desde Mes 1
Establecimiento del centro de monitoreo y capacitación del personal	GAD, ECU-911	2 meses	Meses 2–3
Creación del puesto de policía de turismo e información	Policía de Turismo, Dirección de Turismo	4 meses	Meses 1–4
Desarrollo y distribución de materiales informativos para turistas	Dirección de Comunicación y Turismo	3 meses	Meses 2–4
Exploración e implementación de tecnologías emergentes (sensores, alertas)	Innovación Tecnológica, GAD	5 meses	Meses 5–9
Promoción de actividades culturales, recreativas y deportivas	Dirección de Cultura, Turismo	Permanente	Desde Mes 2
Reuniones de coordinación interinstitucional y retroalimentación comunitaria	GAD, Comunidad, Comerciantes	Permanente	Mensual

Campañas de sensibilización sobre denuncia ciudadana y corresponsabilidad	Dirección de Desarrollo Social y Policía Nacional	Trimestral	Desde Mes 2
Adecuación de áreas verdes, mobiliario urbano y señalética	Obras Públicas, GAD	3 meses	Meses 2–4
Mejoras en accesibilidad y movilidad peatonal	Dirección de Movilidad	4 meses	Meses 3–6
Programa de formalización de comercios y capacitación para atención segura	Dirección de Control Municipal, Policía Nacional	6 meses (piloto)	Meses 3–9
Evaluaciones semestrales del plan mediante indicadores de desempeño (KPI)	Comité de Evaluación Interinstitucional	Cada 6 meses	Mes 6, 12, 18, 24

6.4.2 Capacitación:

Con el fin de garantizar una implementación efectiva y sostenible del Plan de Seguridad del Bulevar de la Avenida Daniel León Borja, se ha considerado indispensable complementar las estrategias institucionales con herramientas de fortalecimiento de capacidades y orientación práctica para los actores involucrados.

Por esta razón, se presentan dos instrumentos clave:

- **Sílabo de Capacitación para la Implementación del Plan de Seguridad del Bulevar Daniel León Borja**

Información General del Curso

Tabla 23. Información capacitación

Nombre del curso:	Formación en Prevención, Atención y Gestión de Conflictos para la Seguridad Ciudadana
Duración total:	40 horas (divididas en 5 módulos)
Modalidad:	Presencial / Mixta (presencial y virtual)
Dirigido a:	Comerciantes formales e informales Representantes comunitarios
Objetivo general:	Brindar herramientas teóricas y prácticas para fortalecer las capacidades de los actores locales en prevención del delito, atención a situaciones de riesgo y gestión efectiva de conflictos en el espacio público.
Evaluación:	Participación activa en los talleres (30%) Ejercicio práctico final (30%) Cuestionario de conocimientos (40%)
Certificación:	Se entregará un certificado de participación avalado por el GAD Municipal de Riobamba y la Universidad Nacional de Chimborazo (opcional según convenio).

Módulos de Formación

Tabla 24. Módulos de Capacitación

Módulo	Contenidos Principales	Duración	Metodología
Módulo 1: Seguridad ciudadana y corresponsabilidad	Conceptos básicos de seguridad ciudadana Marco legal local y nacional Principios de corresponsabilidad institucional y comunitaria Rol de cada actor en la seguridad del bulevar	6 horas	Taller participativo, estudio de casos
Módulo 2: Prevención situacional y comunitaria	Prevención a través del diseño ambiental (iluminación, vigilancia, visibilidad) Uso adecuado del espacio público Participación ciudadana en la prevención del delito Canales de denuncia y acción comunitaria	8 horas	Caminatas de observación, dinámicas de grupo
Módulo 3: Atención y respuesta ante incidentes	Primeros auxilios básicos Comunicación y coordinación interinstitucional ante emergencias Protocolo de actuación en caso de: robos, vandalismo, consumo de alcohol, altercados Manejo de crisis y desescalada de conflictos	10 horas	Simulacros, role-playing, guías prácticas
Módulo 4: Gestión de conflictos y mediación comunitaria	Tipología de conflictos en el espacio público Técnicas de mediación, negociación y escucha activa Estrategias de resolución pacífica de conflictos entre comerciantes, comunidad y usuarios	8 horas	Casos prácticos, simulaciones, dramatizaciones
Módulo 5: Cultura turística y trato al visitante	Principios de hospitalidad y servicio Seguridad turística Comunicación efectiva con visitantes nacionales y extranjeros Manejo de quejas y sugerencias	8 horas	Juegos de roles, dinámicas, ejemplos prácticos

- **Guía Práctica de Actuación para la Seguridad del Bulevar de la Av. Daniel León Borja**

Esta guía tiene como objetivo brindar a los actores involucrados orientaciones claras y prácticas sobre cómo actuar ante situaciones comunes que afectan la seguridad y convivencia en el bulevar.

¿Qué hacer ante el consumo de alcohol en la vía pública?

- Acercarse de forma respetuosa a la persona involucrada y solicitar que se retire del espacio público si está en condiciones de hacerlo.
- Reportar inmediatamente al ECU-911 o al Agente de Control Municipal si la situación genera disturbios o riesgo.
- Evitar la confrontación directa si hay signos de agresividad o alteración.

¿Cómo activar el sistema de emergencia ECU-911?

- Llamar al 911 desde cualquier teléfono.
- Indicar claramente: ubicación exacta, tipo de incidente, número de personas involucradas, estado actual.
- Esperar indicaciones del operador y mantenerse en línea si es necesario.

¿Cómo actuar ante un robo o altercado?

- No intervenir directamente si no se cuenta con entrenamiento; priorizar la seguridad personal.
- Llamar al 911 y proporcionar detalles del incidente.
- Si es posible y seguro, anotar o registrar características de los implicados.

¿Cuáles son las rutas de evacuación en caso de emergencia?

- Identificar las calles principales de salida: Carlos Zambrano y Carabobo.
- Seguir las indicaciones de los agentes de tránsito o de seguridad presentes.
- Evitar obstruir las veredas o zonas de circulación durante la evacuación.

¿Dónde están los puntos de información o ayuda?

- Puesto de Policía de Turismo: Ubicado en el ingreso principal del bulevar.
- Puestos móviles de Agentes de Control Municipal durante eventos.
- Comercios aliados con distintivo visible (calcomanía) pueden brindar primeros auxilios e información básica.

Recomendaciones generales para comerciantes y vecinos:

- Mantener la fachada de los locales bien iluminada y despejada.
- Evitar reproducir música a volumen excesivo que pueda interferir con alertas o llamados.
- Promover el buen trato a visitantes y la colaboración con los cuerpos de seguridad.

6.4.3 Comunicación:

La comunicación constituye un eje transversal en la implementación del Plan de Seguridad del Bulevar de la Avenida Daniel León Borja. Para garantizar la transparencia, la apropiación comunitaria y la sostenibilidad del plan, se establecerá un sistema de comunicación periódica e inclusiva dirigido a informar a la ciudadanía sobre los avances, logros y retos de la ejecución de las estrategias de seguridad.

Esta comunicación se desarrollará mediante boletines informativos mensuales, publicaciones en redes sociales institucionales y espacios de diálogo comunitario que permitan a los residentes, comerciantes y visitantes conocer las acciones realizadas, expresar sus opiniones y participar activamente en la mejora continua del plan.

Además, se utilizarán medios de comunicación local como radio, prensa escrita y carteleras informativas en el bulevar, así como la instalación de códigos QR en puntos estratégicos que brinden acceso a información actualizada sobre las medidas de seguridad, rutas de patrullaje, contactos de emergencia y actividades programadas.

Con estas acciones se busca fortalecer la corresponsabilidad ciudadana, mantener informada a la comunidad y promover una cultura de colaboración para la construcción de un entorno seguro, ordenado y acogedor.

6.5 Monitoreo y Evaluación

6.5.1 Indicadores:

Para medir el éxito y el impacto del plan, es fundamental definir indicadores claros y medibles. Estos permitirán evaluar de manera objetiva la situación y la efectividad de las estrategias implementadas:

Reducción de Delitos:

- **Tasa de incidentes delictivos:** Se monitoreará la disminución de reportes de delitos específicos en la zona del bulevar, como robos a personas, robo de bienes, robo de accesorios y autopartes de vehículos, y el consumo de bebidas alcohólicas en espacios públicos que es un reporte frecuente en la zona. Se establecerán líneas base con datos históricos, considerando que en algunos circuitos cercanos se han registrado incrementos delictivos significativos lo que subraya la necesidad de una reducción efectiva.
- **Tipos de incidentes más frecuentes:** Se hará un seguimiento a la evolución de los incidentes que suelen ocurrir con mayor frecuencia, para identificar patrones y la efectividad de las medidas preventivas.
- **Datos de sistemas de vigilancia:** Se utilizarán los datos y reportes de los sistemas de seguridad y videovigilancia interconectados (como el SIS ECU-911) para obtener información en tiempo real sobre la ocurrencia de incidentes y la respuesta de las fuerzas de seguridad.

Percepción de Seguridad:

- **Encuestas de percepción ciudadana:** Se realizarán encuestas periódicas a residentes, comerciantes y visitantes para medir su sentimiento de seguridad y confianza en el bulevar. Se tomará como referencia que un 45% de los comerciantes ya percibe un efecto “bueno” del bulevar en sus ventas, lo que crea una base positiva para extender esa percepción a la seguridad. Además, se considerará que un alto porcentaje de encuestados (casi el 50% como “buena” y

más del 20% como “muy buena”) califica la satisfacción con los productos, lo que puede influir en la percepción general del espacio.

- **Confianza en las autoridades:** Se evaluará la percepción de confianza en el desempeño de las fuerzas de seguridad (Policía Nacional, Agentes de Control Municipal) y los agentes de tránsito, ya que su presencia constante y la realización de operativos interinstitucionales son clave para impactar directamente en la sensación de seguridad.
- **Uso del espacio público:** Se observará el aumento en la afluencia de personas y el uso de los espacios del bulevar, especialmente en horarios nocturnos y durante eventos específicos (como los vinculados a la Dirección de Cultura o competencias de ciclismo), como un indicador indirecto de una mayor percepción de seguridad y apropiación del espacio.

Participación Comunitaria:

- **Número de participantes en actividades:** Se cuantificará la asistencia a eventos culturales, deportivos y recreativos promovidos en el bulevar, así como la participación en iniciativas como las “terrazas” de los establecimientos turísticos.
- **Involucramiento en programas de seguridad:** Se medirá la participación activa en proyectos comunitarios de seguridad y planes ciudadanos que buscan la integración de toda la comunidad en la seguridad del bulevar.
- **Retroalimentación activa:** Se registrará la cantidad y calidad de la retroalimentación recibida de la comunidad y comerciantes a través de los canales de comunicación abiertos y reuniones regulares, lo cual es fundamental para la mejora continua.

6.5.2 Revisión periódica:

La evaluación del plan no debe ser un evento único, sino un proceso continuo y dinámico que permita la adaptación y mejora constante, reflejando el feedback y los correctivos necesarios mencionados por los actores clave.

Frecuencia de Revisión:

- Se establecerán reuniones de revisión trimestrales o semestrales con el equipo de seguridad y los actores clave para analizar los datos de los indicadores.

Análisis de Datos:

- Se compararán los resultados actuales con las líneas base y las metas establecidas.
- Se identificarán tendencias en la incidencia delictiva y la percepción de seguridad, prestando atención a los días y segmentos horarios de mayor incidencia delictual (como los domingos, sábados y jueves por la noche en algunos circuitos).

- Se analizará la efectividad de las acciones implementadas, por ejemplo, si las mejoras en iluminación o el aumento de patrullajes han tenido un impacto positivo en la reducción de incidentes reportados.

Ajuste de Estrategias:

- Con base en los resultados de la evaluación, se realizarán los ajustes necesarios para optimizar las estrategias. Esto podría implicar la reasignación de recursos, la modificación de horarios de patrullaje, el ajuste de campañas de sensibilización o la implementación de nuevas tecnologías como sensores de movimiento y sistemas de alerta temprana.
- El plan se adaptará a nuevas necesidades o amenazas que puedan surgir, manteniendo la flexibilidad para responder a cambios en el entorno de seguridad.

6.5.3 Rendición de cuentas:

La transparencia y la rendición de cuentas son esenciales para generar confianza y mantener el apoyo ciudadano, fomentando una verdadera corresponsabilidad y coparticipación de todos los actores, en línea con la política pública de seguridad ciudadana.

Informes Públicos:

- Se elaborarán informes periódicos (anuales o bianuales) que presenten los resultados de los indicadores de reducción de delitos, percepción de seguridad y participación comunitaria.
- Estos informes serán públicos y transparentes, mostrando tanto los logros alcanzados (por ejemplo, el impacto positivo en la seguridad ciudadana donde no se han reportado incidentes en eventos) como los retos enfrentados (como la falta de personal policial) y las acciones correctivas tomadas.

Canales de Difusión:

- Se utilizarán los canales de comunicación oficiales (redes sociales, sitio web) para difundir estos informes de manera amplia, siguiendo la estrategia de promoción ya utilizada para el bulevar.
- Se realizarán presentaciones abiertas a la comunidad en reuniones vecinales o foros públicos para discutir los resultados y recibir retroalimentación directa, manteniendo un canal de comunicación abierto.

Participación Ciudadana:

- Se fomentará la participación activa de la ciudadanía en la revisión de estos informes, abriendo espacios para preguntas y sugerencias. Esto refuerza el compromiso colectivo con la seguridad del entorno y la integración de la comunidad en los planes de seguridad.
- La rendición de cuentas no solo informa, sino que también empodera a la comunidad al hacerla partícipe activa de la seguridad de su entorno.

BIBLIOGRAFÍA

Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación. Enfoques Consulting EIRL*, 1, 66-78.

Barrera, A., Cabrera-Barona, P., & Velasco-Oña, P. (2022). *Derechos, calidad de vida y división social del espacio en el Distrito Metropolitano de Quito. EURE (Santiago)*, 48(144), 1-23.

Bertolini, L., Leclercq, F., & Meijers, E. (2019). *The urban street as a space of consumption: Reinterpreting the city as a place for commercial development. Urban Studies*, 56(8), 1543-1560.

Campozaño-Figueroa, F. J. (2023). *Beneficios del “turismo para todos” en Ecuador. Un estudio de caso. Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR. ISSN 2737-6354.*, 6(12), 233-253.

Cardona, S., Escobar, D. A., & Moncada, C. A. (2020). *Análisis de ordenamiento de la movilidad en el bulevar gastronómico de Milán, Manizales (Colombia). Información tecnológica*, 31(1), 301-310.

Cordova, J., & Freire, L. (2018). *La calle Sucre como espacio público peatonal en el Centro Histórico de Quito. Revista Estudios en Turismo*, 21(1), 123-142.

Cruz, M., & Sánchez, R. (2021). *El turismo y la gastronomía como elementos dinamizadores del desarrollo local. Editorial Universitaria.*

Espinosa, M., & Palacios, T. (2019). *Los bulevares peatonales como espacios de interacción cultural en Ecuador. Revista de Turismo y Patrimonio*, 12(4), 56-71.

Fernández, P., & Castillo, R. (2023). *Accesibilidad y desarrollo comercial en espacios urbanos. Revista de Economía Urbana*, 19(2), 101-115.

GADMR. (2023). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Riobamba 2023-2027. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba.*

García, L., & Ramírez, M. (2019). *Análisis de la competencia comercial en el Bulevar 24 de Mayo, Quito. Revista de Estudios Urbanos*, 12(2), 45-60.

Gómez, M., & Sánchez, L. (2020). *Tendencias de consumo en espacios comerciales urbanos. Revista de Marketing y Negocios*, 15(3), 67-82.

González, M. (2018). *Ética en la investigación social. Editorial Universitaria.* Cruz, J. (2019). *Comercialización y desarrollo urbano: Estrategias para el éxito. Revista de*

Hernández, M., & Ruiz, S. (2022). *Canales de distribución y confianza del consumidor en mercados emergentes. Revista de Marketing y Comercio*, 16(1), 55-70.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2021). *Metodología de la investigación (7.ª ed.). McGraw Hill.*

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2017). *Alcance de la Investigación.*

Jain, N. (2023). *¿Qué es el análisis de mercado? Definición, etapas, ventajas y buenas prácticas.*

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Marketing turístico: Estrategias y herramientas. Pearson Education.*

López, A., & Martínez, J. (2021). *Estrategias promocionales en el comercio urbano: Tendencias y resultados. Estudios de Mercadeo y Ventas*, 11(3), 42-58.

- Ministerio de Turismo del Ecuador (2021). *Informe de turismo cultural en Ecuador*.
- Molina, J., Pérez, A., & Torres, R. (2020). *Impacto económico de los espacios comerciales peatonales en ciudades latinoamericanas*. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Urbano*, 8(1), 30-47.
- Montesdeoca, I. M., & Cabrera, G. L. A. (2020). *La zonificación territorial como instrumento de planificación y gestión de destinos turísticos afectados por desastres naturales: la estrategia posterremoto de 2016 en Portoviejo (Ecuador)*. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 4(1), 1-21.
- Municipio de Guayaquil. (2020). *Plan de Gestión del Malecón 2000*. Guayaquil: Autor.
- Municipio de Guayaquil. (2024, octubre 9). *Malecón 2000 cumple 25 años con un promedio de 1,8 millones de visitas al mes*.
- Municipio de Riobamba. (2021). *Política Pública de Seguridad Ciudadana y Convivencia Social Pacífica del Cantón Riobamba 2021-2030*.
- Muñoz, A., & Vásquez, M. (2019). *Análisis del impacto del bulevar 9 de octubre en la ciudad de Guayaquil*. *Revista Estudios Urbanos y Regionales*, 15(2), 1-20.
- Ortega, A. O. (2018). *Enfoques de investigación. Métodos para el diseño urbano—Arquitectónico*, 1.
- Pérez, A., & Martínez, J. (2022). *Comportamiento del consumidor en mercados turísticos*. *Estudios de Turismo y Desarrollo*, 10(1), 23-38.
- Policía Nacional del Ecuador. (2025). *RQE Distrito Riobamba CMI 30-ABR-2025*. [Informe interno].
- Portalanza Ned, (2024). *Subzona de Policía Chimborazo No.6, Evaluación de Violencia y Delincuencia*. Policía Nacional
- Qualtrics. (2023). *Análisis de mercado: definición y métodos*, 58(2), 134–149.
- Ramírez, C., & López, D. (2021). *Estrategias de posicionamiento de productos en áreas urbanas*. *Revista Latinoamericana de Economía*, 14(4), 90-105.
- Ramos-Galarza, C. A. (2020). *Los alcances de una investigación*. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6.
- Rodríguez, C., Jiménez, A., & Pérez, P. (2020). *Impact of pedestrian zones on local commerce and tourism in medium-sized cities*. *Journal of Urban Development*, 15(4), 378-392.
- Ruiz, J., & Bonilla, M. (2022). *Transformaciones socioespaciales en la Avenida Daniel León Borja de Riobamba*. *Revista de Arquitectura*, 15(2), 45-60.
- Solé, J., Martínez, L., & Bravo, A. (2021). *Commercial revitalization through pedestrianization: Effects on local business*. *Urban Regeneration Review*, 39(3), 512-525.
- Torres, R., & Valencia, A. (2020). *“Estrategias de marketing digital en destinos turísticos”*. *Revista de Gestión Turística*.
- Tovar, A., González, R., & Díaz, M. (2021). *Pedestrian streets and their impact on tourism and local commerce*. *International Journal of Urban Studies*, 47(1), 112-130.
- Urbanismo, 15(2), 45-60. Martínez, A. (2020). *Metodologías de investigación en el análisis de mercado*. Universidad de Riobamba.

ANEXOS

8.1 Anexo 1. Árbol de Problemas

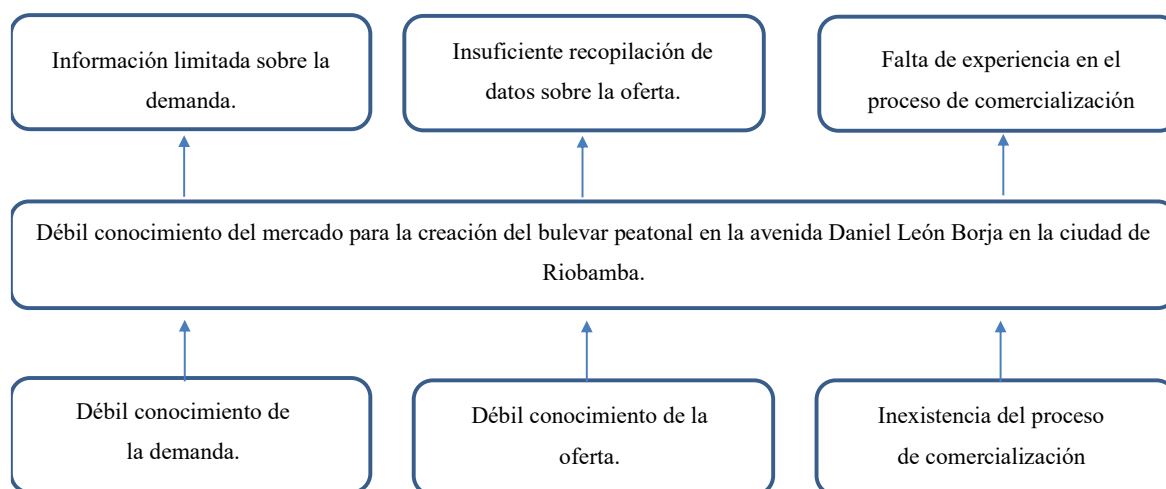


Figura 10. Árbol de Problemas

8.2 Anexo 2. Matriz de Variables

“Análisis de mercado del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba”

Tabla 25. Matriz de Variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
<i>Análisis de mercado</i>	El análisis de mercado es un proceso sistemático que implica la recopilación, evaluación e interpretación de datos relevantes para comprender las dinámicas de un mercado específico. Este proceso permite identificar tendencias, comportamientos del consumidor, niveles de competencia y otros factores que influyen en la demanda y oferta de productos o servicios, facilitando así la toma de decisiones estratégicas en el ámbito empresarial.	Operacionalmente, el análisis de mercado se traduce en la implementación de métodos y técnicas específicas, como encuestas, entrevistas y análisis de datos secundarios, para medir y evaluar variables clave del mercado. Estas variables incluyen la demanda del consumidor, la oferta existente, las estrategias de comercialización y otros elementos que afectan directamente la posición competitiva de una empresa en el mercado.	Demanda del Mercado	Nivel de conocimiento del producto o servicio. Frecuencia de consumo o uso. Preferencias de los consumidores.	Entrevistas, encuestas Documentos de archivos y fuentes distintas.
			Oferta del Mercado	Diversidad de productos o servicios ofertados. Participación de mercado de cada competidor. Número y tipo de competidores	
			Comercialización	Canales de distribución utilizados . Estrategias promocionales actuales Accesibilidad del producto o servicio	
<i>Qualtrics. (2023)</i>					
<i>Jain, N. (2023)</i>					

8.3 Anexo 3. Guía de la entrevista a experto.

1. Demanda

- ¿Qué estrategias se han implementado para atraer tanto a residentes como a turistas al bulevar?
- ¿Qué actividades o eventos han tenido mayor impacto en la afluencia de personas?
- ¿Cómo considera que la peatonalización ha influido en la movilidad y en la llegada de visitantes?
- ¿Qué cambios se han percibido en los hábitos de uso del espacio público desde la implementación del bulevar?

2. Comercialización

- ¿Qué métodos de promoción se han utilizado para dar visibilidad al bulevar y sus negocios?
- ¿De qué forma se ha integrado el bulevar con otros atractivos turísticos o comerciales de la ciudad?
- ¿Qué medidas se han tomado para regular y fortalecer los negocios formales?
- ¿Cómo se percibe la influencia del comercio informal en la dinámica del bulevar?

3. Oferta

- ¿Qué tipo de negocios predominan en el bulevar y bajo qué criterios fueron seleccionados?
- ¿Se han identificado oportunidades para ampliar o diversificar la oferta comercial y de servicios?
- ¿Qué acciones se han considerado para integrar a los emprendedores y artesanos locales?
- ¿Qué propuestas existen para equilibrar la relación entre comerciantes formales e informales?

4. Seguridad

- ¿Qué medidas se han adoptado para garantizar la seguridad de los visitantes y comerciantes?
- ¿Qué tipos de incidentes se reportan con mayor frecuencia en la zona?
- ¿Cómo se coordinan los operativos durante eventos de alta concurrencia?
- ¿Qué papel juegan la tecnología y la presencia institucional en la percepción de seguridad?

5. Opinión personal

- ¿Qué beneficios considera que ha aportado el bulevar a la ciudad?
- ¿Qué aspectos del proyecto considera que deberían mejorarse o fortalecerse?
- ¿Cómo evalúa la respuesta de la ciudadanía ante esta iniciativa?
- ¿Qué impacto ha tenido el proyecto en la calidad de vida y la imagen de la ciudad?

6. Forma de trabajo
 - ¿Cómo se organiza la coordinación entre las distintas instituciones involucradas?
 - ¿Qué retos se han presentado durante la implementación y gestión del proyecto?
 - ¿Qué mecanismos de planificación y retroalimentación se utilizan?
 - ¿Qué mejoras considera necesarias en la gestión interinstitucional para futuros proyectos?

8.4 Anexo 4. Entrevistas realizadas a las autoridades.

Tabla 26. Entrevistados del Proyecto

Entrevista	Nombre	Cargo
E1	Mgtr. Cristina Uzcátegui	Analista de la Dirección de Turismo del Municipio
E2	Abg. César Abel Bazantes Segovia	Encargado de Seguridad
E3	Mgtr. Fabián Codel	Director de Control Municipal

Nota: Elaboración propia.

8.5 Anexo 5. Formato de Encuesta Residentes de la zona



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

IMPLEMENTACION DE UN BULEVAR PEATONAL EN LA AVENIDA DANIEL LEÓN BORJA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA ENCUESTA PARA RESIDENTES DE LA ZONA DE INFLUENCIA DEL BULEVAR.

Formulario N.º _____

Fecha de la encuesta: /_____/_____/____/

Encuestador: Cristina Belén Codel Bueno

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Determinar la factibilidad comercial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. La entrevista tendrá una duración de 5 minutos

INFORMACIÓN:

Cristina Belén Codel Bueno

cristina.codel@unach.edu.ec

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad (escribala):

2. ¿Cuál es su género?

- 1) () Masculino
- 2) () Femenino
- 3) () Otro

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

- 1) () Primaria
- 2) () Secundaria
- 3) () Superior no universitaria
- 4) () Superior universitaria
- 5) () Maestría
- 6) () Doctorado/ PhD.

4. ¿Cuál es su nivel de ingresos? (En dólares)

- 1) () Menos de 460
- 2) () 461-760

- 3) () 761-1060
 4) () 1061-1500
 5) () Más de 1500

5. ¿Qué rol usted cumple en el sector?

- 1) () Soy residente en el sector
 2) () Soy comerciante/empresario
 3) () Soy visitante frecuente
 4) () Otro (especificar).....

II. INFORMACION ESPECÍFICA

7. Califique cada uno de los ítems considerando los siguientes parámetros:

1=Deficiente; 2=Regular; 3=Buena; 4=Muy Buena; 5=Excelente.

Nº	ÍTEM	PRÁMETROS				
Dimensiones	OFERTA TURÍSTICA	1	2	3	4	5
		Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
7.1	La implementación del bulevar peatonal ha mejorado la oferta turística en la zona					
7.2	El bulevar peatonal ha atraído a más turistas, lo cual ha beneficiado mi negocio.					
7.3	La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los turistas, lo cual beneficia a mi negocio/residencia.					
7.4	¿Qué tan satisfecho está con la cantidad de espacios comerciales disponibles en la avenida Daniel León Borja?					
7.5	¿Cree que un bulevar peatonal podría aumentar la ocupación y el uso de los espacios comerciales en esta zona?					
7.6	¿Considera que la variedad de comercios actuales en la avenida es suficiente para atraer a más clientes si se implementa un bulevar peatonal?					
7.7	¿Considera que el mantenimiento actual de la avenida es adecuado para un proyecto de bulevar peatonal?					
	DEMANDA TURÍSTICA					
7.8	La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio para los comerciantes locales en el bulevar peatonal.					
7.9	La creación del bulevar peatonal fomentará el desarrollo económico de la zona a través del turismo.					
7.10	En general, tengo una percepción positiva sobre el impacto que el bulevar peatonal tendrá en la demanda turística de la zona.					
7.11	La creación de un bulevar peatonal aumentaría las ventas de los comercios locales					
7.12	El bulevar peatonal incentivaría la apertura de nuevos negocios en la zona					
7.13	Creo que la implementación de un bulevar peatonal podría incrementar mis ventas y beneficios.					
7.14	Un bulevar peatonal contribuiría al desarrollo económico y comercial de la zona.					
	COMERCIALIZACIÓN (venta de productos y servicios)					
7.15	La afluencia de personas en el bulevar peatonal beneficiará la venta de mis productos/servicios.					

7.16	Un bulevar peatonal beneficiará más a ciertos tipos de negocios que a otros, afectando la competencia.					
7.17	El bulevar peatonal ofrecería nuevas oportunidades para eventos y promociones especiales					
7.18	Con un bulevar peatonal, sería más fácil analizar el flujo de personas frente a mi negocio.					

III. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

8. ¿Existen suficientes opciones de estacionamiento cerca de la avenida?

- 1) () Sí
- 2) () No
- 3) () No estoy seguro/a

9. ¿Cree que la peatonalización de la avenida afectará a su movilidad?

- 1) () Sí
- 2) () No
- 3) () ¿Cómo?.....

10. ¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?

- 1) () Caminando.
- 2) () En bicicleta.
- 3) () En vehículo propio.
- 4) () Transporte público.

11. ¿Qué negocios son más demandados?

- 1) () Cafeterías.
- 2) () Restaurantes.
- 3) () Heladerías.
- 4) () Bares y discotecas.
- 5) () Licorerías.
- 5) () Otros.....

12. ¿Cuáles cree usted que podrían ser los desafíos o problemas que se le presenten asociados con la creación de un bulevar peatonal en la zona?

.....

Muchas gracias por su atención y tiempo.

8.6 Anexo 6. Formato de Encuesta a Turistas Nacionales



UNIVERSIDAD NACIONAL DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y
ADMINISTRATIVA
CARRERA DE TURISMO

ENCUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BULEVAR PEATONAL EN LA AVENIDA DANIEL LEÓN BORJA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA PARA TURISTAS NACIONALES.

Formulario N.º _____

Fecha de la encuesta: ____/____/____

/ Encuestador: Cristina Belén Codel Bueno

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Recoger información para determinar la factibilidad comercial para la creación del bulevar peatonal en la avenida Daniel León Borja en la ciudad de Riobamba.

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. La entrevista tendrá una duración de 5 minutos

INFORMACIÓN:

Cristina Belén Codel Bueno

cristina.codel@unach.edu.ec

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad (escríbala):

2. ¿Cuál es su género?

1) () Masculino

2) () Femenino

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

1) () Primaria

2) () Secundaria

3) () Superior no universitaria

4) () Superior universitaria

5) () Maestría

4. ¿Cuál es su nivel de ingresos? (En dólares)

1) () Menos de 460

- 2) () 461-760
 3) () 761-1060
 4) () 1061-1500
 5) () Más de 1500

5. ¿Cuál es su lugar de procedencia? (Provincia, Cantón, Ciudad)

.....

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

6. Califique cada uno de los ítems considerando los siguientes parámetros:

1=Deficiente; 2=Regular; 3=Buena; 4=Muy Buena; 5=Excelente.

Nº	ÍTEMS	PRÁMETROS				
Dimensiones	OFERTA TURÍSTICA	1	2	3	4	5
		Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
6.1	¿Cómo calificarías la importancia de un bulevar peatonal en la Av. Daniel León Borja?					
6.2	¿El bulevar ofrece una amplia variedad de opciones gastronómicas y comerciales?					
6.3	¿Cómo calificaría usted los productos y servicios de la Av. Daniel León Borja?					
6.4	Considero que el bulevar peatonal proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos comerciales.					
	DEMANDA TURÍSTICA					
6.5	¿Cómo crees que la creación de un bulevar peatonal en esta avenida afectaría positivamente la experiencia de los turistas?					
6.6	¿Qué tan dispuesto estarías a recomendar la visita a Riobamba a otros turistas nacionales si se implementara un bulevar peatonal?					
6.7	¿Consideras que la creación de un bulevar peatonal en esta avenida mejoraría la seguridad y comodidad de los turistas?					
6.8	El bulevar peatonal ofrecerá nuevas y mejores opciones de entretenimiento					
	COMERCIALIZACIÓN					
6.9	¿La variedad de actividades y atracciones ofrecidas en el bulevar peatonal es atractiva para los turistas?					
6.10	¿La calidad de los servicios (restaurantes, tiendas, servicios turísticos, etc.) en el bulevar peatonal es satisfactoria?					
6.11	¿La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los visitantes?					
6.12	La creación del bulevar peatonal fomentará la apertura de nuevos negocios en la Av. Daniel León Borja.					
6.13	La experiencia de los turistas nacionales mejorará con la implementación del bulevar peatonal					
6.14	El bulevar peatonal atraerá a más turistas nacionales que estarán dispuestos a gastar en los comercios locales					
6.15	Califique el nivel de satisfacción de los productos obtenidos en la Av. Daniel León Borja.					

III. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

7. ¿Con qué frecuencia accede la Av. Daniel León Borja?

- 1) () Todos los días.
- 2) () Varias veces por semana.
- 3) () Ocasionalmente.
- 4) () Nunca.

8. ¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?

- 1) () Caminando.
- 2) () En bicicleta.
- 3) () En vehículo propio.
- 4) () Transporte público.

9. ¿En el bulevar peatonal que negocios sugiere usted que se implemente?

- 1) () Espectáculos de luces y proyecciones.
- 2) () Escultura interactiva.
- 3) () Food trucks y pop-up bars
- 4) () Arte callejero y murales vivos.
- 5) () Juegos urbanos y escape rooms.

10. ¿En el bulevar peatonal que actividades sugiere usted que se implemente?

- 1) () Guías turísticos especializados
- 2) () Señalización clara y visible en varios idiomas
- 3) () Servicios básicos (baños, áreas de descanso, puntos de hidratación)
- 4) () Información turística accesible en línea y en puntos estratégicos

11. ¿Cuáles cree usted que podrían ser los desafíos o problemas que se le presenten asociados con la creación de un bulevar peatonal en la zona?

.....
.....
.....

Muchas gracias por su atención y tiempo.

8.7 Anexo 7. Tabulación
8.7.1 Encuestas residentes, información general.
Edad

Tabla 27. Edad Residentes

Edad	N	%
23	1	5,0%
24	1	5,0%
25	1	5,0%
33	1	5,0%
34	1	5,0%
40	2	10,0%
41	1	5,0%
43	1	5,0%
47	2	10,0%
48	1	5,0%
50	1	5,0%
51	1	5,0%
53	1	5,0%
54	1	5,0%
55	1	5,0%
58	1	5,0%
60	1	5,0%
61	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

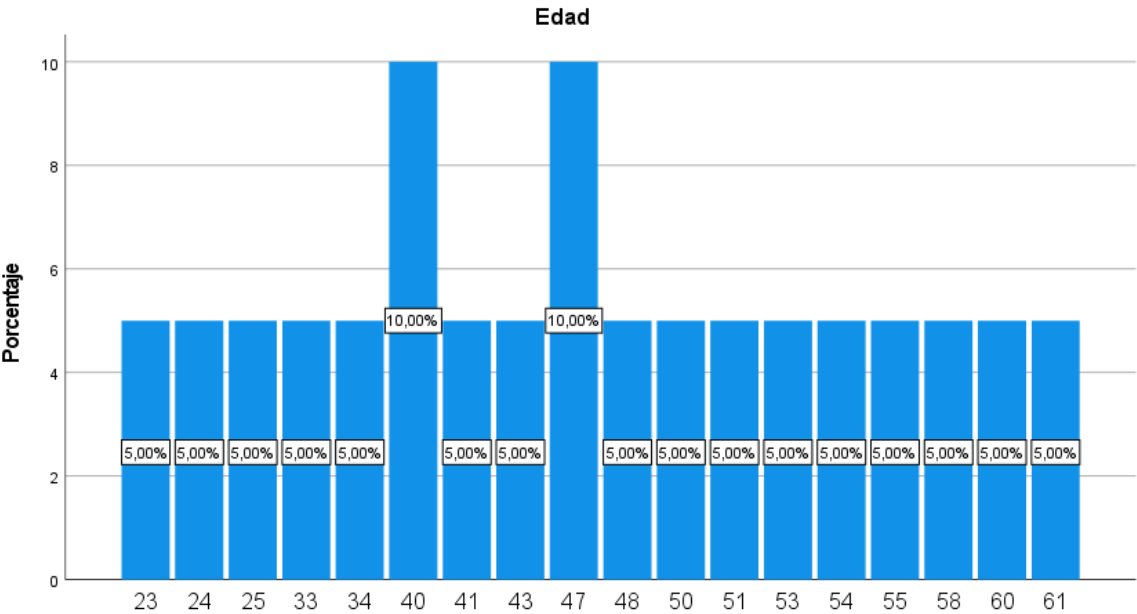


Figura 11. Edad Residentes

La distribución por edades de los encuestados sobre el bulevar peatonal de la Avenida Daniel León Borja es variada, con una representación equilibrada entre diferentes grupos etarios. Cada una de las siguientes edades representa el 5% de los encuestados: 23, 24, 25, 33, 34, 41, 43, 48, 50, 51, 53, 54, 55, 58, 60 y 61 años. Además, las edades de 40 y 47 años cuentan cada una con un 10% de los encuestados. Esta variedad sugiere que las opiniones

recogidas provienen de un amplio rango de edades, lo cual puede proporcionar una perspectiva más completa y diversa sobre la percepción y el impacto del bulevar peatonal.

Cuál es su género

Tabla 28. ¿Cuál es su género? Residentes

¿Cuál es su género?			
	N	%	
Masculino	11	55,0%	
Femenino	9	45,0%	
TOTAL	20	100%	

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

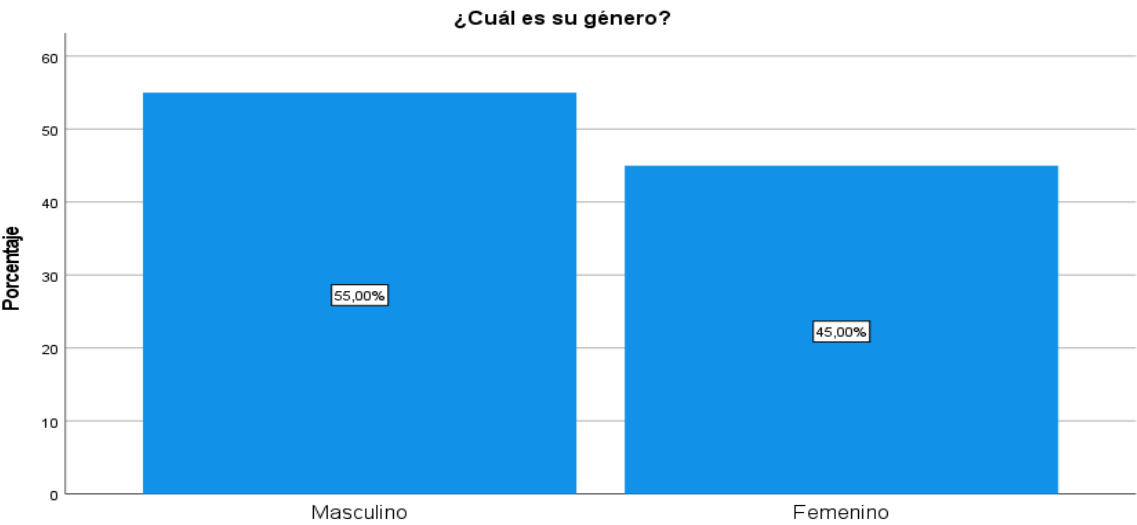


Figura 12. ¿Cuál es su género? Residentes

La distribución de género entre los encuestados sobre el bulevar peatonal de la Avenida Daniel León Borja está relativamente equilibrada. El 55% de los participantes son hombres, mientras que el 45% son mujeres. Esta proporción cercana al equilibrio asegura que las opiniones y percepciones reflejen en buena medida las perspectivas de ambos géneros, lo que contribuye a una evaluación más inclusiva y representativa del impacto y la aceptación del bulevar peatonal.

¿Cuál es su nivel de educación?

Tabla 29. ¿Cuál es su nivel de educación? Residentes

¿Cuál es su nivel de educación?		
	N	%
Secundaria	3	15,0%
Superior no universitaria	5	25,0%
Superior universitaria	9	45,0%
Maestría	3	15,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

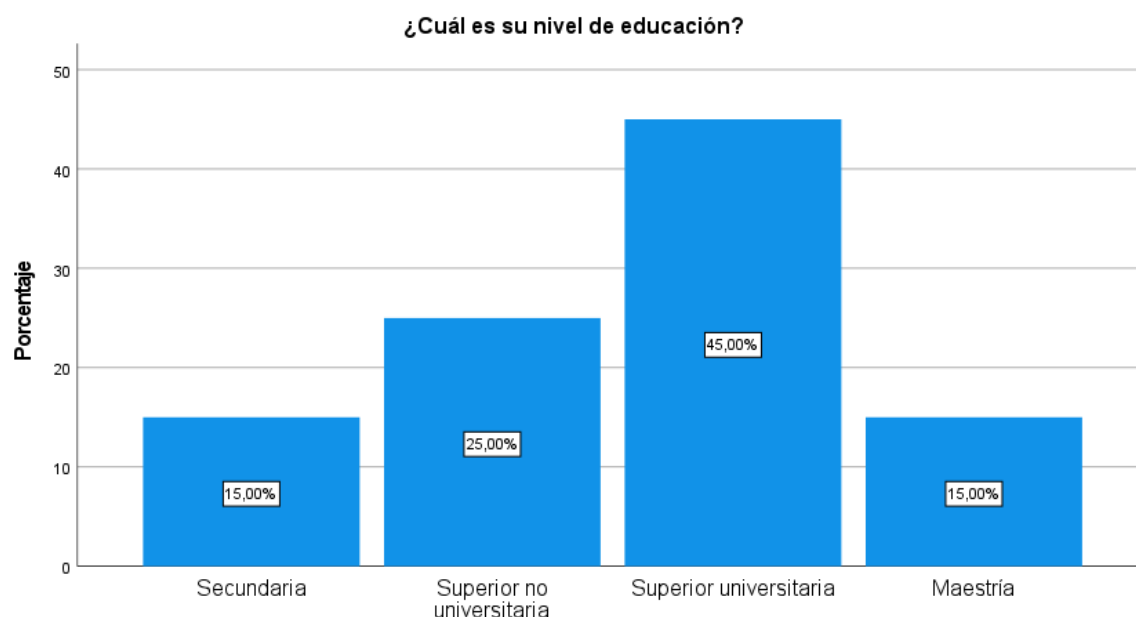


Figura 13. ¿Cuál es su nivel de educación? Residentes

El nivel de educación de los encuestados sobre el bulevar peatonal de la Avenida Daniel León Borja es diverso, con una predominancia de personas con educación superior. Un 15% de los encuestados tienen educación secundaria, un 25% poseen educación superior no universitaria, un 45% han completado estudios universitarios, y un 15% tienen una maestría. Esta diversidad educativa sugiere que las opiniones recogidas provienen de individuos con diferentes niveles de formación académica, lo que puede enriquecer la perspectiva general sobre el impacto y la percepción del bulevar peatonal.

¿Cuál es su nivel de ingresos?

Tabla 30. ¿Cuál es su nivel de educación? Residentes

¿Cuál es su nivel de ingresos?		
	N	%
Menos de 460	3	15,0%
461-760	7	35,0%
761-1060	5	25,0%
1061-1500	4	20,0%
Más de 1500	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

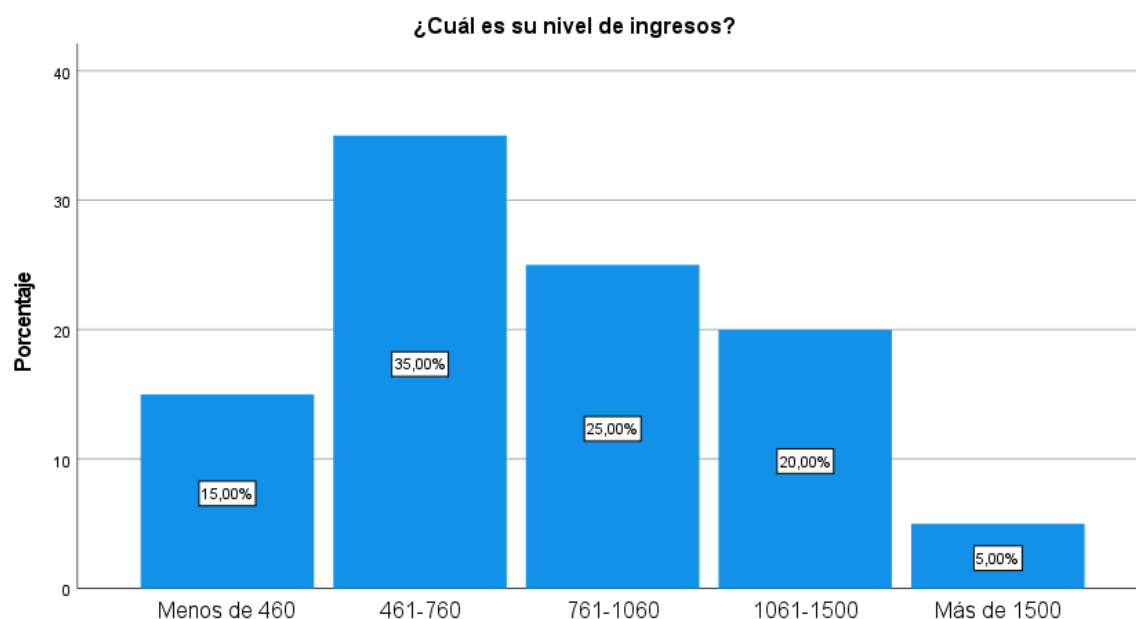


Figura 14. ¿Cuál es su nivel de educación? Residentes

La distribución del nivel de ingresos entre los encuestados sobre el bulevar peatonal de la Avenida Daniel León Borja muestra una variedad de situaciones económicas. Un 15% de los encuestados reporta ingresos menores a 460 dólares, mientras que un 35% tiene ingresos en el rango de 461 a 760 dólares. Un 25% de los encuestados gana entre 761 y 1060 dólares, un 20% tiene ingresos entre 1061 y 1500 dólares, y un 5% reporta ingresos superiores a 1500 dólares. Esta diversidad en los niveles de ingresos sugiere que las opiniones recogidas provienen de individuos con diferentes capacidades económicas, lo que permite una evaluación más inclusiva y representativa del impacto económico del bulevar peatonal en la comunidad

¿Qué rol usted cumple en el sector?

Tabla 31. ¿Qué rol usted cumple en el sector?

¿Qué rol usted cumple en el sector?		
	N	%
Soy residente en el sector	9	45,0%
Soy comerciante/empresario	9	45,0%
Soy visitante frecuente	2	10,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

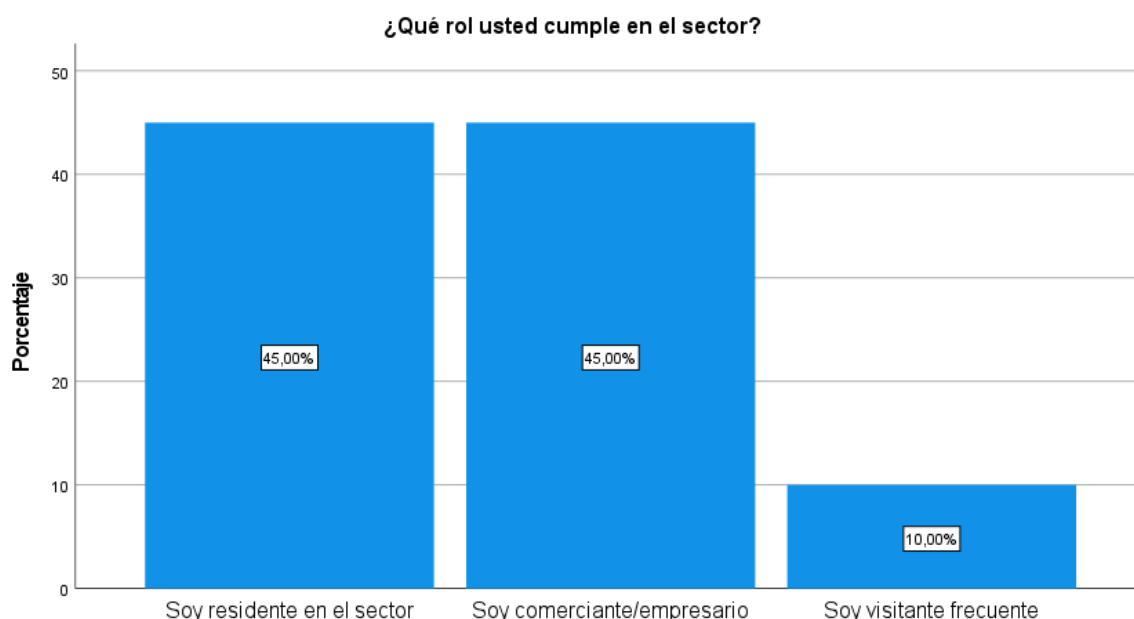


Figura 15. ¿Qué rol usted cumple en el sector?

La distribución de roles de los encuestados en el sector del bulevar peatonal de la Avenida Daniel León Borja muestra una mezcla equilibrada de residentes y comerciantes, con una pequeña proporción de visitantes frecuentes. Un 45% de los encuestados son residentes del sector, otro 45% son comerciantes o empresarios, y un 10% son visitantes frecuentes. Esta diversidad de roles asegura que las opiniones recogidas reflejen las perspectivas tanto de aquellos que viven y trabajan en el área, como de aquellos que la visitan regularmente, proporcionando una visión más completa y representativa del impacto del bulevar peatonal en la comunidad local.

8.7.2 Encuestas residentes, información específica.

Oferta Turística Residentes:

El bulevar peatonal ha atraído a más turistas, lo cual ha beneficiado mi negocio.

Tabla 32. El bulevar peatonal ha atraído a más turistas.

El bulevar peatonal ha atraído a más turistas, lo cual ha beneficiado mi negocio.			
	N		%
Deficiente		4	20,0%
Regular		6	30,0%
Buena		9	45,0%
Muy buena		1	5,0%
TOTAL		20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

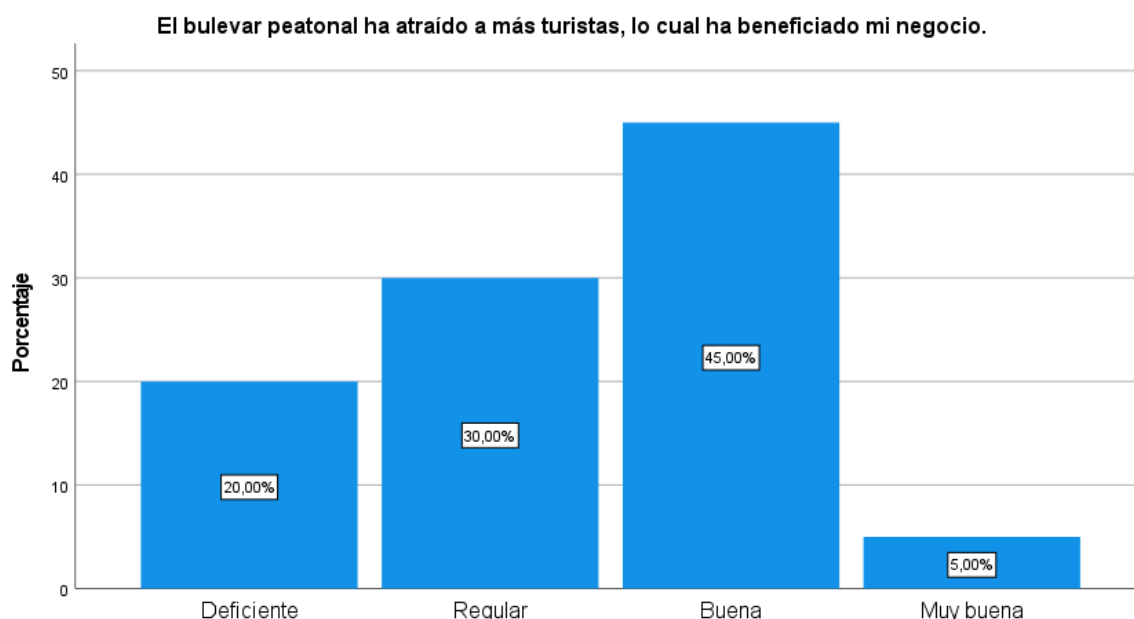


Figura 16. El bulvar peatonal ha atraído a más turistas.

Los datos de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente positiva entre los comerciantes respecto al impacto del bulvar peatonal en sus negocios. Un 45% de los encuestados considera que el nuevo bulvar ha tenido un efecto “bueno” en sus ventas, lo que sugiere que la mayor afluencia de turistas ha generado un incremento en sus ingresos. Si bien un 30% califica el impacto como “regular”, es destacable que solo un 20% lo considere “deficiente”. Estos resultados indican que, en general, el bulvar peatonal ha cumplido con su objetivo de atraer a más visitantes y dinamizar la actividad económica local, aunque es probable que algunos comercios se hayan visto más beneficiados que otros.

La seguridad en el bulvar peatonal es adecuada para los turistas, lo cual beneficia a mi negocio/residencia.

Tabla 33. La seguridad en el bulvar peatonal es adecuada

La seguridad en el bulvar peatonal es adecuada para los turistas, lo cual beneficia a mi negocio/residencia.		
	N	%
Deficiente	3	15,0%
Regular	9	45,0%
Buena	7	35,0%
Excelente	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada para los turistas, lo cual beneficia a mi negocio/residencia.

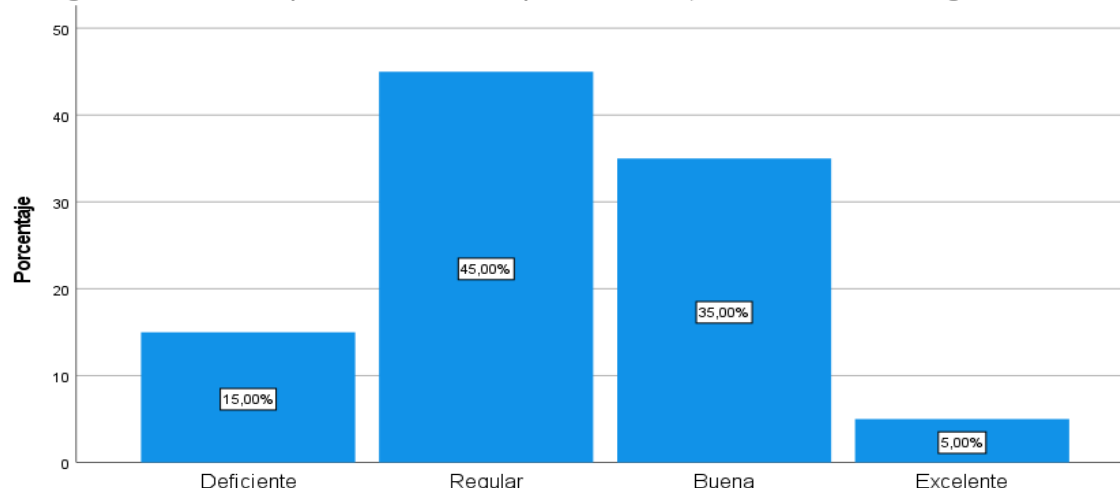


Figura 17. La seguridad en el bulevar peatonal es adecuada

La percepción de la seguridad en el bulevar peatonal y su impacto en los negocios y residencias locales muestra una división en las opiniones. El 35% de los encuestados considera que la seguridad es “Buena”, lo que indica que más de un tercio de las personas perciben una protección adecuada para los turistas, beneficiando así a sus negocios o residencias. Un 5% adicional la califica como “Excelente”. Sin embargo, el grupo más grande, el 45%, describe la seguridad como “Regular”, señalando que hay áreas de mejora. Además, un 15% de los encuestados califica la seguridad como “Deficiente”. Estos resultados sugieren que, aunque hay un reconocimiento de aspectos positivos en la seguridad del bulevar, hay una necesidad significativa de mejoras para aumentar la confianza y el beneficio para todos los usuarios del área.

¿Qué tan satisfecho está con la cantidad de espacios comerciales disponibles en la avenida Daniel León Borja?

Tabla 34. Cantidad de espacios comerciales disponibles .

¿Qué tan satisfecho está con la cantidad de espacios comerciales disponibles en la avenida Daniel León Borja?		
	N	%
Regular	7	35,0%
Buena	10	50,0%
Muy Buena	3	15,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

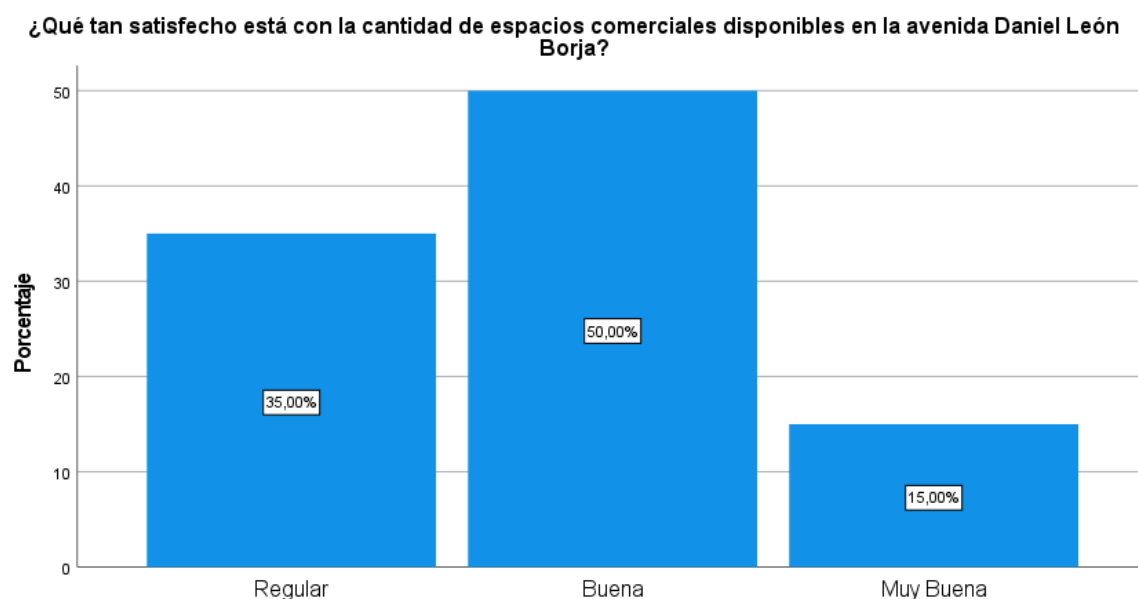


Figura 18. Cantidad de espacios comerciales disponibles .

La satisfacción con la cantidad de espacios comerciales disponibles en la avenida Daniel León Borja es en general positiva, con la mayoría de los encuestados expresando opiniones favorables. Un 50% califica la cantidad de espacios comerciales como “Buena”, lo que sugiere que la mitad de los participantes están satisfechos con la oferta actual. Un 15% adicional considera que es “Muy Buena”, indicando un alto nivel de satisfacción en este grupo. Sin embargo, un 35% de los encuestados califica la cantidad de espacios comerciales como “Regular”, lo que sugiere que hay margen para mejorar y satisfacer completamente las necesidades de todos los usuarios. En conjunto, estos datos reflejan una percepción mayormente positiva, aunque con oportunidades de optimización en la disponibilidad de espacios comerciales.

¿Cree que un bulevar peatonal podría aumentar la ocupación y el uso de los espacios comerciales en esta zona?

Tabla 35. Ocupación y el uso de los espacios comerciales

¿Cree que un bulevar peatonal podría aumentar la ocupación y el uso de los espacios comerciales en esta zona?		
	N	%
Deficiente	2	10,0%
Regular	5	25,0%
Buena	9	45,0%
Muy Buena	3	15,0%
Excelente	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

¿Cree que un bulevar peatonal podría aumentar la ocupación y el uso de los espacios comerciales en esta zona?

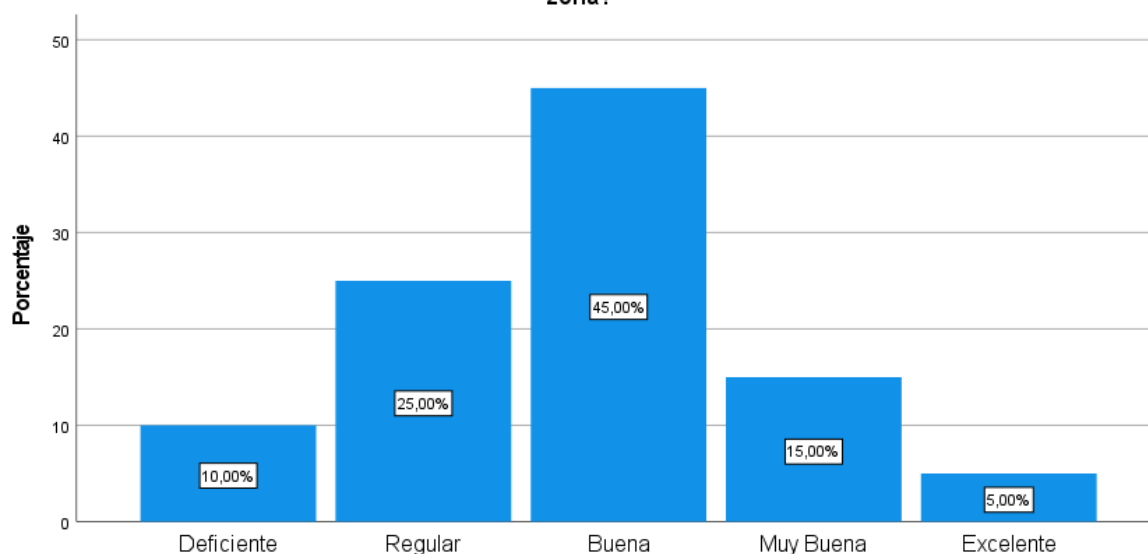


Figura 19. Ocupación y el uso de los espacios comerciales

La percepción de que un bulevar peatonal podría aumentar la ocupación y el uso de los espacios comerciales en la zona es predominantemente positiva entre los encuestados. Un 45% considera que el impacto sería “Bueno”, y un 15% lo califica como “Muy Bueno”, lo que sugiere que la mayoría ve el potencial de mejora significativa en la ocupación y uso de los espacios comerciales con la implementación del bulevar. Un 5% adicional cree que el impacto sería “Excelente”. Sin embargo, un 25% opina que el efecto sería “Regular”, y un 10% lo califica como “Deficiente”, indicando que hay una minoría que no está tan convencida del impacto positivo. En general, los datos muestran una expectativa favorable hacia el bulevar peatonal, con una mayoría que confía en sus beneficios para la ocupación y uso comercial, aunque existen algunas reservas.

¿Considera que la variedad de comercios actuales en la avenida es suficiente para atraer a más clientes si se implementa un bulevar peatonal?

Tabla 36. Variedad de comercios actuales

¿Considera que la variedad de comercios actuales en la avenida es suficiente para atraer a más clientes si se implementa un bulevar peatonal?			
	N		%
Deficiente	1		5,0%
Regular	9		45,0%
Buena	7		35,0%
Muy Buena	2		10,0%
Excelente	1		5,0%
TOTAL	20		100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

¿Considera que la variedad de comercios actuales en la avenida es suficiente para atraer a más clientes si se implementa un bulevar peatonal?

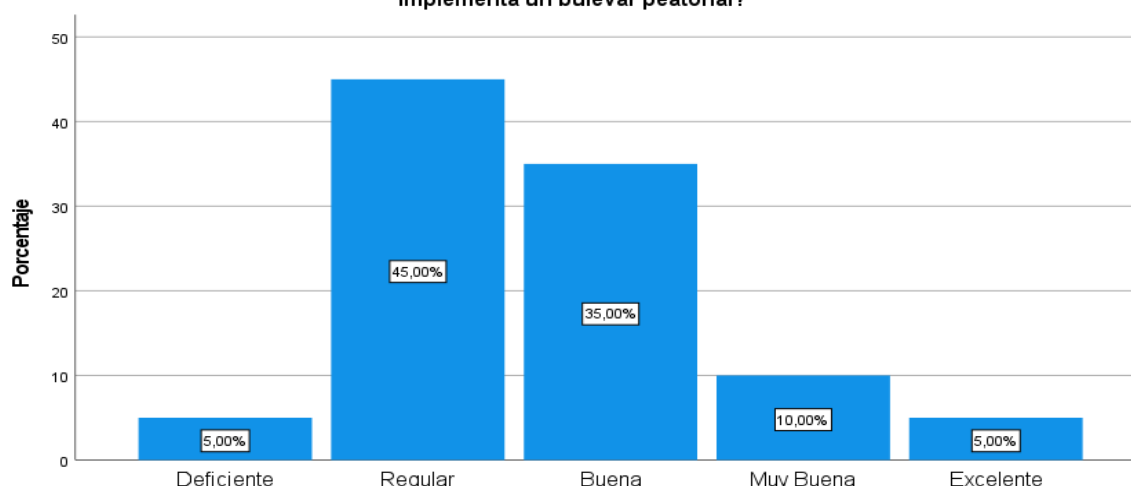


Figura 20. Variedad de comercios actuales

La percepción sobre si la variedad de comercios actuales en la avenida es suficiente para atraer a más clientes con la implementación de un bulevar peatonal está dividida. Un 35% de los encuestados considera que la variedad es “Buena”, lo que indica que más de un tercio ve una oferta comercial adecuada. Un 10% adicional califica la variedad como “Muy Buena” y un 5% como “Excelente”, lo que suma un 50% de opiniones favorables en general. Sin embargo, el 45% de los encuestados cree que la variedad es “Regular”, sugiriendo que hay margen para mejorar y diversificar aún más los comercios. Un 5% considera que la variedad es “Deficiente”. Estos resultados indican que, aunque hay una percepción mayormente positiva, existe una significativa proporción de encuestados que ven la necesidad de aumentar y diversificar la oferta comercial para atraer a más clientes con el nuevo bulevar peatonal.

Demanda Turística Residentes :

La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio para los comerciantes locales en el bulevar peatonal.

Tabla 37. La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio.

La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio para los comerciantes locales en el bulevar peatonal.			
	N		%
Deficiente	3		15,0%
Regular	4		20,0%
Buena	7		35,0%
Muy Buena	3		15,0%
Excelente	3		15,0%
TOTAL	20		100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio para los comerciantes locales en el bulvar peatonal.

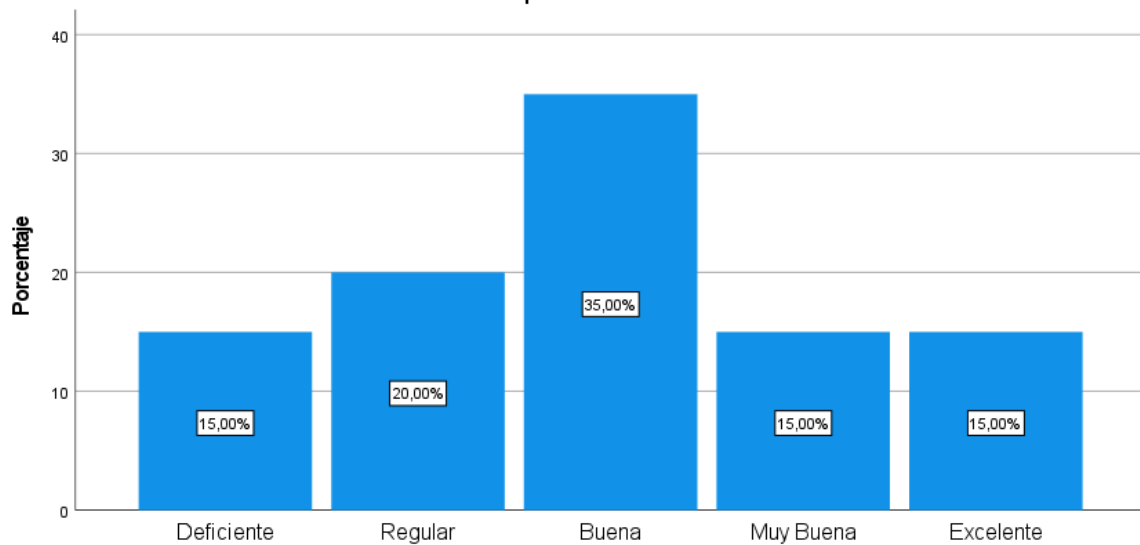


Figura 21. La afluencia de turistas mejorará las oportunidades de negocio.

La opinión sobre el impacto de la afluencia de turistas en las oportunidades de negocio para los comerciantes locales en el bulvar peatonal es mayormente positiva. Un 35% de los encuestados considera que las oportunidades de negocio mejorarán de manera “Buena”, mientras que un 15% adicional opina que serán “Muy Buenas” y otro 15% cree que serán “Excelentes”. Esto suma un 65% de opiniones favorables en total. Sin embargo, un 20% de los encuestados cree que el impacto será “Regular”, y un 15% lo califica como “Deficiente”, lo que indica que una minoría significativa tiene dudas sobre la magnitud del beneficio que traerá el aumento de turistas. En general, los resultados reflejan una expectativa optimista sobre el potencial de mejora en las oportunidades de negocio para los comerciantes locales con la llegada de más turistas al bulvar peatonal.

La creación del bulvar peatonal fomentará el desarrollo económico de la zona a través del turismo.

Tabla 38. Fomentará el desarrollo económico de la zona.

La creación del bulvar peatonal fomentará el desarrollo económico de la zona a través del turismo.			
	N		%
Deficiente	2		10,0%
Regular	6		30,0%
Buena	8		40,0%
Muy Buena	2		10,0%
Excelente	2		10,0%
TOTAL	20		100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

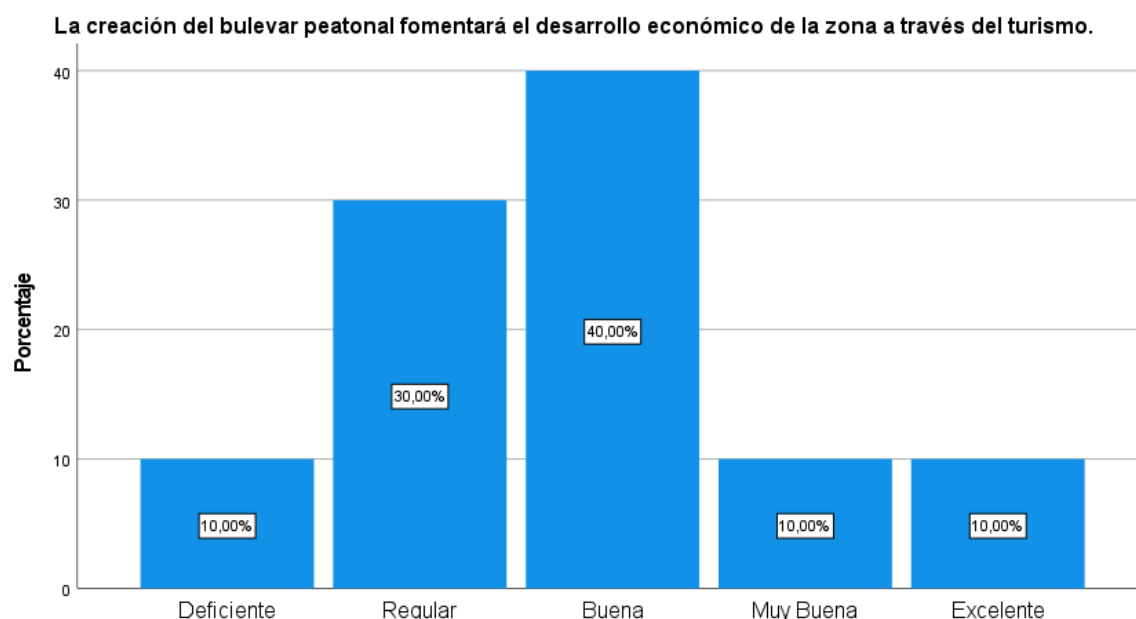


Figura 22. Fomentará el desarrollo económico de la zona.

La percepción sobre el impacto del bulevar peatonal en el desarrollo económico de la zona a través del turismo es en su mayoría positiva. Un 40% de los encuestados considera que el bulevar fomentará el desarrollo económico de manera “Buena”, mientras que un 10% adicional cree que será “Muy Buena” y otro 10% lo califica como “Excelente”. Esto suma un 60% de opiniones favorables. Sin embargo, un 30% de los encuestados opina que el impacto será “Regular” y un 10% lo considera “Deficiente”, lo que indica que una parte significativa de las personas tiene reservas sobre el alcance del desarrollo económico impulsado por el bulevar peatonal. En general, los resultados reflejan un optimismo predominante con respecto al potencial del bulevar peatonal para promover el desarrollo económico a través del turismo, aunque existe una notable proporción de encuestados que ve áreas de mejora.

En general, tengo una percepción positiva sobre el impacto que el bulevar peatonal tendrá en la demanda turística de la zona.

Tabla 39. Percepción positiva sobre el impacto que el bulevar.

En general, tengo una percepción positiva sobre el impacto que el bulevar peatonal tendrá en la demanda turística de la zona.			
	N		%
Deficiente	2		10,0%
Regular	5		25,0%
Buena	9		45,0%
Muy Buena	2		10,0%
Excelente	2		10,0%
TOTAL	20		100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

En general, tengo una percepción positiva sobre el impacto que el bulvar peatonal tendrá en la demanda turística de la zona.

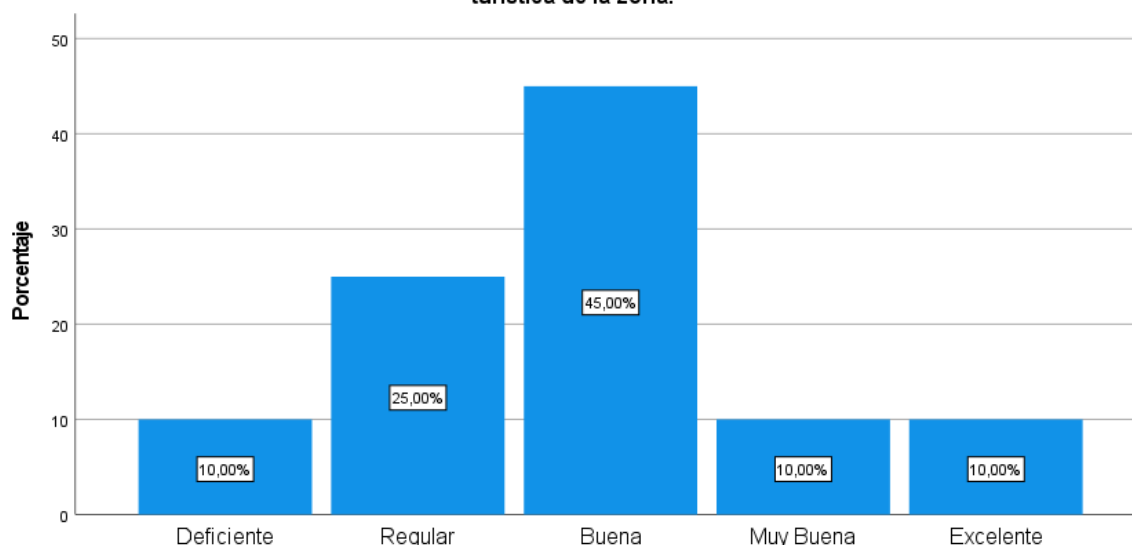


Figura 23. Percepción positiva sobre el impacto que el bulvar.

La percepción general sobre el impacto del bulvar peatonal en la demanda turística de la zona es predominantemente positiva. Un 45% de los encuestados califica su percepción como “Buena”, indicando que casi la mitad espera un impacto favorable. Un 10% adicional cree que el impacto será “Muy Bueno” y otro 10% lo considera “Excelente”, sumando un total del 65% con opiniones positivas. Sin embargo, un 25% de los encuestados opina que el impacto será “Regular” y un 10% lo califica como “Deficiente”. Estos resultados sugieren que, aunque la mayoría de las personas tienen una percepción positiva sobre el impacto del bulvar peatonal en la demanda turística, todavía hay una fracción significativa que alberga dudas y ve posibles áreas de mejora.

La creación de un bulvar peatonal aumentaría las ventas de los comercios locales

Tabla 40. La creación de un bulvar peatonal aumentaría las ventas.

La creación de un bulvar peatonal aumentaría las ventas de los comercios locales		
	N	%
Deficiente	2	10,0%
Regular	2	10,0%
Buena	11	55,0%
Muy Buena	4	20,0%
Excelente	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

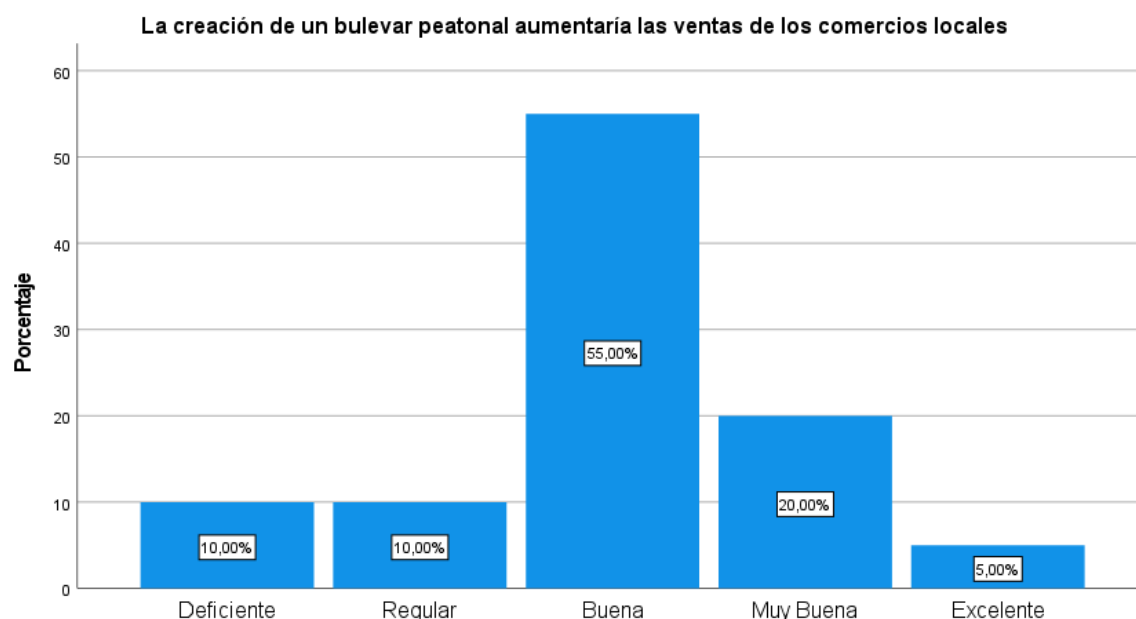


Figura 24. La creación de un bulevar peatonal aumentaría las ventas.

La percepción sobre el impacto de la creación de un bulevar peatonal en el aumento de las ventas de los comercios locales es mayoritariamente positiva. Un 55% de los encuestados considera que el impacto sería “Bueno”, indicando que más de la mitad espera un aumento favorable en las ventas. Además, un 20% califica el impacto como “Muy Bueno” y un 5% como “Excelente”, sumando un total del 80% de opiniones positivas. Solo un 10% de los encuestados cree que el impacto sería “Regular” y otro 10% lo considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan un optimismo predominante con respecto al potencial del bulevar peatonal para aumentar las ventas de los comercios locales, aunque existe una pequeña proporción de encuestados que alberga algunas dudas.

El bulevar peatonal incentivaría la apertura de nuevos negocios en la zona

Tabla 41. Incentivaría la apertura de nuevos negocios en la zona.

El bulevar peatonal incentivaría la apertura de nuevos negocios en la zona		
	N	%
Deficiente	3	15,0%
Regular	4	20,0%
Buena	7	35,0%
Muy Buena	4	20,0%
Excelente	2	10,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

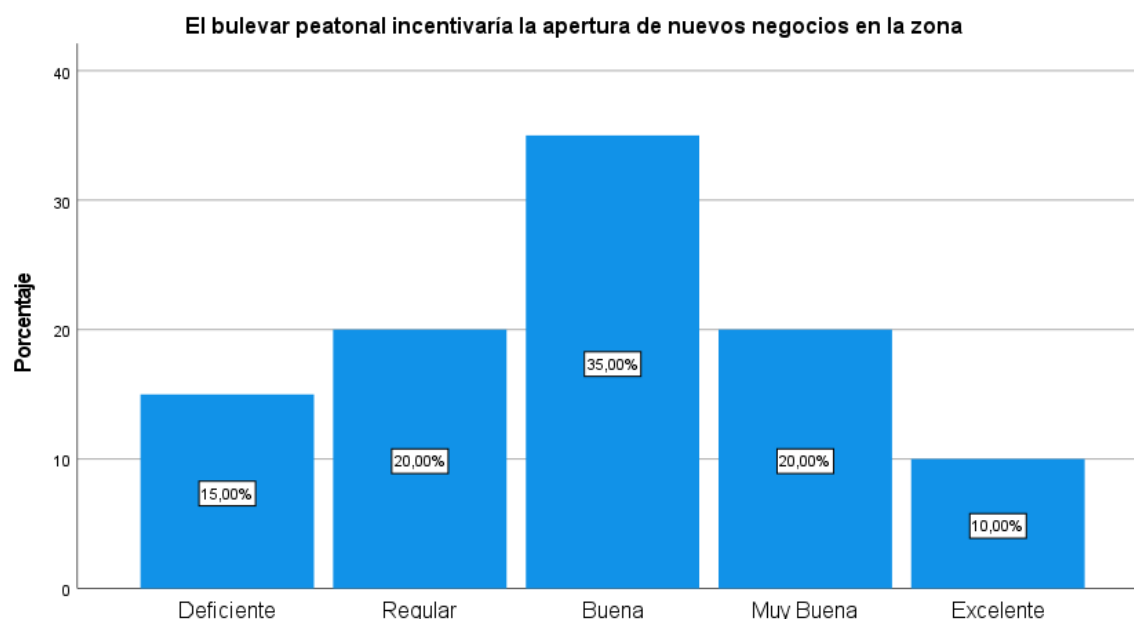


Figura 25. Incentivaría la apertura de nuevos negocios en la zona.

La percepción sobre el impacto del boulevard peatonal en la incentivación de la apertura de nuevos negocios en la zona es mayoritariamente positiva. Según los datos, un 35% de los encuestados considera que el impacto sería “Bueno”, mientras que un 20% adicional cree que sería “Muy Bueno” y un 10% lo califica como “Excelente”. Esto suma un total del 65% de opiniones favorables. Sin embargo, un 20% de los encuestados opina que el impacto sería “Regular” y un 15% lo considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan un optimismo predominante con respecto al potencial del boulevard peatonal para incentivar la apertura de nuevos negocios, aunque existe una fracción significativa que ve áreas de mejora.

Comercialización residentes:

Un boulevard peatonal beneficiará más a ciertos tipos de negocios que a otros, afectando la competencia.

Tabla 42. Un boulevard peatonal afectará la competencia.

Un boulevard peatonal beneficiará más a ciertos tipos de negocios que a otros, afectando la competencia.			
	N		%
Deficiente	2		10,0%
Regular	6		30,0%
Buena	7		35,0%
Muy Buena	5		25,0%
TOTAL	20		100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

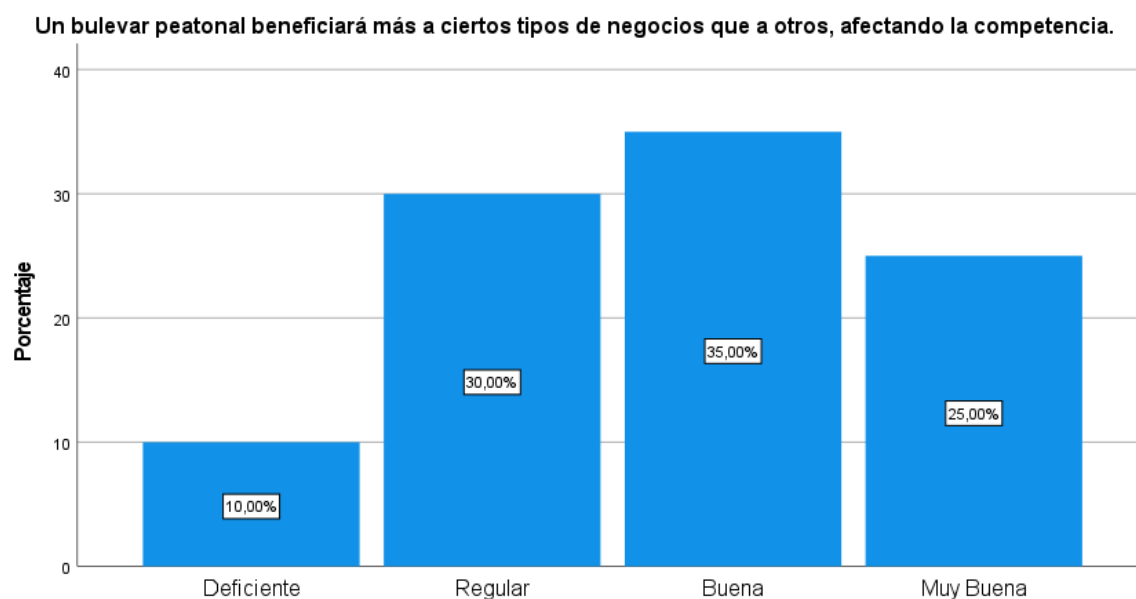


Figura 26. Un bulvar peatonal afectará la competencia.

La encuesta indica que un bulvar peatonal podría impactar de manera desigual a los negocios. 60.0% de los encuestados cree que el impacto será ‘bueno’, ‘muy bueno’ o ‘excelente’, lo que sugiere que algunos negocios se beneficiarán más que otros. Un 40.0% considera que el impacto será ‘regular’ o ‘deficiente’, lo que indica una posible preocupación por el aumento de la competencia.

Es importante analizar qué tipo de negocios se beneficiarían más y desarrollar estrategias para mitigar el impacto negativo en aquellos que lo perciban. Esto podría involucrar la especialización, la mejora de la experiencia del cliente o la adaptación de la oferta a un público peatonal.

El bulvar peatonal ofrecería nuevas oportunidades para eventos y promociones especiales

Tabla 43. Ofrecerá nuevas oportunidades para eventos y promociones

El bulvar peatonal ofrecería nuevas oportunidades para eventos y promociones especiales			
	N		%
Deficiente	2		10,0%
Regular	5		25,0%
Buena	8		40,0%
Muy Buena	4		20,0%
Excelente	1		5,0%
TOTAL	20		100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

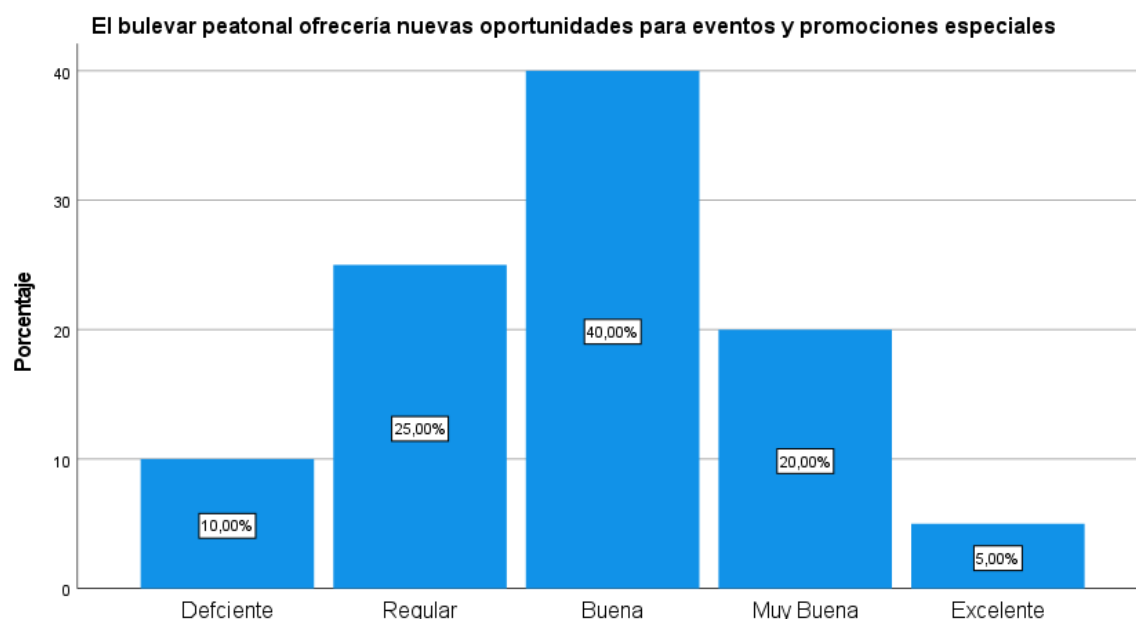


Figura 27. Ofrecerá nuevas oportunidades para eventos y promociones.

La encuesta indica que el bulevar peatonal crearía nuevas oportunidades para la realización de eventos y promociones especiales. 65.0% de los encuestados cree que el impacto sería ‘bueno’, ‘muy bueno’ o ‘excelente’, lo que sugiere una acogida positiva a esta posibilidad. Un 35.0% considera que el impacto sería ‘regular’ o ‘deficiente’.

Con un bulevar peatonal, sería más fácil analizar el flujo de personas frente a mi negocio.

Tabla 44. Analizar el flujo de personas.

Con un bulevar peatonal, sería más fácil analizar el flujo de personas frente a mi negocio.			
	N		%
Deficiente	2		10,0%
Regular	4		20,0%
Buena	10		50,0%
Muy Buena	3		15,0%
Excelente	1		5,0%
TOTAL	20		100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

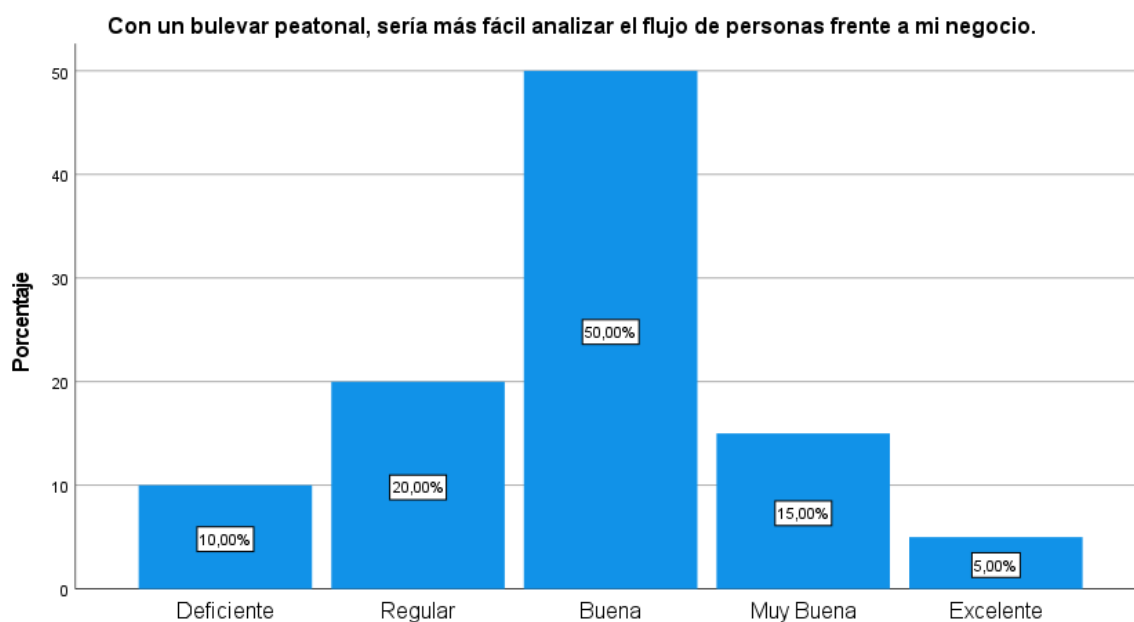


Figura 28. Analizar el flujo de personas.

La encuesta indica que sería más fácil analizar el flujo de personas frente a su negocio con la implementación de un bulevar peatonal. 70.0% de los encuestados cree que el impacto sería ‘bueno’, ‘muy bueno’ o ‘excelente’, lo que sugiere que la ausencia de tráfico vehicular facilitaría el conteo de peatones. Un 30.0% considera que el impacto sería ‘regular’ o ‘deficiente’.

8.7.3 Encuestas residentes, información complementaria.

¿Existen suficientes opciones de estacionamiento cerca de la avenida?

Tabla 45. ¿Existen suficientes opciones de estacionamiento cerca de la avenida?

¿Existen suficientes opciones de estacionamiento cerca de la avenida?		
	N	%
Si	4	20,0%
No	15	75,0%
No estoy seguro/a	1	5,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

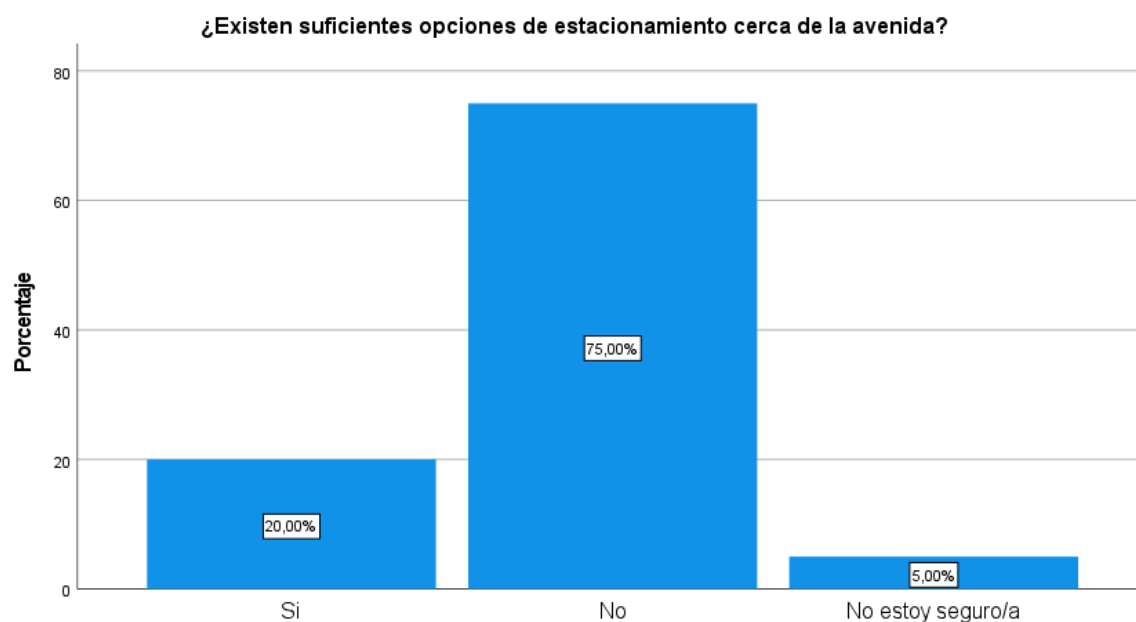


Figura 29. ¿Existen suficientes opciones de estacionamiento cerca de la avenida?

La percepción sobre la disponibilidad de opciones de estacionamiento cerca de la Avenida Daniel León Borja indica que una gran mayoría de los encuestados considera insuficientes las opciones disponibles. Solo un 20% cree que hay suficientes opciones de estacionamiento, mientras que un 75% opina que no las hay, y un 5% no está seguro. Estos resultados resaltan una preocupación importante entre los usuarios de la avenida, sugiriendo que la falta de estacionamiento adecuado podría ser un obstáculo para la accesibilidad y comodidad de residentes, comerciantes y visitantes. Abordar esta necesidad podría mejorar significativamente la experiencia y el atractivo del área.

¿Cree que la peatonalización de la avenida afectará a su movilidad?

Tabla 46. ¿Cree que la peatonalización de la avenida afectará a su movilidad?

¿Cree que la peatonalización de la avenida afectará a su movilidad?		
	N	%
Si	18	90,0%
No	2	10,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

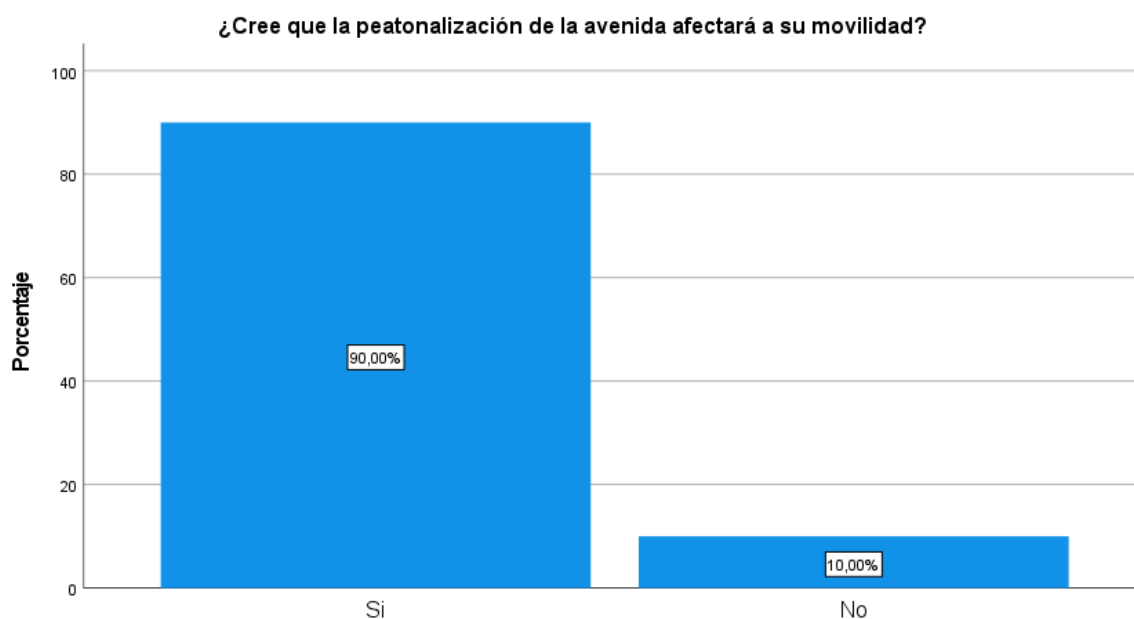


Figura 30. ¿Cree que la peatonalización de la avenida afectará a su movilidad?

La mayoría de los encuestados cree que la peatonalización de la Avenida Daniel León Borja afectará su movilidad, con un 90% de ellos afirmando que sí se verán afectados y solo un 10% indicando que no. Estos datos sugieren una preocupación considerable entre los usuarios sobre cómo la transformación en un bulvar peatonal podría impactar sus desplazamientos cotidianos. Abordar estas preocupaciones mediante una planificación adecuada y la implementación de alternativas de transporte eficientes será crucial para minimizar el impacto negativo y asegurar una transición exitosa hacia un espacio peatonal más amigable.

¿ Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?

Tabla 47. ¿ Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?

¿ Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?		
	N	%
Caminando	7	35,0%
En vehículo propio	10	50,0%
Transporte público	3	15,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

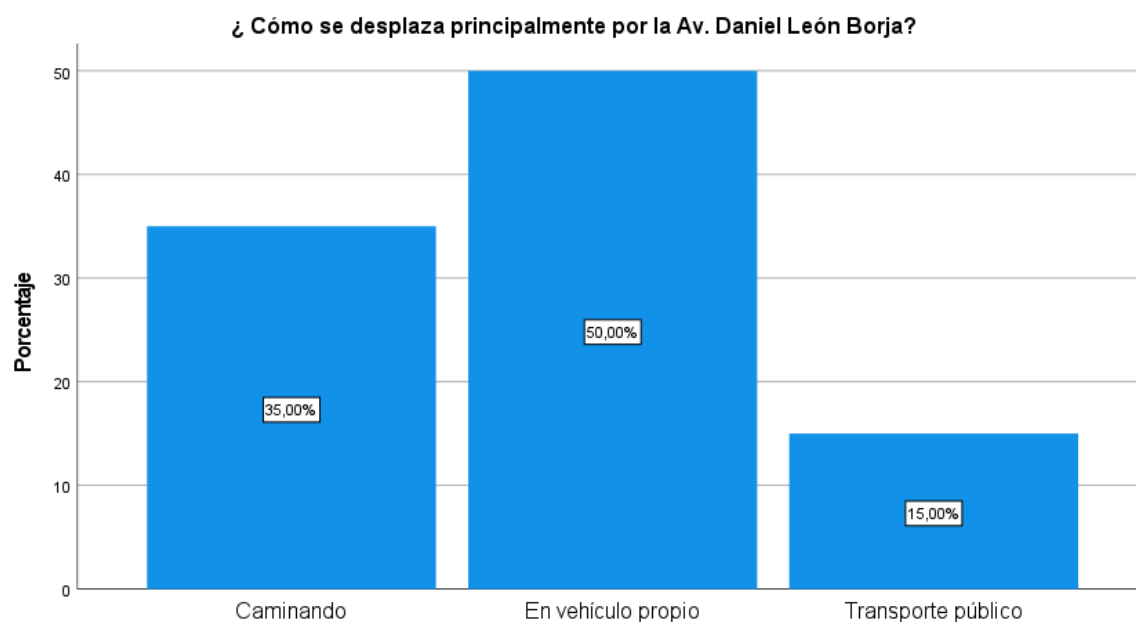


Figura 31. ¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?

La forma principal de desplazamiento de los encuestados por la Avenida Daniel León Borja varía, con una mayoría utilizando vehículos propios. Un 50% de los encuestados se desplaza en vehículo propio, un 35% lo hace caminando, y un 15% utiliza el transporte público. Estos datos destacan la importancia de considerar tanto a los conductores como a los peatones en la planificación de la peatonalización de la avenida. Mejorar la infraestructura para peatones y asegurar alternativas de transporte eficientes serán claves para equilibrar las necesidades de todos los usuarios y facilitar una movilidad adecuada en la zona.

¿ Qué negocios son más demandados?

Tabla 48. ¿ Qué negocios son más demandados?

¿ Qué negocios son más demandados?		
	N	%
Cafeterías.	2	10,0%
Restaurantes	9	45,0%
Heladerías	1	5,0%
Bares y discotecas	8	40,0%
TOTAL	20	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

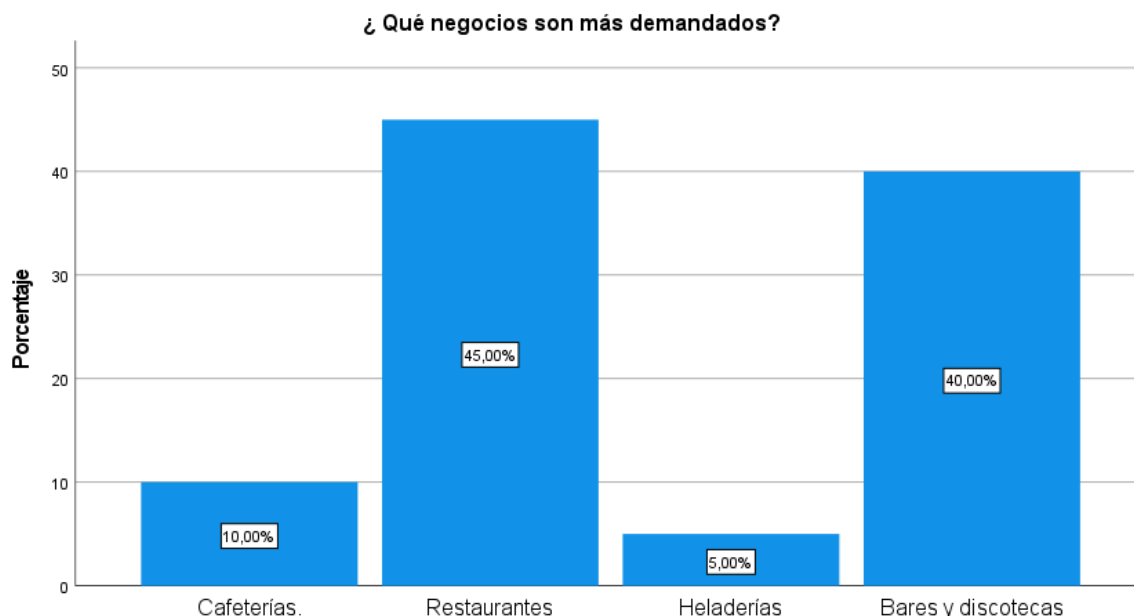


Figura 32. ¿Qué negocios son más demandados?

La demanda de negocios en la Avenida Daniel León Borja muestra una clara preferencia por restaurantes y bares/discotecas. Un 45% de los encuestados señala que los restaurantes son los negocios más demandados, seguidos de un 40% que prefiere bares y discotecas. Las cafeterías representan un 10% de la demanda, mientras que las heladerías son mencionadas por un 5% de los encuestados. Estos datos indican que la oferta gastronómica y de entretenimiento nocturno es especialmente valorada en la zona, lo que sugiere un enfoque en la creación y mejora de estos tipos de establecimientos para satisfacer las expectativas y necesidades de los visitantes y residentes.

8.7.4 Encuestas Turistas nacionales, información general.

Edad

Tabla 49. Edad Turistas

Edad	N	%
15	1	0,5%
16	3	1,5%
17	2	1,0%
19	2	1,0%
20	7	3,6%
21	7	3,6%
22	13	6,7%
23	17	8,7%
24	11	5,6%
25	14	7,2%
26	4	2,1%
27	3	1,5%
28	5	2,6%
29	4	2,1%
30	5	2,6%
31	4	2,1%
32	1	0,5%

33	5	2,6%
34	4	2,1%
35	2	1,0%
36	3	1,5%
37	3	1,5%
38	1	0,5%
39	3	1,5%
40	3	1,5%
41	3	1,5%
42	1	0,5%
43	1	0,5%
44	6	3,1%
45	3	1,5%
46	2	1,0%
47	5	2,6%
48	5	2,6%
49	5	2,6%
50	5	2,6%
51	3	1,5%
52	4	2,1%
53	4	2,1%
55	4	2,1%
57	2	1,0%
58	2	1,0%
59	3	1,5%
60	2	1,0%
62	1	0,5%
64	1	0,5%
65	2	1,0%
67	1	0,5%
73	1	0,5%
78	1	0,5%
91	1	0,5%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

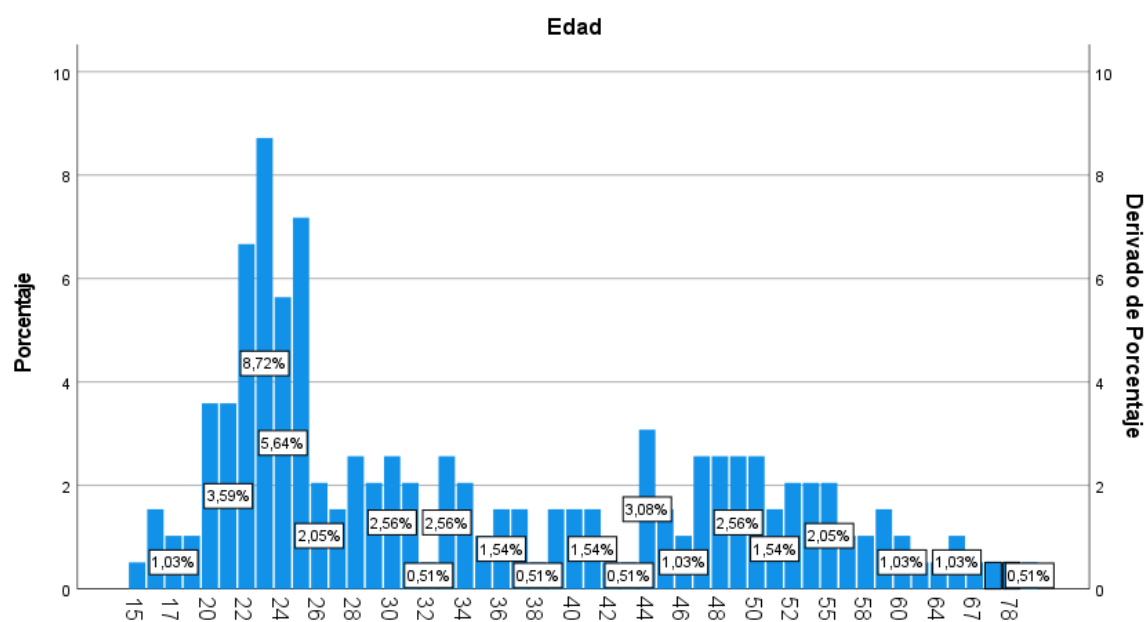


Figura 33. Edad Turistas

La distribución etaria de los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja revela una amplia variedad de edades, con una notable concentración en los jóvenes adultos. El grupo de edad más representado es el de 23 años, con un 8,7%, seguido de cerca por el grupo de 25 años, que representa el 7,2%. Las edades de 22 y 20 años también tienen una representación significativa, con un 6,7% y un 3,6% respectivamente. Esto indica que la mayoría de los encuestados se encuentra en un rango de edad joven-adulto, abarcando desde los 20 hasta los 25 años. Aunque hay una representación de personas en edades más avanzadas, estos grupos constituyen porcentajes menores.

¿Cuál es su género?

Tabla 50. ¿Cuál es su género? Turistas

¿Cuál es su género?		
	N	%
Masculino	108	55,4%
Femenino	87	44,6%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

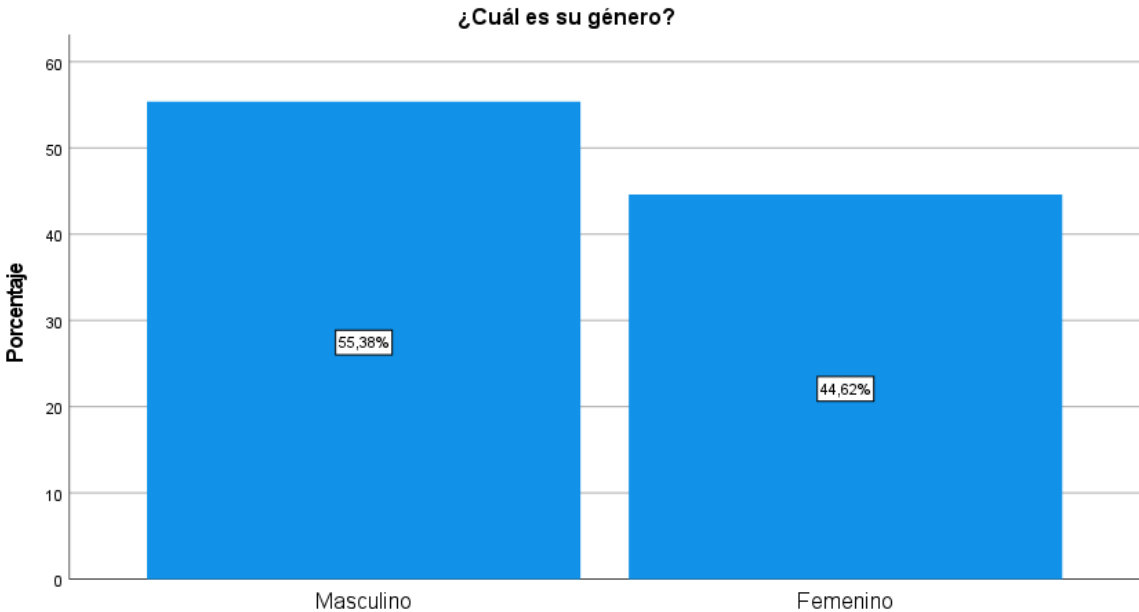


Figura 34. ¿Cuál es su género? Turistas

La distribución de género entre los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja muestra una ligera predominancia masculina, con un 55,4% de los participantes identificándose como hombres y un 44,6% como mujeres. Esta diferencia en la representación de género es moderada, indicando que, aunque hay una mayor participación masculina, las opiniones de ambos géneros están bien representadas. Este equilibrio es importante para asegurar que las evaluaciones y recomendaciones sobre el bulevar peatonal reflejen una perspectiva inclusiva y completa, considerando las necesidades y preferencias de todos los géneros.

¿Cuál es su nivel de educación?

Tabla 51. ¿Cuál es su nivel de educación? Turistas

¿Cuál es su nivel de educación?		
	N	%
Primaria	1	0,5%
Secundaria	42	21,5%
Superior no universitaria	34	17,4%
Superior universitaria	96	49,2%
Maestría	22	11,3%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

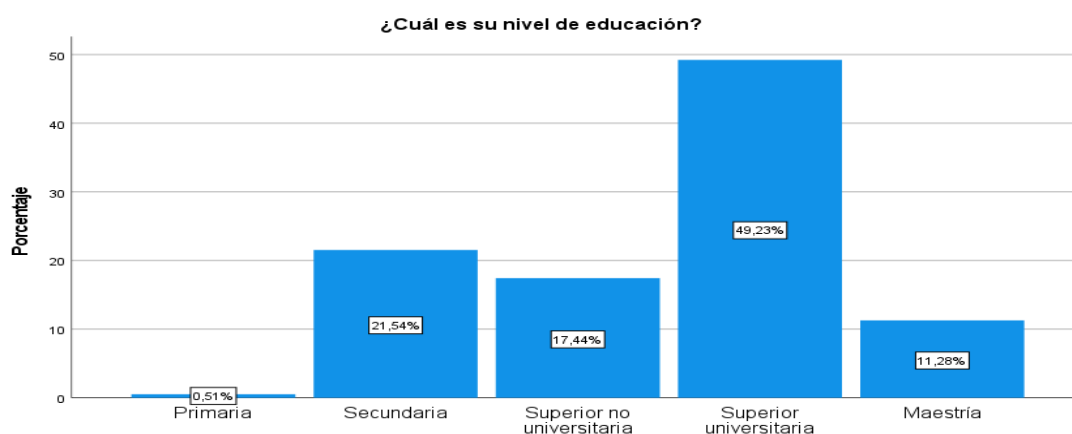


Figura 35. ¿Cuál es su nivel de educación? Turistas

La distribución del nivel de educación entre los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja muestra una alta proporción de personas con educación superior. La mayoría, con un 49,2%, tiene educación universitaria, mientras que un 21,5% ha completado la educación secundaria, y un 17,4% cuenta con educación superior no universitaria. Además, un 11,3% tiene una maestría, y solo un 0,5% tiene educación primaria. Esta concentración en niveles educativos más altos sugiere que las opiniones sobre el bulevar peatonal provienen en gran parte de individuos con un nivel de formación académico significativo, lo que podría influir en sus expectativas y percepciones sobre el desarrollo y la funcionalidad del espacio.

¿Cuál es su nivel de ingresos?

Tabla 52. ¿Cuál es su nivel de ingresos? Turistas

¿Cuál es su nivel de ingresos?		
	N	%
Menos de 460	73	37,4%
461-760	57	29,2%
761-1060	30	15,4%
1061-1500	19	9,7%
Más de 1500	16	8,2%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

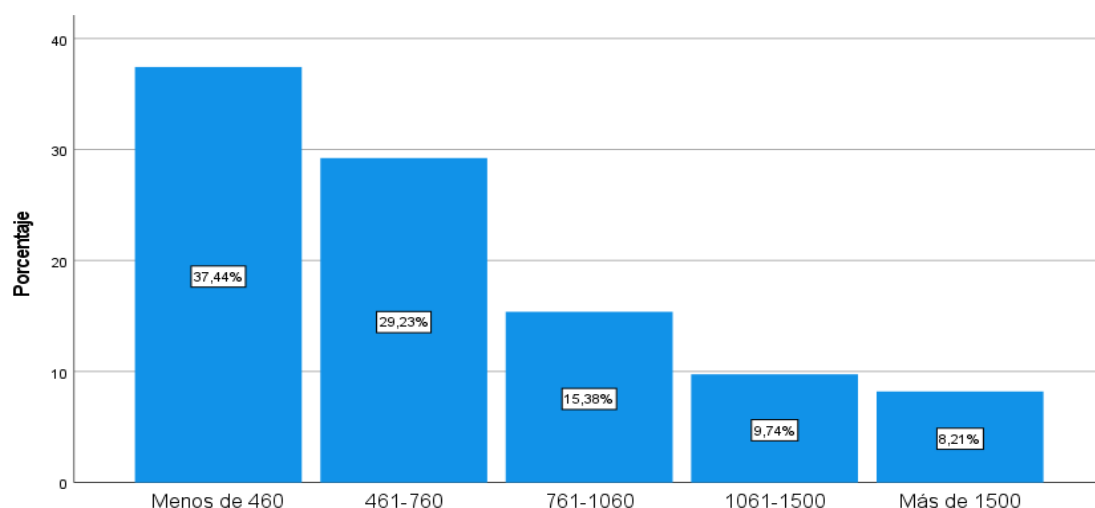


Figura 36. ¿Cuál es su nivel de ingresos? Turistas

La distribución del nivel de ingresos entre los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja muestra una diversidad económica notable. Un 37,4% de los encuestados reporta ingresos inferiores a 460 dólares, y un 29,2% gana entre 461 y 760 dólares. Un 15,4% se encuentra en el rango de 761 a 1060 dólares, mientras que un 9,7% tiene ingresos entre 1061 y 1500 dólares, y un 8,2% reporta ingresos superiores a 1500 dólares. Esta distribución sugiere que la mayoría de los encuestados se encuentra en los rangos de ingresos más bajos a medianos, lo cual podría influir en sus expectativas y demandas respecto a los servicios y el desarrollo del bulevar peatonal. Considerar estas variaciones en ingresos es importante para adaptar las ofertas y servicios a las realidades económicas de la comunidad.

¿Cuál es su lugar de procedencia? (Provincia, Cantón, Ciudad)

Tabla 53. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

¿Cuál es su lugar de procedencia?	N	%
Chimborazo, Riobamba, Riobamba	159	81,5%
Zamora Chinchipe, Zamora, Palanda	1	0,5%
Chimborazo, Penipe, Penipe	1	0,5%
Manabí, San Lorenzo, Jipijapa	1	0,5%
Chimborazo, Guano, Guano	1	0,5%
Bolívar, Chimbo, San José de Chimbo	1	0,5%
Pichincha, Quito	6	3,1%
Azuay, Cuenca, Cuenca	1	0,5%
Cotopaxi, Latacunga, Latacunga	5	2,6%
Chimborazo, Calpi	1	0,5%
Santo Domingo de los Tsáchilas, Santo	2	1,0%
Tungurahua, Ambato, Ambato	8	4,1%
Bolívar, San Miguel	1	0,5%
Morona Santiago, Santiago. Méndez	1	0,5%
Tungurahua, Pillaro, Pillaro	1	0,5%
Chimborazo, Cumandá	1	0,5%
Guayas, Guayaquil	3	1,5%
Chimborazo, Colta, Cajabamba	1	0,5%

TOTAL:	195	100%
--------	-----	------

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

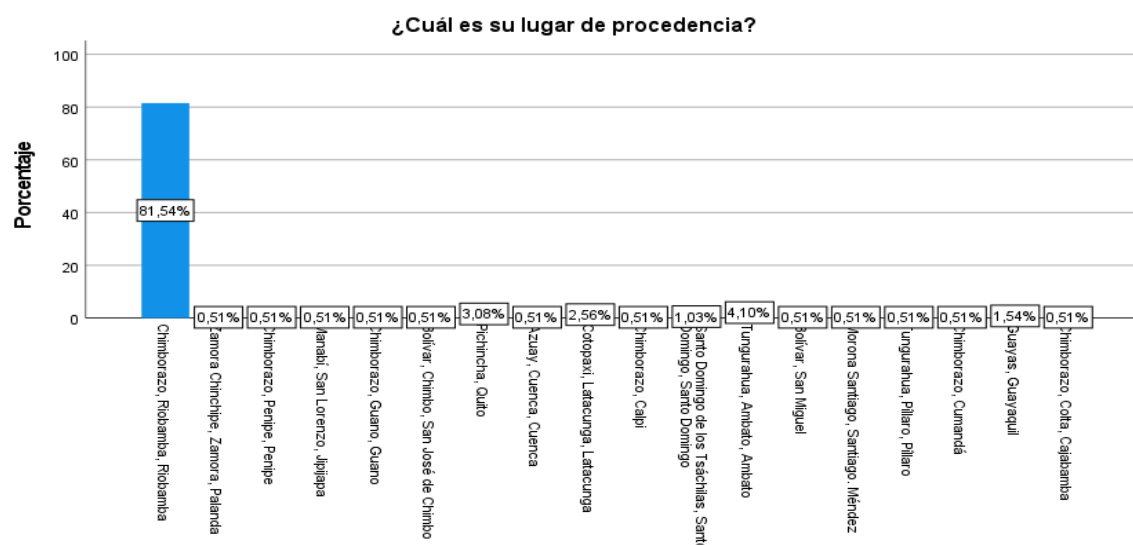


Figura 37. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

La mayoría de los encuestados sobre la Avenida Daniel León Borja proviene de Riobamba, con un 81,5% de los participantes residentes en esta ciudad. La representación de personas de otras localidades es mínima, con solo un 0,5% procedente de diversas ciudades y provincias como Zamora Chinchipe, Manabí, Bolívar, y otras, y un 3,1% de Pichincha (Quito) y un 2,6% de Cotopaxi (Latacunga). Las localidades vecinas como Ambato (Tungurahua) y Guayaquil (Guayas) tienen una representación de 4,1% y 1,5%, respectivamente. Esta alta concentración de encuestados de Riobamba sugiere que las opiniones están muy influenciadas por la perspectiva local, lo que es crucial para entender las necesidades y expectativas específicas de la comunidad en relación con el bulevar peatonal.

8.7.5 Encuestas Turistas nacionales, información específica.

Oferta turística:

¿Cómo calificarías la importancia de un bulevar peatonal en la Av. Daniel León Borja?

Tabla 54. Importancia de un bulevar peatonal

¿Cómo calificarías la importancia de un bulevar peatonal en la Av. Daniel León Borja?		
	N	%
Deficiente	19	9,7%
Regular	38	19,5%
Buena	53	27,2%
Muy Buena	47	24,1%
Excelente	38	19,5%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

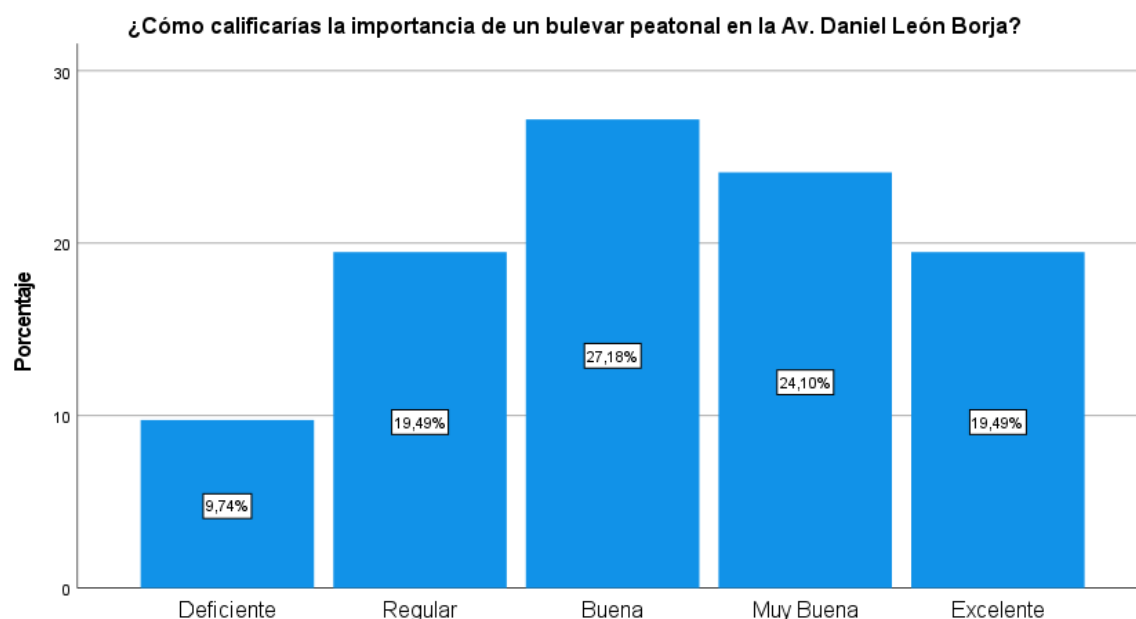


Figura 38. Importancia de un bulevar peatonal

La percepción sobre la importancia de un bulevar peatonal en la Av. Daniel León Borja es en su mayoría positiva. Un 27,2% de los encuestados considera que la importancia es “Buena”, mientras que un 24,1% la califica como “Muy Buena” y un 19,5% como “Excelente”. Esto suma un total del 70,8% de opiniones favorables. Sin embargo, un 19,5% de los encuestados cree que la importancia es “Regular” y un 9,7% la considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan que, aunque la mayoría de las personas valoran positivamente la creación de un bulevar peatonal en la avenida, existe una minoría significativa que tiene dudas y considera que su importancia podría ser menor.

¿El bulevar ofrece una amplia variedad de opciones gastronómicas y comerciales?

Tabla 55. Variedad de opciones gastronómicas y comerciales

¿El bulevar ofrece una amplia variedad de opciones gastronómicas y comerciales?		
	N	%
Deficiente	12	6,2%
Regular	29	14,9%
Buena	77	39,5%
Muy Buena	52	26,7%
Excelente	25	12,8%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

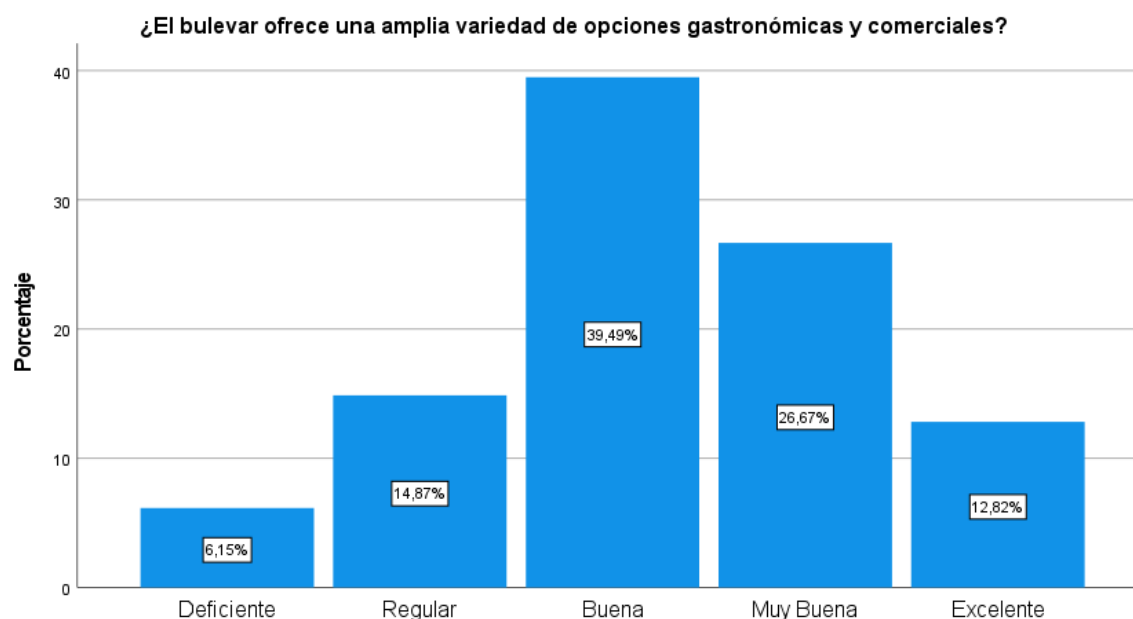


Figura 39. Variedad de opciones gastronómicas y comerciales

La percepción sobre la variedad de opciones gastronómicas y comerciales que ofrece el bulvar es predominantemente positiva. Un 39,5% de los encuestados considera que la variedad es “Buena”, mientras que un 26,7% la califica como “Muy Buena” y un 12,8% como “Excelente”. Esto suma un total del 79% de opiniones favorables. Sin embargo, un 14,9% de los encuestados cree que la variedad es “Regular” y un 6,2% la considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan que, aunque la mayoría de las personas valoran positivamente la oferta gastronómica y comercial del bulvar, existe una minoría que considera que hay margen para mejorar y diversificar aún más las opciones disponibles.

Considero que el bulvar peatonal proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos comerciales.

Tabla 56. Se proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos comerciales.

Considero que el bulvar peatonal proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos comerciales.		
	N	%
Deficiente	13	6,7%
Regular	21	10,8%
Buena	70	35,9%
Muy Buena	51	26,2%
Excelente	40	20,5%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

Considero que el bulevar peatonal proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos comerciales.

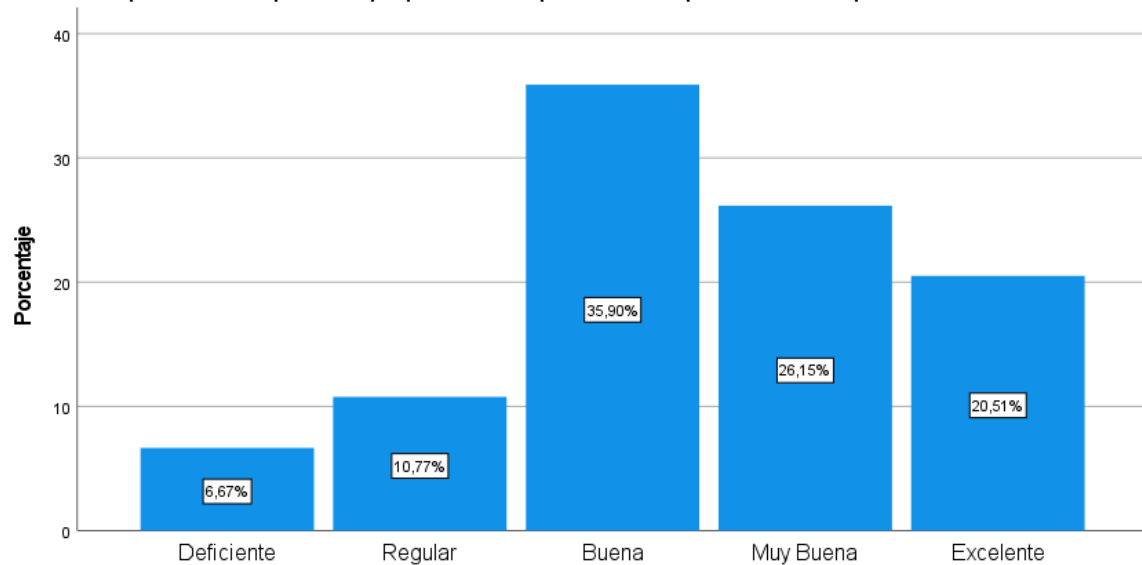


Figura 40. Se proporcionará oportunidades para nuevos emprendimientos comerciales.

La percepción sobre el potencial del bulevar peatonal para proporcionar oportunidades para nuevos emprendimientos comerciales es ampliamente positiva. Un 35,9% de los encuestados considera que las oportunidades serían “Buenas”, mientras que un 26,2% las califica como “Muy Buenas” y un 20,5% como “Excelentes”. Esto suma un total del 82,6% de opiniones favorables. Sin embargo, un 10,8% de los encuestados cree que las oportunidades serían “Regulares” y un 6,7% las considera “Deficientes”. Estos resultados reflejan un optimismo generalizado respecto al potencial del bulevar peatonal para fomentar nuevos emprendimientos comerciales, aunque hay una pequeña fracción de encuestados que tiene dudas y considera que se podrían realizar mejoras.

Demanda:

¿Cómo crees que la creación de un bulevar peatonal en esta avenida afectaría positivamente la experiencia de los turistas?

Tabla 57. Crees afectaría positivamente la experiencia de los turistas

¿Cómo crees que la creación de un bulevar peatonal en esta avenida afectaría positivamente la experiencia de los turistas?		
	N	%
Deficiente	10	5,1%
Regular	29	14,9%
Buena	64	32,8%
Muy Buena	61	31,3%
Excelente	31	15,9%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

¿Cómo crees que la creación de un bulevar peatonal en esta avenida afectaría positivamente la experiencia de los turistas?

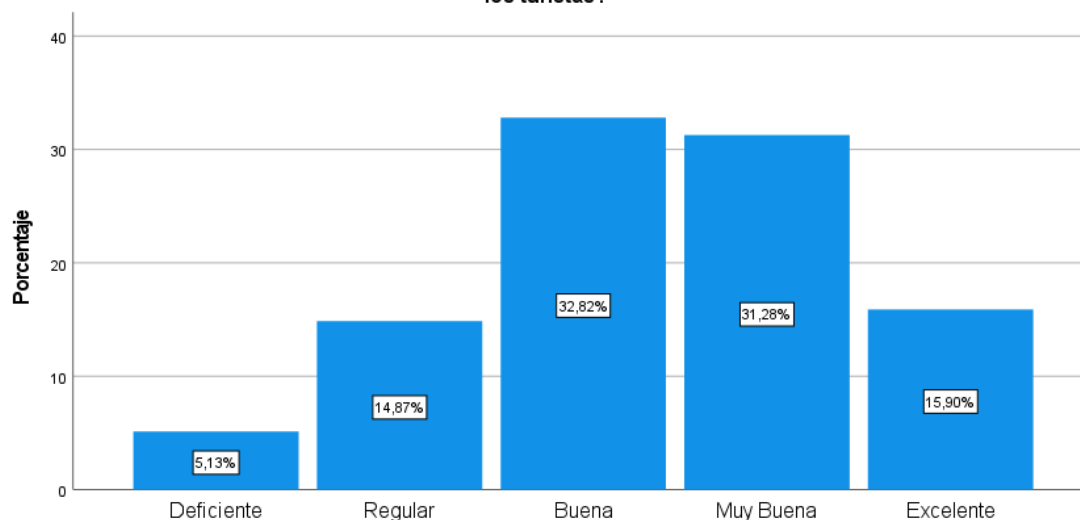


Figura 41. Crees afectaría positivamente la experiencia de los turistas

La percepción sobre el impacto positivo de la creación de un bulevar peatonal en la experiencia de los turistas es mayoritariamente favorable. Un 32,8% de los encuestados considera que el impacto sería “Bueno”, mientras que un 31,3% lo califica como “Muy Bueno” y un 15,9% como “Excelente”. Esto suma un total del 80% de opiniones positivas. Sin embargo, un 14,9% de los encuestados cree que el impacto sería “Regular” y un 5,1% lo considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan que, aunque la mayoría de las personas tienen una percepción positiva sobre el impacto del bulevar peatonal en la experiencia de los turistas, existe una minoría significativa que alberga algunas dudas y considera que hay margen para mejorar.

¿Qué tan dispuesto estarías a recomendar la visita a Riobamba a otros turistas nacionales si se implementara un bulevar peatonal?

Tabla 58. Figura 24. ¿Recomendarías la visita a Riobamba si se implementara un bulevar peatonal?

¿Qué tan dispuesto estarías a recomendar la visita a Riobamba a otros turistas nacionales si se implementara un bulevar peatonal?		
	N	%
Deficiente	8	4,1%
Regular	21	10,8%
Buena	64	32,8%
Muy Buena	65	33,3%
Excelente	37	19,0%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

¿Qué tan dispuesto estarías a recomendar la visita a Riobamba a otros turistas nacionales si se implementara un bulevar peatonal?

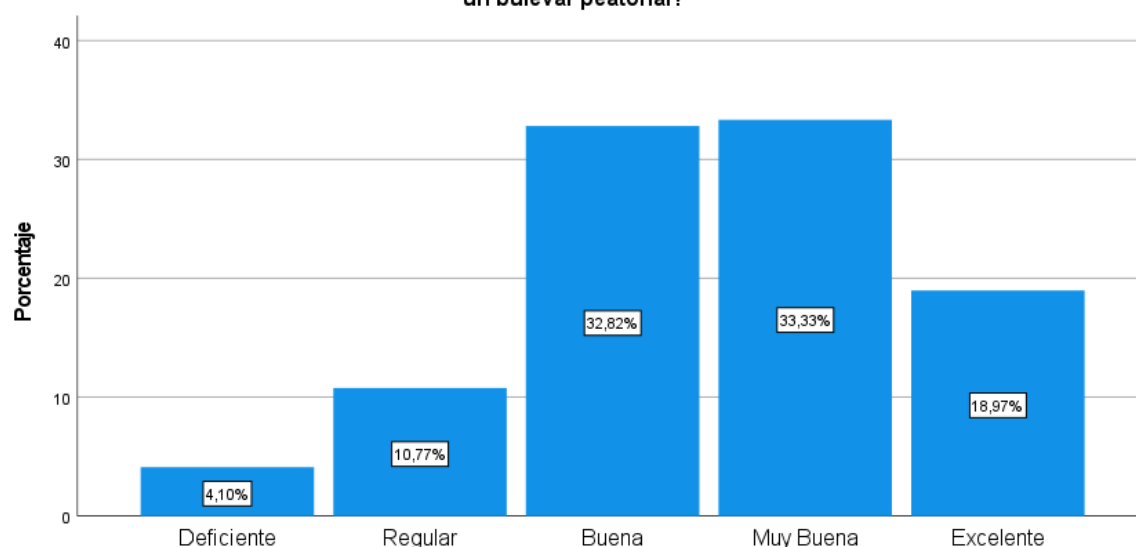


Figura 42. ¿Recomendarías la visita a Riobamba si se implementara un bulevar peatonal?

La disposición a recomendar la visita a Riobamba a otros turistas nacionales en caso de implementar un bulevar peatonal es mayoritariamente positiva. Un 32,8% de los encuestados estaría “Bien” dispuesto a recomendar la visita, mientras que un 33,3% estaría “Muy Bien” dispuesto y un 19,0% estaría “Excelentemente” dispuesto. Esto suma un total del 85,1% de opiniones favorables. Sin embargo, un 10,8% de los encuestados considera su disposición como “Regular” y un 4,1% la califica como “Deficiente”. Estos resultados reflejan un fuerte optimismo y disposición a recomendar Riobamba a otros turistas nacionales con la implementación del bulevar peatonal, aunque una minoría tiene algunas reservas.

El bulevar peatonal ofrecerá nuevas y mejores opciones de entretenimiento

Tabla 59. El bulevar peatonal ofrecerá nuevas y mejores opciones de entretenimiento

El bulevar peatonal ofrecerá nuevas y mejores opciones de entretenimiento		
	N	%
Deficiente	12	6,2%
Regular	25	12,8%
Buena	65	33,3%
Muy Buena	64	32,8%
Excelente	29	14,9%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

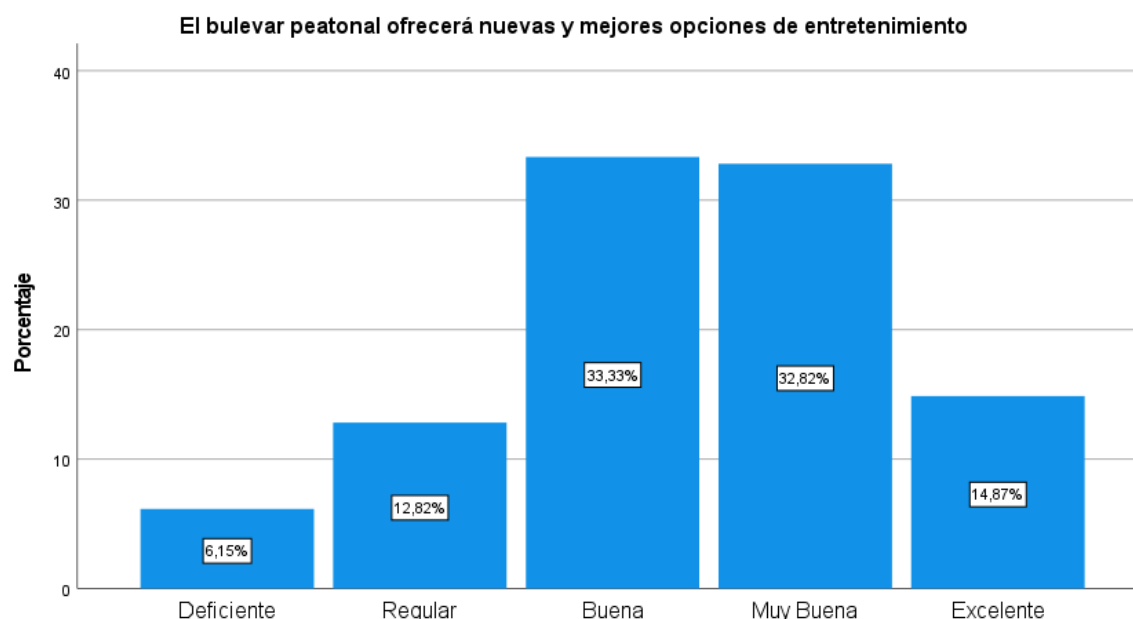


Figura 43. El bulvar peatonal ofrecerá nuevas y mejores opciones de entretenimiento

La percepción sobre el impacto del bulvar peatonal en ofrecer nuevas y mejores opciones de entretenimiento es mayoritariamente positiva. Un 33,3% de los encuestados considera que las opciones de entretenimiento serían “Buenas”, mientras que un 32,8% cree que serían “Muy Buenas” y un 14,9% las califica como “Excelentes”. Esto suma un total del 81% de opiniones favorables. Sin embargo, un 12,8% de los encuestados opina que las opciones serían “Regulares” y un 6,2% las considera “Deficientes”. Estos resultados reflejan un optimismo generalizado respecto al potencial del bulvar peatonal para ofrecer nuevas y mejores opciones de entretenimiento, aunque existe una minoría que ve margen para mejoras.

Comercialización:

¿La calidad de los servicios (restaurantes, tiendas, servicios turísticos, etc.) en el bulvar peatonal es satisfactoria?

Tabla 60. ¿La calidad de los servicios en el bulvar peatonal es satisfactoria?

¿La calidad de los servicios (restaurantes, tiendas, servicios turísticos, etc.) en el bulvar peatonal es satisfactoria?		
	N	%
Deficiente	6	3,1%
Regular	28	14,4%
Buena	81	41,5%
Muy Buena	60	30,8%
Excelente	20	10,3%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

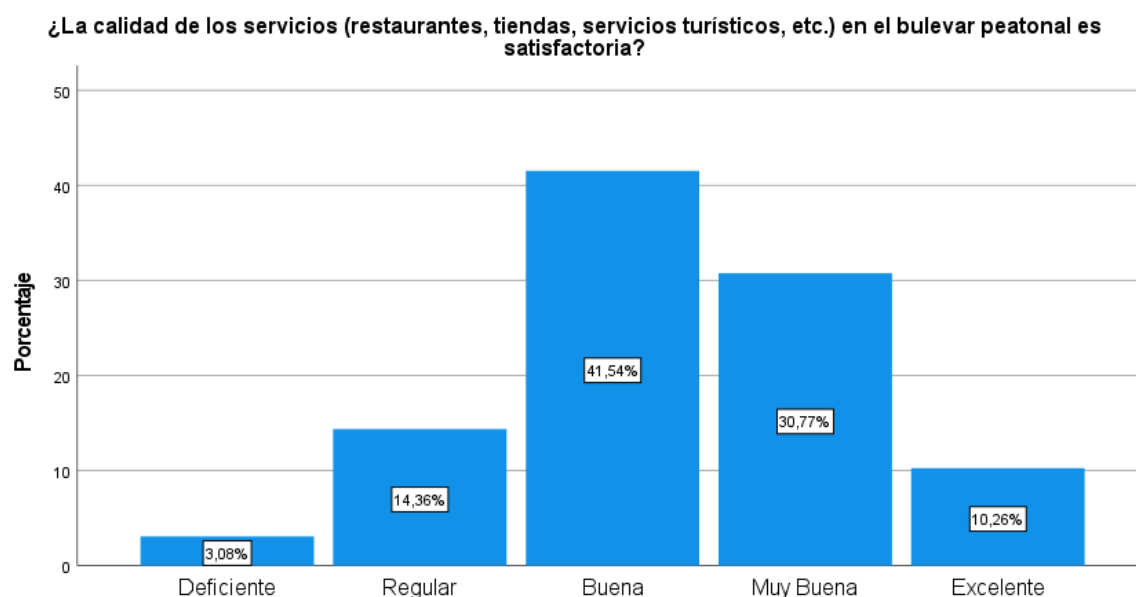


Figura 44. ¿La calidad de los servicios en el bulevar peatonal es satisfactoria?

La percepción sobre la calidad de los servicios (restaurantes, tiendas, servicios turísticos, etc.) en el bulevar peatonal es predominantemente positiva. Un 41,5% de los encuestados considera que la calidad de los servicios es “Buena”, mientras que un 30,8% la califica como “Muy Buena” y un 10,3% como “Excelente”. Esto suma un total del 82,6% de opiniones favorables. Sin embargo, un 14,4% de los encuestados opina que la calidad de los servicios es “Regular” y un 3,1% la considera “Deficiente”. Estos resultados reflejan un optimismo generalizado respecto a la calidad de los servicios en el bulevar peatonal, aunque existe una pequeña minoría que ve áreas donde se podrían realizar mejoras.

La creación del bulevar peatonal fomentará la apertura de nuevos negocios en la Av. Daniel León Borja.

Tabla 61. Figura 30. La creación fomentará la apertura de nuevos negocios.

La creación del bulevar peatonal fomentará la apertura de nuevos negocios en la Av. Daniel León Borja.		
	N	%
Deficiente	8	4,1%
Regular	30	15,4%
Buena	69	35,4%
Muy Buena	59	30,3%
Excelente	29	14,9%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

La creación del bulevar peatonal fomentará la apertura de nuevos negocios en la Av. Daniel León Borja.

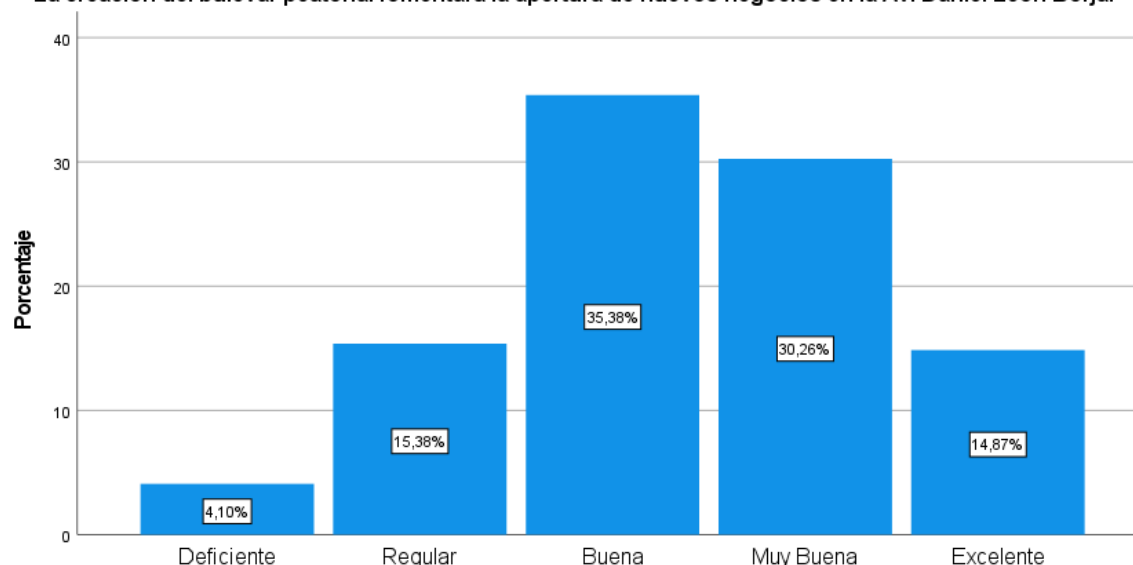


Figura 45. La creación fomentará la apertura de nuevos negocios.

El impacto esperado del bulevar peatonal en la apertura de nuevos negocios en la Avenida Daniel León Borja refleja una percepción en general optimista. Mientras que un 4,1% de los encuestados cree que la creación del bulevar tendrá un efecto deficiente, y un 15,4% lo considera regular, una mayor proporción percibe un impacto positivo significativo. Un 35,4% de los participantes opina que el efecto será bueno, un 30,3% cree que será muy bueno, y un 14,9% considera que será excelente. Esto indica que existe una fuerte expectativa de que el bulevar peatonal no solo mejorará la estética y funcionalidad de la avenida, sino que también fomentará la apertura y el crecimiento de nuevos negocios en la zona, contribuyendo a un entorno económico más dinámico y próspero.

La experiencia de los turistas nacionales mejorará con la implementación del bulevar peatonal

Tabla 62. La experiencia de los turistas nacionales mejorará con la implementación del bulevar peatonal

La experiencia de los turistas nacionales mejorará con la implementación del bulevar peatonal		
	N	%
Deficiente	9	4,6%
Regular	23	11,8%
Buena	85	43,6%
Muy Buena	52	26,7%
Excelente	26	13,3%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

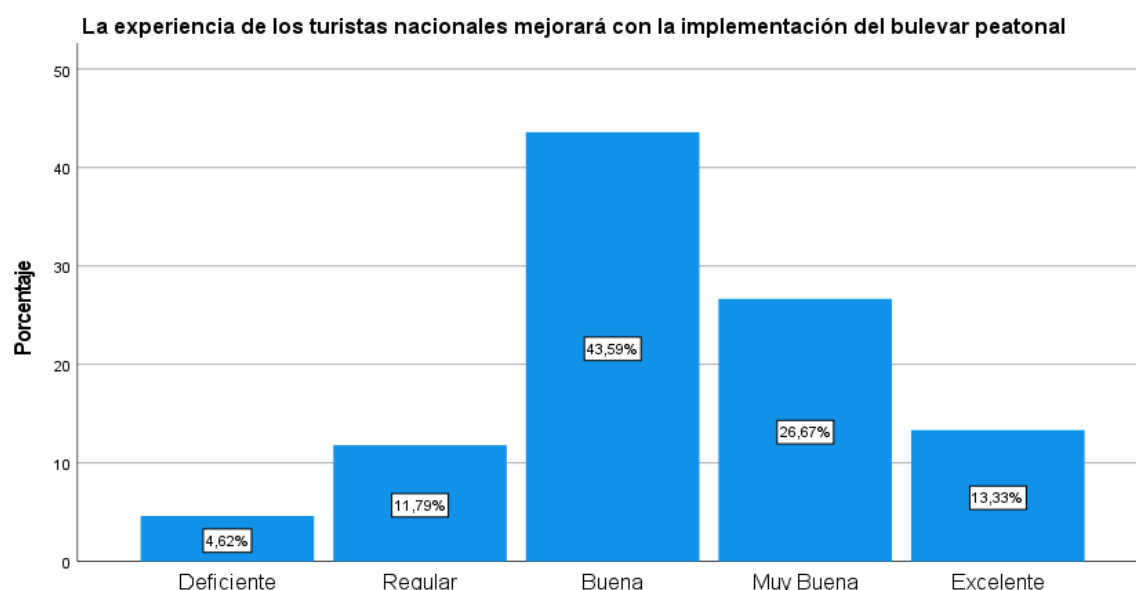


Figura 46. La experiencia de los turistas nacionales mejorará con la implementación del bulevar peatonal

La mejora de la experiencia de los turistas nacionales con la implementación del bulevar peatonal es bastante positiva. Apenas un 4,6% considera que el impacto será deficiente y un 11,8% lo califica como regular. En contraste, un 43,6% de los encuestados cree que la experiencia será buena, un 26,7% la considera muy buena, y un 13,3% la califica de excelente. Estos resultados sugieren que la mayoría de los turistas nacionales anticipan una mejora significativa en su experiencia, con expectativas altas de que el bulevar peatonal contribuirá a un ambiente más agradable y atractivo para su visita.

El bulevar peatonal atraerá a más turistas nacionales que estarán dispuestos a gastar en los comercios locales

Tabla 63. El bulevar peatonal atraerá a más turistas

El bulevar peatonal atraerá a más turistas nacionales que estarán dispuestos a gastar en los comercios locales		
	N	%
Deficiente	10	5,1%
Regular	26	13,3%
Buena	79	40,5%
Muy Buena	54	27,7%
Excelente	26	13,3%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

El bulevar peatonal atraerá a más turistas nacionales que estarán dispuestos a gastar en los comercios locales

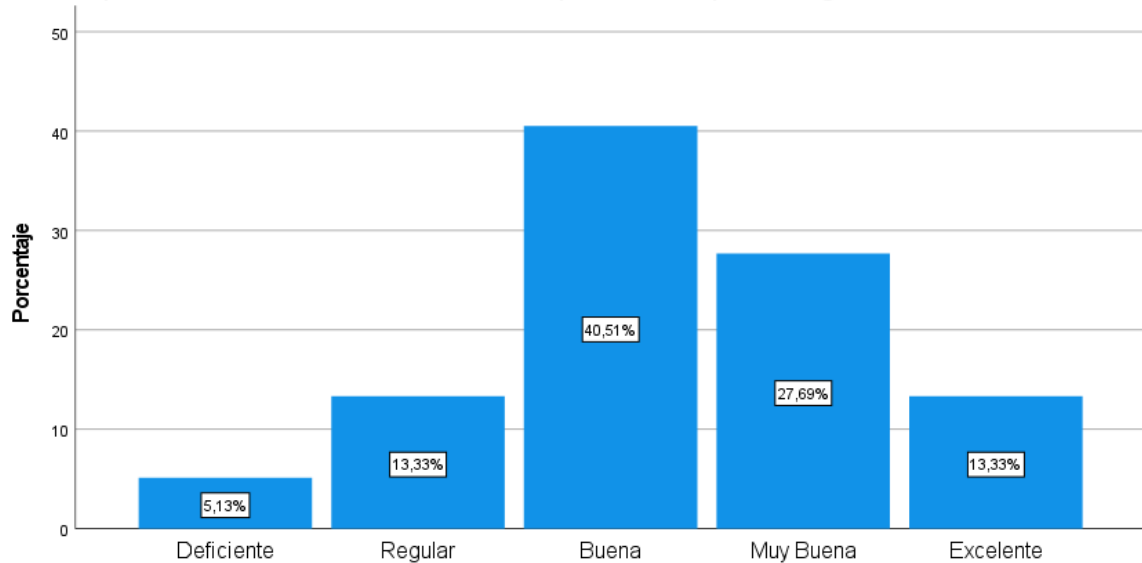


Figura 47. El bulevar peatonal atraerá a más turistas

La capacidad del bulevar peatonal para atraer a más turistas nacionales dispuestos a gastar en los comercios locales es en su mayoría optimistas. Solo un 5,1% de los encuestados cree que el impacto será deficiente y un 13,3% lo considera regular. En cambio, un 40,5% opina que será bueno, un 27,7% que será muy bueno y un 13,3% que será excelente. Esto indica que se espera que el bulevar no solo atraiga a más turistas nacionales, sino que también fomente un mayor gasto en los comercios locales, lo cual podría tener un efecto positivo en la economía de la zona.

Califique el nivel de satisfacción de los productos obtenidos en la Av. Daniel León Borja.

Tabla 64. Califique el nivel de satisfacción de los productos.

Califique el nivel de satisfacción de los productos obtenidos en la Av. Daniel León Borja.		
	N	%
Deficiente	7	3,6%
Regular	27	13,8%
Buena	97	49,7%
Muy Buena	45	23,1%
Excelente	19	9,7%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

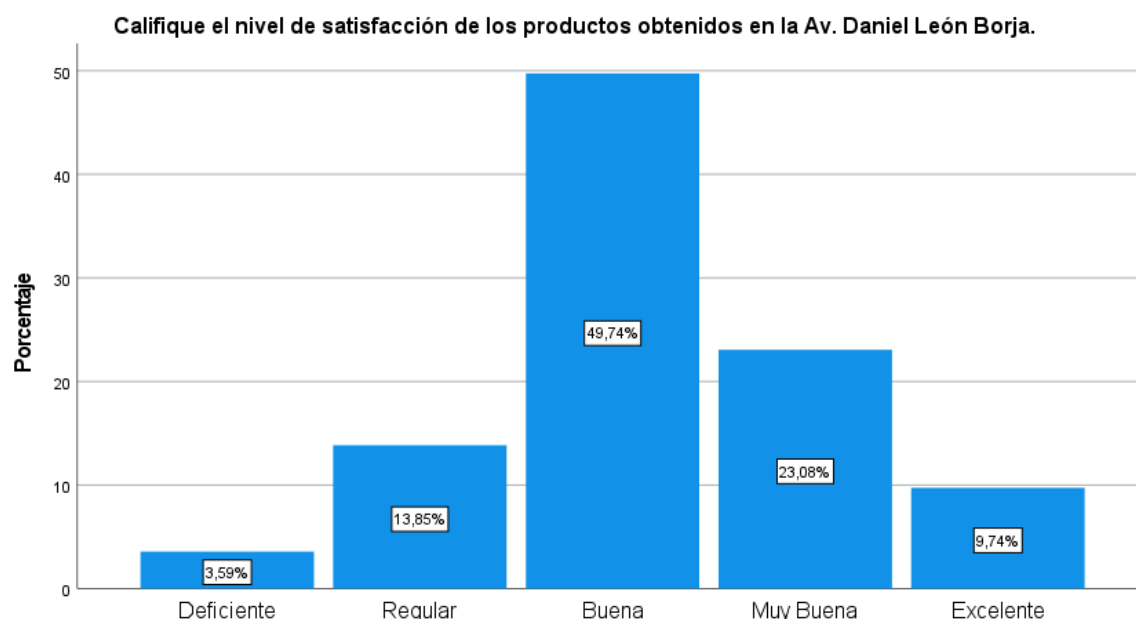


Figura 48. Califique el nivel de satisfacción de los productos.

La evaluación del nivel de satisfacción con los productos obtenidos en la Avenida Daniel León Borja muestra una tendencia general positiva. Solo un 3,6% de los encuestados considera que la calidad de los productos es deficiente y un 13,8% la califica como regular. La mayoría, un 49,7%, la percibe como buena, mientras que un 23,1% opina que es muy buena y un 9,7% la considera excelente. Estos resultados indican que, en general, los consumidores están bastante satisfechos con los productos disponibles en la avenida, aunque siempre es importante seguir mejorando para mantener y aumentar estos niveles de satisfacción.

8.7.6 Encuestas Turistas nacionales, información complementaria.

¿Con qué frecuencia accede la Av. Daniel León Borja?

Tabla 65. ¿Con qué frecuencia accede la Av. Daniel León Borja?

¿Con qué frecuencia accede la Av. Daniel León Borja?		
	N	%
Todos los días	36	18,5%
Varias veces por semana.	66	33,8%
Ocasionalmente.	89	45,6%
Nunca.	4	2,1%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

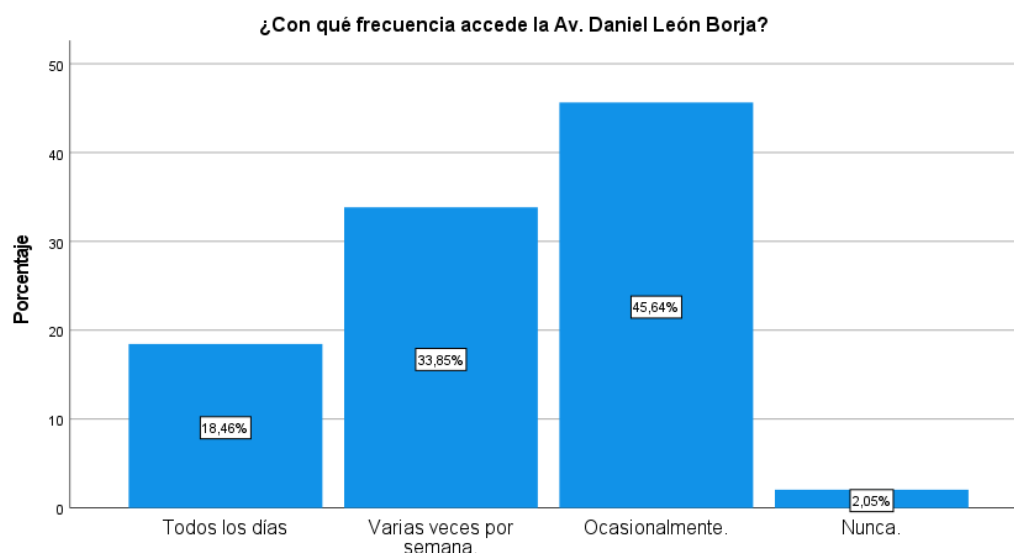


Figura 49. ¿Con qué frecuencia accede la Av. Daniel León Borja?

La frecuencia de acceso a la Avenida Daniel León Borja varía significativamente entre los encuestados. La mayoría, con un 45,6%, la visita ocasionalmente, mientras que un 33,8% accede varias veces por semana. Un 18,5% de los encuestados la visita todos los días, y solo un 2,1% nunca accede a la avenida. Estos datos indican que la avenida es frecuentemente utilizada por una parte considerable de la población, pero también que hay una cantidad notable de usuarios que la visitan de manera menos regular. Esta variabilidad en la frecuencia de acceso puede influir en las percepciones y necesidades de los usuarios, y es importante considerarla al desarrollar y planificar mejoras para el bulvar peatonal.

¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?

Tabla 66. ¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?

¿Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?		
	N	%
Caminando.	86	44,1%
En bicicleta.	11	5,6%
En vehículo propio.	78	40,0%
Transporte público.	20	10,3%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

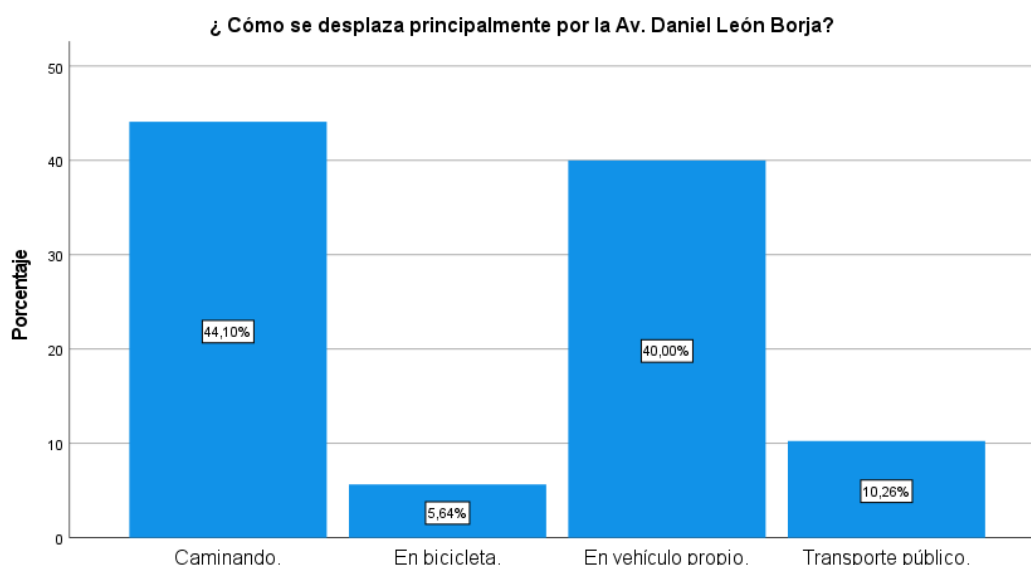


Figura 50. ¿ Cómo se desplaza principalmente por la Av. Daniel León Borja?

La forma principal de desplazamiento por la Avenida Daniel León Borja muestra una predominancia del caminar. Un 44,1% de los encuestados se desplaza caminando, lo que indica una fuerte preferencia por la movilidad peatonal en la zona. Además, un 40% utiliza su vehículo propio, mientras que un 10,3% usa el transporte público y un 5,6% se desplaza en bicicleta. Esta distribución sugiere que, aunque la mayoría de los usuarios prefieren caminar, también hay una proporción significativa que depende de vehículos privados y transporte público. La planificación y desarrollo del bulevar peatonal deben considerar estas diversas formas de movilidad para garantizar que se acomoden las necesidades de todos los usuarios y se promueva una integración eficiente de los distintos modos de transporte.

¿En el bulevar peatonal que negocios sugiere usted que se implemente?

Tabla 67. ¿En el bulevar peatonal que negocios sugiere usted que se implemente?

¿En el bulevar peatonal que negocios sugiere usted que se implemente?		
	N	%
Espectáculos de luces y proyecciones.	57	29,2%
Escultura interactiva.	34	17,4%
Food trucks y pop-up bars	55	28,2%
Arte callejero y murales vivos.	25	12,8%
Juegos urbanos y escape rooms.	24	12,3%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

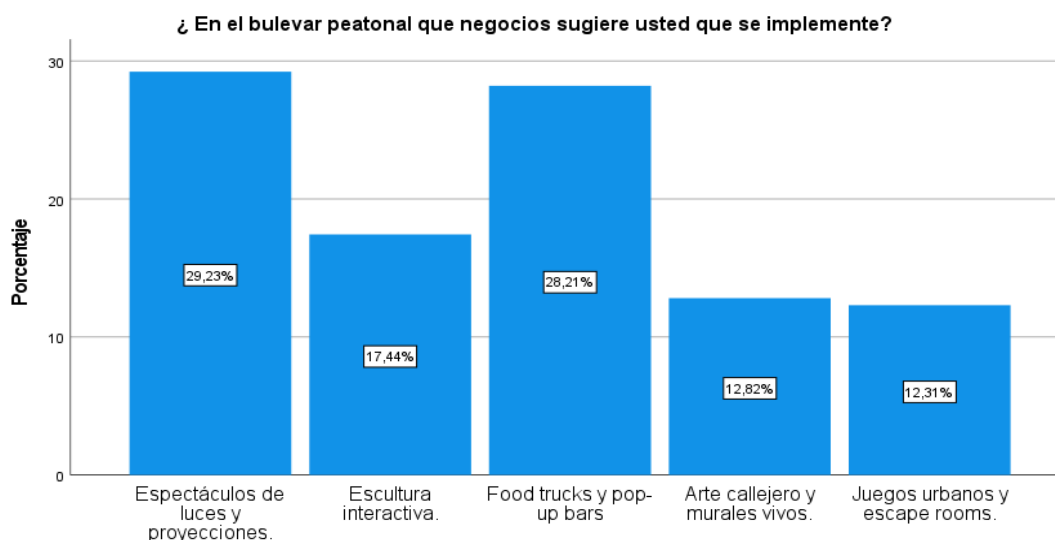


Figura 51. ¿En el bulevar peatonal que negocios sugiere usted que se implemente?

Las sugerencias para nuevos negocios e instalaciones en el bulevar peatonal muestran un interés diversificado en experiencias innovadoras y atractivas. La opción más sugerida es la implementación de “espectáculos de luces y proyecciones”, con un 29,2% de los encuestados favorables a esta idea, seguida de cerca por “food trucks y pop-up bars”, con un 28,2%. La “escultura interactiva” es también una opción popular, apoyada por el 17,4% de los encuestados. Menos frecuentes, pero aún significativas, son las sugerencias de “arte callejero y murales vivos” (12,8%) y “juegos urbanos y escape rooms” (12,3%). Estas preferencias indican un fuerte interés en ofrecer experiencias visuales y gastronómicas atractivas, así como actividades interactivas y culturales, lo que puede enriquecer la oferta del bulevar peatonal y atraer a una variedad de visitantes.

¿En el bulevar peatonal que actividades sugiere usted que se implemente?

Tabla 68. ¿En el bulevar peatonal que actividades sugiere usted que se implemente?

¿En el bulevar peatonal que actividades sugiere usted que se implemente?		
	N	%
Guías turísticos especializados	55	28,2%
Señalización clara y visible en varios idiomas	38	19,5%
Servicios básicos (baños, áreas de descanso, puntos de hidratación)	87	44,6%
Información turística accesible en línea y en puntos estratégicos	15	7,7%
TOTAL:	195	100%

Nota: Tomado de spss Statistics V- 27

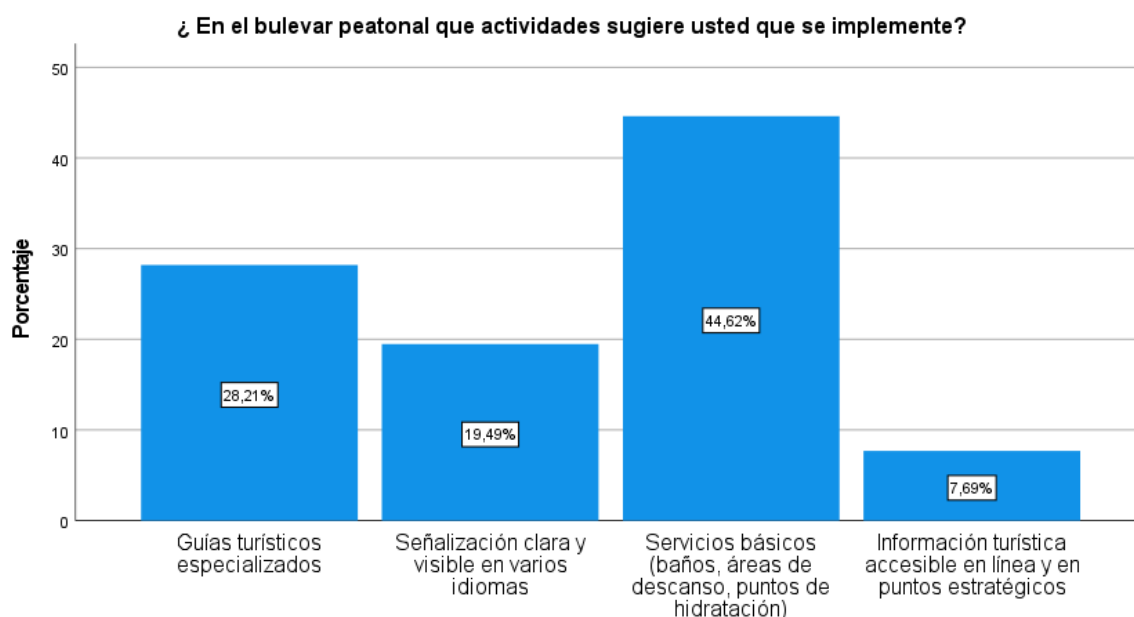


Figura 52. ¿En el bulevar peatonal que actividades sugiere usted que se implemente?

Las sugerencias para actividades a implementar en el bulevar peatonal reflejan una fuerte demanda de servicios prácticos y accesibles. La opción más recomendada es la provisión de “servicios básicos”, como baños, áreas de descanso y puntos de hidratación, con un 44,6% de los encuestados apoyando esta medida. “Guías turísticos especializados” también son muy solicitados, con un 28,2% de apoyo, lo que sugiere un interés en mejorar la experiencia turística con información experta. La “señalización clara y visible en varios idiomas” es respaldada por un 19,5%, lo que indica una necesidad de facilitar la navegación para visitantes internacionales. Por último, la “información turística accesible en línea y en puntos estratégicos” recibe un 7,7%, mostrando un interés menor en este aspecto en comparación con las otras sugerencias. Estas prioridades destacan la importancia de ofrecer servicios y recursos que mejoren la comodidad y la orientación de los visitantes en el bulevar peatonal.