



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO ARTESANAL PARA LA**

**CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL**

**TÍTULO EN INGENIERA EN ECOTURISMO**

**AUTOR**

**GISELA FERNANDA RAMOS PARRA**

**RIOBAMBA- ECUADOR**

**2016**

## HOJA DE CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE: el trabajo de investigación titulado "DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO ARTESANAL PARA LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO." de responsabilidad de Srta. Gisela Fernanda Ramos Parra, ha sido revisado quedando autorizada su presentación.

**TRIBUNAL**



Ing. Paulina Moreno

**DIRECTOR**



Ing. Sulema Lara

**MIEMBRO**

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO**

Riobamba, enero 2016

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Gisela Fernanda Ramos Parra, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 19 de enero del 2016.



Gisela Fernanda Ramos Parra

C.I.: 060358886-4

## **DEDICATORIA**

Este trabajo dedico en primer lugar a Dios, quien es el motor de mi vida y a través del cual he podido culminar con éxito este proyecto.

A mi hijo Ismaelito y a mi hermano Rodrigo quienes con su ternura e inocencia son los que me ha dan una razón para seguir adelante cada día.

A mi mamá Sonia, quien con su esfuerzo y trabajo ha estado conmigo apoyándome en mi vida estudiantil.

Y a mi hermana María José, por estar conmigo en todo momento, sin ella no hubiera sido posible la culminación de mi vida profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento muy especial a los miembros del Tribunal: Ing. Paulina Moreno, Ing. Sulema Lara, quienes participaron con su preparación técnica para el diseño y desarrollo del presente documento.

## CONTENIDO

<b>I.</b>	<b>DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO ARTESANAL PARA LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO .....</b>	<b>1</b>
<b>II.</b>	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
	B. JUSTIFICACIÓN .....	2
<b>III.</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>4</b>
	A. Objetivo general .....	4
	B. Objetivos específicos .....	4
<b>IV.</b>	<b>HIPÓTESIS .....</b>	<b>5</b>
<b>V.</b>	<b>REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>6</b>
	A. TURISMO .....	6
	B. ARTESANÍA.....	6
	C. OFICIOS TRADICIONALES.....	7
	D. RUTA TURÍSTICA .....	7
	E. PRODUCTO TURÍSTICO.....	8
	F. ESTUDIO DE MERCADO.....	8
	1. Segmentación del mercado .....	9
	2. Análisis de la oferta .....	10
	3. Análisis de la demanda .....	10
	4. Análisis de la competencia .....	10
	5. Confrontación oferta –demanda .....	11
	G. PAQUETE TURÍSTICO .....	11
	I. ANÁLISIS FODA .....	12
	J. COMERCIALIZACIÓN .....	12
	K. CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	12
	L. COMUNICACIÓN TURÍSTICA.....	12

M.	EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....	13
1.	Valor actual neto (VAN) .....	14
2.	Tasa interna de retorno .....	14
3.	Periodo de recuperación de la inversión.....	14
4.	Relación beneficio-costo .....	15
<b>VI.</b>	<b>MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>16</b>
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	16
1.	Localización.....	16
2.	Ubicación geográfica.....	16
3.	Características climáticas.....	17
4.	Clasificación ecológica.....	17
5.	Materiales y equipos.....	18
B.	METODOLOGÍA.....	19
1.	Diagnosticar la situación turística artesanal de la ciudad de Riobamba.....	19
2)	Identificación de la planta turística.....	20
3)	Caracterización de la infraestructura y superestructura.....	20
2.	Diseño técnico del producto turístico artesanal.....	24
3.	Establecer el proceso de gestión del producto turístico.....	26
4.	Determinar la viabilidad económica y financiera del producto turístico.....	27
<b>VII.</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>28</b>
A.	DIAGNOSTICAR LA SITUACIÓN TURÍSTICA ARTESANAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA.....	28
1.	Análisis de la oferta.....	28
B.	DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO ARTESANAL.....	92
1.	Definición del producto turístico artesanal.....	92
2.	Objetivos del producto turístico artesanal.....	93
3.	Caracterización de la planta turística existente.....	93

4.	Propuesta de empaquetamiento .....	97
C.	PROCESO DE GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO ARTESANAL .....	123
1.	Comercialización .....	123
2.	Comunicación y canales de distribución .....	124
3.	Posicionamiento.....	125
D.	ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO .....	128
1.	Análisis económico.....	128
2.	Análisis financiero.....	131
<b>VIII.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>134</b>
<b>IX.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>136</b>
<b>X.</b>	<b>RESUMEN.....</b>	<b>137</b>
<b>XI.</b>	<b>SUMMARY .....</b>	<b>138</b>
<b>XII.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>139</b>
<b>XIII.</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>142</b>



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Atractivos artesanales de la ciudad de Riobamba. ....	28
Cuadro 2. Distancias desde Riobamba.....	44
Cuadro 3. Listado de Terminales Terrestres en Riobamba .....	45
Cuadro 4. Transporte Interparroquial del cantón Riobamba.....	46
Cuadro 5. Transporte Intercantonal del Cantón Riobamba.....	47
Cuadro 6. Mercados de la ciudad de Riobamba con su respectivo día de feria .....	48
Cuadro 7. Circuitos de la Policía Nacional en Riobamba. ....	49
Cuadro 8. Encuestados: Género .....	53
Cuadro 9. Encuestados: Edad.....	54
Cuadro 10. Encuestados: Nivel de educación .....	55
Cuadro 11. Encuestados: ¿Con quién viaja? .....	56
Cuadro 12. Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja? .....	57
Cuadro 13. Encuestados: ¿Cuál es el gasto promedio diario por persona cuando viaja?.....	58
Cuadro 14. Encuestados: ¿Le gustaría realizar turismo artesanal en Riobamba? .....	59
Cuadro 15. Encuestados: ¿Qué tipo de actividad artesanal le gustaría visitar en Riobamba? .....	60
Cuadro 16. Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría le gustaría realizar su viaje por Riobamba? .....	61
Cuadro 17. Encuestados: ¿Qué servicios desea que posea el paquete turístico? .....	62
Cuadro 18. Encuestados: ¿Cuáles son los medios de información que usted más utiliza para realizar sus viajes? .....	63
Cuadro 19. Encuestados: Género .....	65
Cuadro 20. Encuestados: Edad.....	66
Cuadro 21. Encuestados: Nivel de educación .....	67
Cuadro 22. Encuestados: ¿En compañía de quien viaja? .....	68
Cuadro 23. Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja? .....	69
Cuadro 24. Encuestados: ¿Cuál es el gasto promedio diario por persona cuando viaja?.....	70
Cuadro 25: Encuestados: ¿Le gustaría realizar turismo artesanal por la ciudad de Riobamba? .....	71
Cuadro 26. Encuestados: ¿Qué tipo de actividades artesanales le gustaría visitar en Riobamba?....	72
Cuadro 27. Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría realizar su viaje por la ciudad de Riobamba? ..	73
Cuadro 28. Encuestados: ¿Qué tipo de servicios desea que posea el paquete turístico?.....	74
Cuadro 29. Encuestados: ¿Cuáles son los medios de información que usted más utiliza para realizar sus viajes? .....	75
Cuadro 30. Confrontación oferta vs demanda. Mercado nacional .....	86

Cuadro 31. Confrontación oferta vs demanda. Mercado extranjero .....	86
Cuadro 32. Demanda objetivo.....	87
Cuadro 33. Resultado del análisis FODA de la situación turística artesanal de Riobamba. ....	87
Cuadro 34. Instrucción de los artesanos.....	88
Cuadro 35. Propiedad de talleres artesanales. ....	89
Cuadro 36. Predisposición de los artesanos por participar en la ruta turística artesanal.....	91
Cuadro 37. Capacidad de personas en los locales artesanales. ....	91
Cuadro 38. Caracterización de la planta turística.....	93
Cuadro 39. Itinerario técnico del paquete turístico N. 1, opción A.....	99
Cuadro 40. Itinerario técnico del paquete turístico N.1, opción B.....	100
Cuadro 41. Precios de los servicios turísticos.....	106
Cuadro 42. Costos del paquete turístico N. 1.....	107
Cuadro 43. Itinerario técnico de la opción A del paquete turístico N. 2.....	110
Cuadro 44. Itinerario técnico de la opción B del paquete turístico N.2.....	111
Cuadro 45. Tarifario de servidores turísticos.....	116
Cuadro 46. Análisis de costos y precios del paquete turístico N.2.....	117
Cuadro 47. Análisis de costos de la opción 2 del paquete turístico 2.....	118
Cuadro 48. Itinerario técnico del paquete turístico N. 3.....	120
Cuadro 49. Tarifario de servidores turísticos.....	122
Cuadro 50. Análisis de costos y precios del paquete turístico N. 3.....	123
Cuadro 51. Canales de comercialización.....	123
Cuadro 52. Inversiones.....	128
Cuadro 53. Depreciaciones de activos fijos.....	128
Cuadro 54. Estructura de costos y gastos.....	129
Cuadro 55. Presupuesto de ingresos.....	129
Cuadro 56. Balance de pérdidas y ganancias.....	130
Cuadro 57. Flujo de caja.....	130
Cuadro 58. Análisis financiero.....	131

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a turistas nacionales .....	142
Anexo 2. Encuesta dirigida a la competencia para el análisis estratégico .....	145
Anexo 3. Catastro de establecimientos turísticos de hospedaje .....	146
Anexo 4. Catastro de establecimientos turísticos de alimentación. ....	148
Anexo 5. Catastro de prestadores de servicio de transporte de Riobamba.....	159
Anexo 6. Catastro de prestadores de servicios turístico de Agencias de viaje de Riobamba.....	159
Anexo 7. Encuestas aplicadas a artesanos.....	160
Anexo 8. Ficha de registro de PCI (patrimonio cultural inmaterial). Hojalatería- Sr. Leonidas Chonalata .....	173
Anexo 9. Ficha de registro de PCI. Elaboración de trajes típicos- Sra. Matilde Ríos.....	176
Anexo 10. Ficha de registro de PCI. Elaboración de trajes típicos- Miriam Chuquimarca .....	179
Anexo 11. Ficha de registro de PCI. Elaboración de caretas- Sra. Bachita Santillán .....	182
Anexo 12. Ficha de registro de PCI. Elaboración de caretas-Sr. Gonzalo Carrasco.....	185
Anexo 13. Ficha de registro de PCI. Bordados- Miriam Mendoza.....	188
Anexo 14. Ficha de registro de PCI. Bordados- Sra. Mercedes Coello. ....	191
Anexo 15. Ficha de registro del PCI. Elaboración de globos de papel de seda-Sra. Blanca Vizuite. ....	194
Anexo 16. Ficha de registro del PCI. Torneado en madera-Sr. Segundo Pilco .....	197
Anexo 17. Ficha de registro del PCI. Torneado en tagua- Marco Sanaguano .....	200
Anexo 18. Ficha de registro del PCI. Talabartería- Luis Apugllón .....	203
Anexo 19. Ficha de registro del PCI. Talabartería- Segundo Choto.....	206
Anexo 20. Ficha de registro del PCI. Elaboración de objetos de bronce-Sr. Enrique Guerrero. ....	209
Anexo 21. Ficha de registro del PCI. Elaboración de objetos de bronce-Sr. Carlos Ruiz. ....	212
Anexo 22. Ficha de registro del PCI. Escultura- Sr. Xavier Lliguín.....	215
Anexo 23. Ficha de registro del PCI. Escultura-Sr Byron Robalino.....	218
Anexo 24. Ficha de registro del PCI. Sombrerería- Sr. Segundo Vilema. ....	221

# **I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO ARTESANAL PARA LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

## **II. INTRODUCCIÓN**

### **A. IMPORTANCIA**

Según *United Nations World Travel Organization* (UNWTO, 2005), la industria turística es una de las principales fuentes de la economía mundial, al constituirse en un importante factor de entrada de divisas y creación de empleo directo e indirecto, aportando con el 5% del PIB (producto interno bruto) mundial y el 6% de las exportaciones de servicios mundiales, por lo que representa para los países en desarrollo, una de las opción de progreso económico más viable y sostenible actualmente.

En el Ecuador el ingreso de divisas por concepto de turismo según el Ministerio de Turismo (Mintur, 2014), registrado en la balanza de pagos (viajes y transporte de pasajeros), asciende a \$1251,3 millones durante el año 2013, lo que representa el 21% en comparación con el 2012.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la actividad turística del año 2015, ha generado 405 820 trabajos directos e indirectos en áreas de alojamiento y servicios de alimentación, según resultados de la encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo en el Ecuador. (Ecuador inmediato, 2015)

En el Ecuador el turismo cultural, está considerado como una de las líneas de productos turísticos claves con proyecciones a potencializarse, se estima en esta línea de turismo al área artesanal, confiriéndose entre los mayores volúmenes de oferta con los que cuenta el país (Tourism & Leisur-Europraxis, 2007), es por ello que Riobamba, al ser una ciudad que posee una importante riqueza cultural heredada de su pasado histórico puede beneficiarse de éste, utilizándolo como un potencial recurso en el turismo.

Este proyecto tiene el apoyo de la Dirección de Turismo del Municipio de la ciudad de Riobamba, dirigido a aumentar el ingreso de turistas a la ciudad y por ende a dinamizar la economía en la misma, mediante el desarrollo de un producto turístico que preste alternativas de esparcimiento

tanto a los turistas como a la ciudadanía riobambeña mientras aprenden del patrimonio cultural que posee la ciudad, este proyecto busca crear estrategias de mercado sin dejar de lado el fortalecimiento cultural que proyecta la ciudad, por lo que será desarrollado con la temática de las artesanías tradicionales, debido a que, este sector cultural con el paso del tiempo y por motivos de la globalización se ha ido debilitando, ya que la tecnología juega un papel crucial, al proporcionar una serie de facilidades a las personas, creando en éstas dependencia a su uso y con ello el abandono a ciertas prácticas culturales que caracterizan a la zona, perdiendo con ello la ciudad identidad.

## **B. JUSTIFICACIÓN**

Según información del Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC, 2014), el turismo aparece entre los 14 sectores prioritarios a impulsar para la transformación de la matriz productiva, a través de nuevas industrias, con alta productividad, competitivas, sostenibles, sustentables y diversas, con visión territorial y de inclusión económica. El sector artesanal, está considerado como un segmento de importancia económica y social para el país, pues permite preservar la cultura y tradiciones, generando ingreso de divisas y empleo directo e indirecto debido a su potencial de desarrollo, al contar el Ecuador con productos artesanales de excelencia y calidad. (Instituto de Promoción de Exportación e Inversión, 2012)

Según la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso, 2010), los artesanos en el Ecuador como sector social y económico organizado contribuyen a la economía del país, generan puestos de trabajo que hacen viable la producción y comercialización de artesanías que son demandadas por consumidores nacionales y del exterior, pero además, caracterizan las vocaciones rentables locales y aportan a la construcción de identidades diversas que enriquecen al Ecuador.

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, menciona entre sus metas destinadas a la transformación de la matriz productiva el aumentar a 64% los ingresos por turismo sobre las exportaciones de servicios totales, en diciembre de 2006, ese indicador llegó al 47,5% y en diciembre de 2012 a 57,17%, de acuerdo con información del Sistema Nacional de Información (SNI).

A partir del trabajo realizado en la práctica pre profesional denominada “Registro de Patrimonio Cultural Inmaterial de la ciudad de Riobamba”, desarrollado en la Escuela Superior Politécnica de

Chimborazo (ESPOCH), se pudo identificar que en la ciudad, el uso de mecanismos inadecuados que pongan en valor el patrimonio cultural que posee Riobamba ocasiona que la ciudadanía no posea un espíritu de identidad en cuanto a lo que le pertenece, adoptándose costumbres que deterioran y perjudican su entorno cultural, razón por la cual ésta se encuentra debilitada, además se registró como oficios artesanales tradicionales los siguientes: escultura, hojalatería, talabartería, fundición de bronce, torneado de tagua, elaboración de globos de papel de seda, trajes típicos, caretas y trajes de santos con bordados, siendo alguno de ellos en la actualidad poco practicados, debido a que la ciudadanía no demanda en gran cantidad estos productos, además porque la tecnología está suplantando el trabajo manual y con ello se pierden características propias que hacen de este sector llamativo para el turismo.

Es por ello que este trabajo está dirigido principalmente a los artesanos tradicionales de la ciudad, buscando con ello mejorar sus condiciones de vida, mediante la implementación de un producto turístico, que consistirá en una recorrido por los talleres artesanales, para que las personas que los visiten puedan apreciar el procedimiento con el cual se obtienen las artesanías, a la vez que las adquieren, siendo con esta actividad los artesanos, beneficiarios directos, mientras las personas reconocen su arte y los motiva a seguir practicándolo.

### **III. OBJETIVOS**

#### **A. Objetivo general**

Diseñar un producto turístico artesanal para la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo.

#### **B. Objetivos específicos**

1. Diagnosticar la situación turística artesanal de la ciudad de Riobamba.
2. Realizar el diseño técnico del producto turístico artesanal
3. Establecer un proceso de gestión comercial del producto turístico
4. Determinar la viabilidad económica y financiera del producto turístico

#### **IV. HIPÓTESIS**

Es factible la implementación y comercialización de un producto turístico artesanal en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo.



## V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

### A. **TURISMO**

El turismo constituye una actividad que ha experimentado un continuo crecimiento a nivel mundial, por lo que representa un sector de importancia en la economía de los países, ya que cada vez tiene mayor interés para su gestión. La complejidad multidisciplinaria que caracteriza al turismo, incurre en que no siempre concluyan los estudiosos del tema en un mismo concepto, al respecto de esto se menciona:

De acuerdo a de la Torre (2012), el turismo es una actividad que radica en el desplazamiento de personas o grupos de personas de manera voluntaria y por un lapso de tiempo, motivados principalmente por distracción, relajación, cultura o salud, se trasladan de su lugar habitual de residencia a otro en el que no realizan ninguna actividad remunerada, generando interrelaciones de carácter económico, social y cultural.

“Glücksmann define al turismo como el vencimiento del espacio por otras personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia” (de la Torre, 2012, p. 13)

“Para Bormann el turismo es el conjunto de viajes con el objetivo de buscar placer o por motivos comerciales o profesionales y otros similares, durante los cuales se produce un cambio en la residencia habitual por un periodo de tiempo” (de la Torre, 2012, p. 13)

### B. **ARTESANÍA**

Las artesanías son trabajos culturales, puesto que guardan características propias del área geográfica al que pertenecen, las mismas que resaltan la cultura del lugar, son productos hechos a mano y en cuanto menos sea el uso de procesos industriales más corresponden a las características de artesanal.

Si se hace referencia a una artesanía tradicional, como lo menciona (Angelotti Pasteur, 2004), son aquellos bienes realizados para el consumo doméstico y/o ritual, siendo objetos portadores de un

valor histórico, cultural, utilitario o estético y realizado por el artesano individual o colectivamente mediante técnicas simples.

### **C. OFICIOS TRADICIONALES**

Para hablar de un oficio tradicional, es necesario entender en primera instancia, a lo que hace referencia un oficio, según (Castro Valderrama, 2005), un oficio es un trabajo que aprenden las personas por tradición familiar o que lo dominan por haberlo practicado durante mucho tiempo y para esto no necesitan de técnicas y conocimientos adquiridos en la universidad.

Luego de este preámbulo, se puede definir lo que es un oficio tradicional basado en las características que detalla el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y es que, para este Instituto, hablar de un oficio tradicional es hacer referencia a aquellas realizaciones que constituyen herencia que se recibe de los antepasados, mismas que fortalece la identidad, dan sentido de pertenencia y permiten valorar lo que somos y tenemos. (INPC, 2011)

### **D. RUTA TURÍSTICA**

Se entiende por ruta turística al itinerario o recorrido, mediante el cual se permite conocer valores y atractivos propios de un área geográfica, capaz de atraer a visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ello, realizando diversas actividades y haciendo uso de los servicios que han sido habilitados con ese objetivo.

Una ruta turística está compuesta por un conglomerado de locales constituidos en red dentro de una región y que motivan un reconocimiento e interés turístico. Es importante recalcar que, las rutas se deben organizar en función a un tipo de actividad que la caracteriza y por ende deberá ofrecer actividades acorde a la temática que esté ofreciendo en el recorrido. Para el éxito de una ruta turística es importante contar con el interés de la población local, ya que si ésta no está interesada en el proyecto, la probabilidad de éxito se vería involucrada, por lo que resulta necesario desde un principio generar un ámbito de participación social, definiendo a los actores locales las condiciones para su funcionamiento. (Fernández Zambón & Guzmán Ramos, 2005, 106)

## **E. PRODUCTO TURÍSTICO**

Para referirse al tema, es importante resaltar que el término producto de acuerdo a un concepto empírico, constituye el resultado de toda la acción de un sistema, respecto a esta idea, dentro del ámbito turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para el confort material o espiritual, los mismos que se ofrecen de manera individual o por combinaciones de acuerdo a las necesidades o requerimientos de los consumidores a los que llamamos turistas, un producto turístico está constituido por el conjunto de atractivos, facilidades y accesibilidad (Cárdenas, 2008, p. 13- 15). Como podemos analizar de acuerdo a este concepto un producto turístico abarca la suma de todos los factores que necesita el consumidor turístico para realizar un viaje placentero y de forma organizada.

En cuanto a las funciones que debe cumplir el producto turístico, la más importante es la necesidad esencial que el producto cubre, esto es la provisión de los servicios de alojamiento y alimentación, junto a estas funciones básicas se encontrarían el resto de competencias complementarias, que incluyen un conjunto de servicios incorporados al producto para enriquecerlo, por ejemplo una piscina en un el hotel y que poseen gran influencia en la decisión de compra del consumidor, por esta razón es de gran importancia que el gestor conozca cuáles son los beneficios que el turista desea recibir, ya que solo de esta manera se le hará factible satisfacerlos. (Ugarte Otero, 2007, p. 57-58)

## **F. ESTUDIO DE MERCADO**

Al introducirse a la definición de estudio de mercado, resulta necesario entender lo que es un mercado y es que, para este fin constituye el área geográfica en la cual se dan relaciones comerciales de venta y compra de bienes o servicios, luego de esta aclaración, un estudio de mercado representa el análisis extenso que debe desarrollar el investigador para conocer las condiciones del mercado externo y proyectar la situación a la cual se orientará el proyecto que se busca ejecutar, es decir éste se realiza con la finalidad de proveer de información para la decisión final de invertir o no en un proyecto determinado. (Hernández Hernández, Hernández Villalobos & Hernández Suárez, 2009, p. 18-19)

Además de lo que se menciona cabe recalcar que el estudio de mercado constituye el punto de partida de un proyecto, ya que tiene por finalidad el analizar la existencia de suficientes individuos y empresas que dadas ciertas condiciones presentan una demanda que justifica la ejecución de un proyecto de bienes o servicios en un determinado periodo. (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social ILPES, 2006, p. 71-72). Dadas estas situaciones un estudio de mercado debe presentar un análisis de ciertas partes que estructuran su estudio, éstas son:

## **1. Segmentación del mercado**

Debido a que los consumidores no son iguales ni tienen las mismas necesidades, es necesaria la segmentación del mercado, ya que ésta permite que los productores presenten estrategias de acuerdo al segmento de mercado que se encuentran atendiendo y de esta manera eviten la competencia directa, gracias a la diferenciación de sus ofertas en lo que tiene que ver con precios, estilos, empaque, promociones, distribuciones, etc.

Definiendo a la segmentación de mercado, es el procedimiento de dividir un mercado en subconjuntos de consumidores con necesidades o características en común y aplicar estrategias a los segmentos que se seleccione para aplicar una mezcla de marketing. (Schiffman & Kanun, 2005, p. 50)

### **a. Determinación del universo y la muestra**

#### **1) Universo**

El universo constituye el conjunto total del compuesto humano que se investiga, es decir el segmento de mercado que se lo destinó como mercado meta para aplicar el producto o los productos que se desean producir. (Schiffman & Kanuk, 2005, p. 43)

#### **2) Muestra**

La muestra es la parte del universo y sus características deben ser similares a la del universo. Cuando más grande sea la muestra más probable será que las respuestas obtenidas reflejen el universo de estudio. Sin embargo resulta interesante señalar que con frecuencia una muestra

pequeña ofrece resultados altamente confiables, dependiendo del procedimiento de la muestra adaptada. (Schiffman & Kanuk, 2005, p. 43)

### **3) Aplicación de encuestas**

Una encuesta es un conjunto de pasos que se tienen que desarrollar para estimar parámetros poblacionales, en éstas se describen las preguntas que se desean conocer del mercado, las mismas que deben ser claras, concretas y breves. (Cárdenas, 2008, p. 62)

## **2. Análisis de la oferta**

Al referirse a la oferta se está hablando de los bienes o servicios que determinadas personas están dispuestos a poner en el mercado por un precio relativo al producto, con el propósito de atender a necesidades, por lo que por medio del análisis de la oferta se definirá y medirá las cantidades y condiciones en que se pone un bien o un servicio a disposición en un mercado. (ILPES, 2006, p. 71-72).

## **3. Análisis de la demanda**

La demanda tiene que ver con la necesidad en el mercado de los bienes o servicios que se busca producir, para lo que se debe definir el tamaño de la demanda, así como ciertas características de los mismos que determinan la capacidad de compra de los clientes. (Miranda, 2005, p. 95)

## **4. Análisis de la competencia**

Este análisis de la competencia consiste en determinar el porcentaje de participación en el mercado de la competencia, para lo que se requiere conocer sus principales características en relación a los productos y servicios que ofrecen.

Un modelo para analizar la competencia es el de Porter (2009) y se denomina de las 5 fuerzas de Porter, el mismo que es una herramienta que permite conocer el grado de la competencia que existe en una industria y con esta información se pueda formular estrategias para aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas detectadas.

Las cinco fuerzas que esta herramienta considera que existen en toda industria son:

- Rivalidad entre competidores.
- Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- Amenaza de ingreso de productos sustitutos.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los consumidores.

#### **5. Confrontación oferta –demanda**

Según Tierra (2010), mediante la información obtenida se procede a realizar el balance demanda-oferta, es decir la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potenciales. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable mientras que si resulta positiva, el mercado del producto puede ser favorable, y se procede a determinar la demanda objetiva del proyecto, que normalmente es un porcentaje menor a 100%.  $\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda potencial} - \text{oferta potencial}$ . (p. 16)

#### **G. PAQUETE TURÍSTICO**

Según Mitré (2006) paquete turístico es la conformación en un producto de varios servicios turísticos o que guarden relación con éste y se los ofrece al público haciendo uso de diversos medios de difusión, un paquete turístico constituye una estrategia de producto, puesto que el cliente valora la integración del viaje. (p.36)

#### **H. DISEÑO TÉCNICO DE UN PAQUETE TURÍSTICO**

Según la Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo (ANATO, 2010), para el diseño técnico de un paquete turístico se debe elegir aquellos destinos que centren la atención del turista, ya que estos son el motivo principal del viaje. En cuestión a la selección de servicios, estos deben satisfacer las necesidades que tiene el turista, así como también responder a las costumbres y hábitos durante su viaje. Para conocer las necesidades y requerimientos del turista respecto a la actividad que se pretende desarrollar, constituye un factor indispensable el realizar un estudio de mercado, el mismo que consta de: análisis de la oferta, demanda y de la competencia, logrando con esto, determinar las características que debe tener el paquete turístico para lograr el éxito en el mercado. (p. 31-50).

## **I. ANÁLISIS FODA**

Según Fried y Zehle (2008), este análisis es aquel que une los resultados de la evaluación estratégica, el paso inicial consiste en un listado de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, se deberán ordenar por grado de importancia.

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

## **J. COMERCIALIZACIÓN**

Según Valls (2000), comercializar es el arte de facilitar la información y el acceso del comprador al producto mediante un sistema de venta y distribución eficaz y rentable, físico o electrónico, con lo que se consigue que el posible comprador reaccione positivamente y efectúe una compra, sea cual sea el canal que se utilice, siempre genera utilidades para el consumidor puesto que le brinda al consumidor la disponibilidad del producto facilitándole la información del mismo.

## **K. CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Según Ojeda García y Mármod Sinclair (2012), en términos generales un canal es una ruta o camino por el que circula el flujo de productos o servicios, que pone en contacto al productor del servicio con el consumidor final, pero al referir este término en el marketing turístico, son las estructuras que se forman en un mercado turístico por el conjunto de empresas, cuyo fin es el de poner a disposición de los clientes potenciales, los productos y servicios, realizando la confirmación de la compra.

## **L. COMUNICACIÓN TURÍSTICA**

De acuerdo a Ojeda García y Mármod Sinclair (2012), la comunicación turística es una de las herramientas más importantes con que cuentan las empresas turísticas las mismas que deben ser planificadas y gestionadas atendiendo a criterios racionales y buscando una adaptación absoluta con

los planteamientos estratégicos genéricos de la empresa. El objetivo fundamental de la comunicación es informar, dar a conocer y en especial convencer a los clientes para que compren los productos que se están ofertando, fidelizarles o para que se conviertan en clientes de forma inmediata, además de crear una imagen de la empresa.

En turismo la comunicación se establece antes, durante y después de la prestación de los servicios y todos los prestadores de los servicios contribuyen a la imagen que el cliente se forma del producto, destino y de las empresas turísticas que intervienen en el proceso.

### **1. Instrumentos o herramientas de comunicación en el sector turístico**

Según Ojeda García y Mármol Sinclair, (2012), las empresas deben combinar y coordinar los instrumentos de comunicación, integrando un determinado mix de comunicación, para alcanzar a diferentes tipos de clientes, enfrentarse a distintas situaciones competitivas y en definitiva conseguir sus propios objetivos del modo más eficiente. Estos instrumentos son los siguientes.

- Publicidad
- Folletos
- Relaciones públicas
- Promociones de ventas
- *Merchandising*
- Ferias turísticas
- *Workshops*
- *Famtrips*
- Patrocinio mecenazgo espontáneo.

### **M. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA**

La evaluación económica- financiera es un análisis que deben realizar una empresa, una persona o país antes de invertir sus recursos y de esta manera tomar alternativas adecuadas, ya que por medio de la evaluación de un proyecto se anticipa lo que ocurrirá una vez hecha la inversión, los flujos que se generarán en el futuro en comparación con la inversión inicial. Es así que para evaluar proyectos de inversión es necesario que se conozca cierta información como: el monto de la inversión inicial



que se requiere, vida útil del proyecto, valor del salvamento de la inversión, los flujos de fondos estimados para cada periodo, el rendimiento mínimo aceptable por la empresa. (Hernández Hernández, et al. 2009, p. 110-111)

Evidentemente para determinar la factibilidad de un proyecto de inversión es imprescindible que se realice esta evaluación y con ello evitar futuros desaciertos. Para la evaluación económica-financiera es necesario el uso de distintos instrumentos como: valor actual neto, la tasa interna de retorno, el periodo de recuperación de la inversión y la relación beneficio-costos.

### **1. Valor actual neto (VAN)**

Según Sapag (2011) valor actual neto es el método más conocido y aceptado por los evaluadores del proyecto, éste mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar la inversión. Para este fin se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el momento 0.

### **2. Tasa interna de retorno**

Tasa interna de retorno “es aquella que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos. Vale decir que es aquella tasa de descuento que aplica a un flujo de beneficios netos, hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a 0”. (Fontaine, 1997, p. 75)

### **3. Periodo de recuperación de la inversión**

Periodo de recuperación de la inversión “es un criterio muy usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, la importancia de este indicador es que complementa la información, muchas veces oculta por el supuesto de que, si el flujo no alcanza se adeuda tanto del VAN como del TIR”. (Sapag, 2011, p.307)

#### 4. **Relación beneficio-costo**

La relación beneficio-costo es aquella que compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costo es igual a 1. Si el VAN es negativo, esta es menor que 1. Éste método no arroja ninguna información importante de considerar. (Sapag, 2011, p. 309).

## VI. MATERIALES Y MÉTODOS

### A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

#### 1. Localización

El presente trabajo se realizó en la zona urbana de la ciudad de Riobamba, ubicada en el cantón Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo.

#### 2. Ubicación geográfica

Según el Centro de sistema de información geográfica (Censig, 2015), las coordenadas proyectadas UTM, 17S, Datum WGS 84, son:

X = 761608 m (este)

Y = 9814927 m (norte)

Z = 2754 msnm

**Mapa 1.** Situación geográfica de la situación de Riobamba



**Elaborado por:** INEC

**Fuente:** INEC censo población y vivienda 2001

### 3. Características climáticas

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo (GADPCH, 2011), Riobamba tiene las siguientes características climáticas: temperatura promedio: 14 °C, precipitación media anual: entre 250 y 500mm y humedad relativa: 67.27%. La época lluviosa comprende los meses de febrero, marzo, abril, mayo y una corta correspondiente a octubre, noviembre y diciembre. La época seca es en los meses de julio y agosto.

### 4. Clasificación ecológica

Según el Ministerio del Ambiente (MAE), 2012, Riobamba se encuentra en la siguiente clasificación:

**a. Bosque de neblina montano, sector norte y centro de la cordillera occidental de los andes**, la misma que se caracteriza por bosques siempreverdes que alcanzan los 15-25 m de alto. Su variación altitudinal es de 2000 a 3000 msnm. Los árboles tienden a tener troncos y ramas nudosas, copas densas y compactas. Se puede observar algunas intrusiones graníticas y numerosas, además proyecciones de cenizas volcánicas, formaciones metamórficas indiferenciadas y cobertura piroclástica discontinua. Las pendientes son fuertemente inclinadas a escarpadas (5-87°). Los suelos son inceptisoles y andosoles desaturados con una textura franco-franco limosa y en pequeñas partes al norte franco arenoso y al sur de franco arcilloso. La flora está dominada por elementos andinos, principalmente de la familia Melastomataceae (*Miconia*), Solanaceae, Myrsinaceae, Aquifoliaceae, Araliaceae, Rubiaceae y varias familias de helechos. El sotobosque es generalmente denso con árboles pequeños y las palmeras de género *Genoma*, así como *Chonoedorea*, *pinnatifrons* pueden ser comunes.

Otros géneros importantes de esta elevación son *hieronyma* *Alchornea*. Varias familias de epífitas tienen un pico de diversidad en este ecosistema entre ellos Orchidaceae, Bromeliaceae, Araceae y algunas familias de helechos que contribuyen a la biomasa de estos bosques.

Globalmente este ecosistema se incluye en una clase amplia de bosque nublado, este nombre se debe a que frecuentemente tienen cobertura de neblina ya sea constante o durante las primeras horas

de la mañana o las últimas de la tarde. El aporte de la neblina a la disponibilidad de agua del ecosistema se conoce como precipitación horizontal o lluvia incidental.

**b. Bosque de neblina montano, sector sur de la cordillera oriental.**- bosque altos siempreverdes con un dosel de 10 a 25 m, se extiende desde los 1800 a 2800 msnm en algunas localidades puede encontrarse fuera de este rango altitudinal, los 45 elementos florísticos de tierras bajas están prácticamente ausentes y la mayoría de familias y géneros son de origen. En estos bosques las familias, Melastomataceae, Myrsinaceae, Cunoniaceae, Melastomataceae, Clusiaceae, Lauraceae, Myrtaceae, Celastraceae, Podocarpaceae, y Ternstroemiaceae Se han registrado entre 75 y 90 especies por ha en estos bosques. En comparación al bosque montano bajo, la diversidad alfa de árboles es menor, sin embargo las epífitas aumentan en abundancia y diversidad. Entre las epífitas más diversas se incluyen orquídeas, helechos y briofitos. Poseen suelos de inceptisoles de textura franco, franco limoso, franco arcilloso limoso. Presentan un drenaje que va de moderado a bueno, este suelo está cubierto por hierbas, arbustos, trepadoras y gramíneas epífitas enraizadas en el suelo

La topografía juega un papel importante en estos ecosistemas. En las áreas en zonas más uniformes con pendientes que van de muy inclinado a escarpado (15-87°) según la clasificación geomorfológica de Demek, 1972. Los árboles tienden a ser más altos, con fustes rectos. En las zonas más accidentadas hay abundancia de árboles torcidos, quebrados, de alrededor de 4 m de altura. Eventualmente, estos bosques se convierten en bosques enanos en las zonas más altas. Estos tienen similitudes en la composición florística a nivel de género, pero tienen una composición de especies diferente. Una especie muy común es *Graffenrieda emarginata* que presenta micorrizas que le ayudan a crecer en suelos poco fértiles. En las zonas más altas es frecuente *Purdiaea nutans*, que también crece en suelos poco fértiles, esta especie llega a formar parches enanos y retorcidos en las partes más expuestas al viento. (p. 36,37,43-45).

## 5. Materiales y equipos

### a. Materiales

- 1) Hojas de papel bond
- 2) Libreta de campo
- 3) Lápiz

- 4) Borrador
- 5) Corrector
- 6) Calculadora
- 7) Papelógrafos
- 8) Marcadores
- 9) Cinta adhesiva

**b. Equipos**

- 1) Equipo de fotografía
- 2) Global Positioning System (GPS)
- 3) Equipo informático
- 4) Grabadora de audio
- 5) Proyector
- 6) Memoria portátil

**B. METODOLOGÍA**

De acuerdo con los objetivos planteados y para el cumplimiento de los mismos, se llevó a cabo la siguiente metodología:

**1. Diagnosticar la situación turística artesanal de la ciudad de Riobamba.**

**a. Análisis de la oferta**

**1) Esquematización de atractivos artesanales**

Se realizó una esquematización de los resultados artesanales obtenidos de la práctica pre-profesional “Registro del Patrimonio Cultural inmaterial de la ciudad de Riobamba”, de Gisela Ramos, en la fecha octubre-febrero 2015, basado en lo siguiente:

Nombre del atractivo	Clasificación del atractivo			Descripción del atractivo
	Categoría	Tipo	Subtipo	

Para obtener información sobre las características de los objetos artesanales que elaboran los actores culturales con los cuales se efectuará el producto turístico, se tuvo acercamientos directos con los mismos, para definir qué objetos y cuáles son las características de éstos, información que fue adjuntada en la ficha del INPC de los oficios artesanales tradicionales ya elaboradas en el Registro de Patrimonio Cultural Inmaterial de la ciudad de Riobamba. Las fichas de registro de los oficios artesanales se encuentran del anexo 6 al 22.

## **2) Identificación de la planta turística**

A través de la información que posee el Ministerio de Turismo año 2015, se procedió a identificar la cantidad de establecimientos turísticos que existen en la ciudad de Riobamba clasificados por establecimientos de hospedaje, alimentación (con las cifras de acuerdo a la categoría a la que pertenecen), transporte y agencias de viaje.

## **3) Caracterización de la infraestructura y superestructura**

Esta información se obtuvo del Plan Estratégico Cantonal de Riobamba 2020 y fuentes bibliográficas.

### **b. Análisis de la demanda**

Este objetivo se llevará a cabo a través de la información que posee el Ministerio del Ambiente del año 2014, sobre los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, siendo estos dos grupos de turistas a los que se dirigirá este producto turístico, los mismos que se les aplicará encuestas para determinar los gustos y preferencias relacionadas con el producto turístico que se pretende diseñar, información que se sistematizará de forma cualitativa y cuantitativa.

## 1) Universo de estudio

El universo de estudio para la demanda está constituido por el total de turistas nacionales y extranjeros que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. De acuerdo a información del MAE y al sistema SIB en el 2014 visitaron la reserva 60062 turistas nacionales y 11168 turistas extranjeros.

## 2) Segmentación de mercado

### a) Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula propuesta por (Canavos, 1998), dispuesta a continuación

$$n = \frac{Npxq}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (pxq)}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo

p= Probabilidad de ocurrencia (0,5)

q= Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

e= Margen de error (0,06)

z= Nivel de confianza (1,75)

Por medio de la fórmula antes mencionada se obtuvo que se deben aplicar 212 encuestas a los turistas nacionales y 209 a los extranjeros

### b) Aplicación de encuestas

El instrumento que se empleó para el análisis de la demanda fue la encuesta, la misma que se diseñó con preguntas abiertas y cerradas en idioma español e inglés (Anexo 1), se aplicaron aleatoriamente a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, en la primera segunda semana del mes de junio del año 2015.



### c) **Tabulación de encuestas**

Los resultados obtenidos del estudio son de tipo cualitativo y cuantitativo, presentados por cuadros y gráficos de porcentajes, con estos datos se logró determinar el perfil del turista nacional y extranjero. Se utilizó el programa estadístico IBM SPSS Statics 19 para tabular los datos y para los gráficos de porcentajes el programa Excel 2010. Además se realizó un análisis e interpretación de los resultados. Para la obtención de los intervalos en la edad se realizó el siguiente proceso:

$$\text{Intervalo} = \left[ \frac{\text{Recorrido}}{\# \text{grupos (5 a 10)}} \right]$$

**Recorrido** =  $\partial \text{ max} - \partial \text{ min}$

**Recorrido** = límite superior (edad mayor de las personas encuestadas) - límite inferior (edad menor de las personas encuestadas)

#### **Intervalo turistas nacionales**

$$\text{Intervalo} = \left[ \frac{55-6}{\# \text{grupos (5 a 10)}} \right]$$

$$\text{Intervalo} = \left[ \frac{55-6}{7} \right] = 7$$

#### **Intervalo turistas extranjeros**

$$\text{Intervalo} = \left[ \frac{65-28}{\# \text{grupos (5 a 10)}} \right]$$

$$\text{Intervalo} = \left[ \frac{65-28}{5} \right] = 7$$

### d) **Análisis estratégico de la competencia**

Este análisis se llevó a cabo mediante la metodología de las 5 fuerzas de Porter, por medio de una investigación de la competencia a la cual enfrentará el producto turístico para poder tener éxito en el mercado, se consideró para el análisis a las ciudades cercanas a Riobamba: Guano, Salinas de Guaranda por criterio indagados de la demanda que visita la Reserva de Producción de Fauna y además se consideraron a Quito y Cuenca por ser Patrimonio Cultural de la Humanidad. Esto se realizó por medio de acercamientos directos con las instituciones que cumplen con los criterios antes mencionados.

Para esta investigación se aplicó el anexo 2 con el fin de encontrar la información que se detalla a continuación:

**i. Definir las empresas relevantes que constituyen la competencia**

¿Qué productos frecuentan en estas empresas los turistas?

¿Cuál es el alcance geográfico de la competencia?

**ii. Identificar a los elementos principales que harán posible que se desarrolle el producto turístico artesanal.**

Definir quiénes son:

- Los compradores y los grupos de compradores
- Los proveedores y grupos de proveedores
- Los competidores
- Los sustitutos
- Posibles aspirantes.

**iii. Evaluar las influencias subyacentes de cada fuerza competitiva para determinar ¿cuáles son las influencias fuertes y ¿cuáles las débiles? y ¿por qué?**

**iv. Determinar la estructura general de la industria y poner a prueba la coherencia del análisis.**

- ¿Por qué el nivel de rentabilidad es el que es?
- ¿Cuáles son las fuerzas controladoras de la rentabilidad de la empresa?
- ¿Los elementos más rentables están mejor posicionados en relación a las 5 fuerzas?

**v. Analizar los cambios recientes y probables de cada fuerza tanto positivos como negativos.**

**vi. Identificar los aspectos de la estructura de la industria que podrían estar influenciados por los competidores, por los aspirantes o por la propia compañía.**

**e) Confrontación oferta vs demanda**

Con la ayuda de la fórmula del interés compuesto  $Co = Cn (1+i)^n$ , se estableció la confrontación de la oferta-demanda, usando la información del estudio de mercado.

Donde

Co= Año a proyectar (2014-2018)

Cn= Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros; oferta actual

I= Incremento de turismo nacional e internacional (7%)

N= El año a proyectarse.

**f) Desarrollo de un análisis FODA.**

Esto se llevó a cabo mediante dos talleres participativos realizados con los artesanos en el mes de junio en la Casa Museo, a través del cual se obtuvieron los criterios que permitieron determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector turístico artesanal.

Además en este taller se hizo llenar a los artesanos para conocer la predisposición a participar en el producto turístico artesanal y para saber ciertas características del local donde laboran, información necesaria para desarrollar el producto turístico y definir el manejo del sistema de turistas, la misma que se sistematizó en cuadros y gráficos usando el programa Excel 2010, además se hizo un análisis e interpretación de los resultados.

**2. Diseño técnico del producto turístico artesanal**

**a. Definición del producto turístico**

Para la definición del producto turístico, se consideraron los resultados obtenidos en el primer objetivo, en donde se determina las características de éste en lo que tiene que ver con modalidad, temporalidad, dificultad, forma de recorrido.

**b. Objetivos del producto turístico artesanal**

Esto se desarrolló a partir del diagnóstico de la situación turística artesanal, con la información que se obtuvo en el taller participativo, en donde se identificaron necesidades de este grupo de personas y son los objetivos por los cuales se trabaja el producto turístico.

**c. Caracterización de la planta turística**

Se realizó en base a la información secundaria y referencias personales con lo que se procedió a realizar un cuadro en el que constan: Nombre del establecimiento turístico, dirección y números de contactos, servicios que ofrecen y precios.

**d. Propuesta de empaquetamiento**

Se diseñó paquetes turísticos que cumplan con las características del estudio de mercado que satisfagan los gustos y preferencias de los turistas. Se elaboraron tres paquetes turísticos, el primero y el segundo constan con dos opciones: con movilización en caminata y la otra en bus. Y el tercer paquete solo con movilización en caminata..

**1) Mapas de los paquetes turísticos**

Se diseñó un mapa por cada paquete turístico con los lugares que se visitará en las rutas turísticas artesanales, para lo cual se utilizó el programa de georeferenciación Arcview-giss y para el diseño el programa Adobe Ai.

**2) Itinerario técnico**

En donde se determinó horarios, lugares y actividades por donde será el recorrido del tour artesanal.

**a) Análisis de riesgo**

Se hace un análisis debido a que el recorrido se lo hace mayoritariamente caminando por lo que es necesario advertir de ciertos riesgos que pueden ocurrir en el trayecto a los turistas para que tomen las debidas precauciones y cuiden sus pertenencias.

### **3) Itinerario comercial**

En este itinerario se hizo una descripción detallada de todo el recorrido del tour artesanal de una manera más llamativa, ya que este es el que se usará en la comercialización del producto turístico.

### **4) Servicios que incluyen y no incluyen**

Se especificó aquellos servicios que constan en el precio de los paquetes turísticos, así como aquellos que deben pagar los turistas para obtenerlos.

### **5) Políticas de funcionamiento**

En este punto se detallaron los reglamentos que el turista debe seguir si desea formar parte del tour artesanal.

### **6) Requerimientos de visita**

Se detalla los objetos que necesitará el turista para que tenga un recorrido placentero.

### **e. Cálculo de los costos y el precio**

Se determinó los costos fijos, variables y los gastos incurridos de la operación turística del producto turístico. En donde el precio estará condicionado por el costo neto de los servicios más el margen de utilidad.

## **3. Establecer el proceso de gestión del producto turístico**

### **a. Comercialización**

Para la comercialización se creó estrategias para que se venda el producto, estableciendo canales a través de los cuales puede llegar al cliente

**b. Comunicación y canales de distribución**

Una vez estructurado el producto turístico, se definieron las estrategias de difusión y publicidad con las que se podrá dar a conocer el producto en el mercado turístico.

**c. Posicionamiento**

Se tomó en cuenta los parámetros investigados en el análisis estratégico de la competencia y se plantearon estrategias para las eventualidades que tenga que enfrentar el producto turístico y con ello alcanzar el éxito en el mercado. Además se diseñó una marca turística usando el programa Photoshop C6, para crear identidad del producto turístico y con ello posicionarlo en el mercado.

**4. Determinar la viabilidad económica y financiera del producto turístico**

Para realizar la evaluación del proyecto que verifica la viabilidad, se tomó en cuenta la identificación de los ingresos y egresos referente a la dinamización del producto turístico. Se calculó los indicadores de la rentabilidad como el valor actual neto VAN y la tasa interna de retorno TIR. A través del análisis financiero se determinó la relación costo/beneficio, que se estima del proyecto, una vez que se conozcan los costos fijos y variables se procedió a realizar el punto de equilibrio que determinó si es factible la implementación del producto turístico.

## VII. RESULTADOS


### A. **DIAGNOSTICAR LA SITUACIÓN TURÍSTICA ARTESANAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA.**

#### 1. Análisis de la oferta

##### a. **Esquematzación de atractivos turísticos artesanales**


En el siguiente cuadro se detalla los atractivos turísticos artesanales identificados, con su respectiva clasificación de acuerdo al patrimonio cultural inmaterial que pertenecen, así como una descripción de cada una de las manifestaciones culturales artesanales.

**Cuadro 1.** Atractivos artesanales de la ciudad de Riobamba.


Nombre del atractivo	Clasificación del atractivo			Descripción del atractivo
	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subtipo	
Hojalatería	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	hojalatería	 <p><b>Fotografía 1.</b> Trabajo en hojalatería <b>Fuente.</b> Gisela Ramos</p>

				<p><b><u>Procedencia</u></b></p> <p>La hojalata ha sido ocupada en la realización de actividades como: canales de conducción de agua para las casas, en juguetes y en utensilios para actividades cotidianas del hogar. Un aspecto muy importante de la hojalatería para Riobamba es la realización de las máscaras de diablo de lata, que es un personaje característico de las festividades de la ciudad</p> <p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>El Sr. Leonidas Chonalata viene trabajando durante 50 años en este oficio. en las calles Pichincha 27-32 y Chile</p> <p><b><u>Objetos que elaboran</u></b></p> <p>Tradicionalmente elabora diversos utensilios como: arneros, achicadores regaderas, bebedores, embudos, moldes de queso, de quey, caretas de diablo.</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Los objetos son realizados con: hojalata, zinc galvanizado, cobre, estaño, plomo, ácido clorhídrico, remache, alambre galvanizado.</p> <p><b><u>Proceso de elaboración</u></b></p> <p>Los objetos de hojalata son el producto de la fusión entre el hierro y el estaño. El proceso para la realización de objetos con este material inicia con el trazado de las partes que lo conforman y posteriormente se las corta con una tijera para metales. Por medio de una encorvadura, dobladora y un martillo se consigue las formas requeridas de las piezas.</p>
--	--	--	--	---




Elaboración de trajes típicos	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Textilería	 <p><b>Fotografía 2.</b> La Sra. Matilde Ríos elaborando un traje  <b>Fuente.</b> Gisela Ramos, 2015</p> <p>La manifestación cultural de elaborar trajes típicos se inició en Riobamba con los distintos eventos religiosos en honor al Niño Rey de Reyes, los devotos realizan comparsas que son consideradas ofrendas al Niño, mismas que realizan la fiesta, para lo cual el uso de vestimentas coloridas, alusivas a la festividad se tornó en una tradición para la ciudad.</p> <p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>La Sra. Matilde Ríos mantiene la tradición de confeccionar trajes típicos unos 40 años, se ubica en las calles: García Moreno 17-18 y Colombia.</p> <p>La Sra. Miriam Chuquimarca viene realizando durante 20 años en este oficio, se ubica en las calles García Moreno 17-10 y Colombia.</p> <p><b><u>Objetos que elaboran</u></b></p> <p>Trajes de curiingue, sacha runa, ángel, gorila, payaso y diablo con máscara de lata.</p>
-------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------	---


				<p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Encajes, rejillas, escarchas, fieltro, organza, lentejuelas, antelinas, hilo.</p> <p><b><u>Proceso de elaboración</u></b></p> <p>Empieza el proceso con el diseño de los patrones de acuerdo a las medidas que se requiere para la prenda, éstos se colocan sobre la tela y se la corta de acuerdo a la forma de las piezas del patrón. Se cosen las piezas de tela hasta formar la prenda. Se da los toques finales, colocándole los adornos.</p>
Elaboración de caretas	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	otros	<div data-bbox="1276 662 1677 938" data-label="Image"> </div> <p><b>Fotografía 3.</b> Gonzalo Carrasco elaborando caretas  <b>Fuente:</b> Gisela Ramos, 2015</p> <p><b><u>Procedencia</u></b></p> <p>En torno al barrio de Santa Rosa se desenvuelven una serie de manifestaciones culturales y dancísticas, ya que para rendir homenaje al Niño Rey de Reyes de la Familia Mendoza, se han desarrollado varios personajes que representan la algarabía de la fiesta y el uso de las caretas forman parte importante de la vestimenta de las personas para participaciones en pregones y pases del niño. Las personas al usar caretas ocultan su identidad, teniendo más libertad de actuar.</p>

				<p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>La Sra. Bachita Santillán trabaja realizando caretas de distintos personajes de las festividades, desde hace 15 años, se ubica en las calles: Argentinos 21-64 y Eugenio Espejo</p> <p>El Sr. Gonzalo Carrasco empieza hace 10 años vender caretas, se ubica en el Mercado Santa Rosa (Villarroel 16-20 entre Rocafuerte y Pichincha)</p> <p><b><u>Objetos que elaboran</u></b></p> <p>Caretas de payasos, perros, gatos, conejos de acuerdo a los requerimientos</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Papel de empaque, goma, cemento, cera, pintura.</p> <p><b><u>Proceso de elaboración</u></b></p> <p>El papel es mezclado con goma, luego esta mezcla se coloca en moldes de cemento previamente elaborados con las formas deseadas de las máscaras, entre el molde de cemento y el de papel se pone cera para que ésta no se pegue y en el momento de que esté seco sea fácil de sacar del molde, una vez que se tenga la máscara se procede a pintarla</p>
Bordados	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	otros	 <p><b>Fotografía 4.</b> Realización de bordados <b>Fuente:</b> Gisela Ramos, 2015</p>

				<p><b><u>Procedencia</u></b></p> <p>Esta tradición se relaciona con la devoción de los católicos por las imágenes religiosas, por lo que acostumbran a vestirlas en símbolo de su devoción, es más frecuente ver esto en festividades religiosas donde las personas acuden con las imágenes de santos usando túnicas. Esta costumbre inició con la fiesta del Niño Rey de Reyes, que por la devoción que sienten los riobambeños por la imagen se empezaron a desarrollar una serie de manifestaciones culturales, para lo cual el vestir a las imágenes se volvió parte esencial de la fiesta, es así que en la actualidad existen vestimentas con variedad de modelos que dan colorido a las imágenes en los desfiles religiosos.</p> <p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>La Sra. Rosa Mendoza realiza trajes de santos desde hace 56 años. Se ubica en las calles Pichincha 17-22 y Colombia</p> <p>La Sra. Mercedes Coello inició con esta actividad hace 45 años, se ubica en la Guayaquil 27-35 y Pichincha.</p> <p><b><u>Objetos que elabora</u></b></p> <p>Túnicas de Niño Dios, colchas de toro, cunas de niños Dios</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Tela gamuza, terciopelo, hilo, lentejuelas.</p> <p><b><u>Proceso de la elaboración</u></b></p> <p>Para los bordados el primer paso es dibujar en la tela los modelos de los diseños a realizar y con la ayuda de una máquina de coser manual que se la debe regular con las necesidades requeridas se procede a rellenar las formas que se dibuja en la tela.</p>
--	--	--	--	---

Elaboración de globos de papel de seda	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	otros	 <p><b>Fotografía 5.</b> Elaboración de globos de papel de seda <b>Fuente:</b> Gisela Ramos, 2015</p> <p><b><u>Procedencia</u></b></p> <p>Riobamba es una ciudad caracterizada por su devoción católica, las festividades religiosas forman parte de su cultura y se han caracterizado por estar acompañadas de música, comida, bailes, etc., en medio de todos estos festejos surgen manifestaciones vivas de la alegría y el fervor de los devotos, un ejemplo de ello son los globos de papel de seda, característico del barrio de Santa Rosa, los devotos mandan a elaborarlos en distintos diseños que describen su parentesco con la fiesta. Lo que llama la atención de estos globos es que al encender su mecha pueden volar por los aires, aportando alegría en las festividades.</p> <p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>La Sra. Blanca Vizuite aprendió este oficio del Sr. Ángel Cevallos su suegro, quien fue el que inició con esta tradición de la realización de globos en la ciudad de Riobamba. El taller artesanal se ubica en las calles Carabobo 32-35 y México.</p>
--	------------------------------------	------------------------------------	-------	---

				<p><b><u>Objetos que elabora:</u></b></p> <p>Globos de papel de seda de diferentes tamaños sencillos y con figuras.</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Papel de seda, pintura, goma, alambre, algodón, diesel, gasolina</p> <p><b><u>Procedimiento</u></b></p> <p>Inicia el proceso uniendo el papel, se dibujan las formas deseadas y se los corta de acuerdo a la figura. Con el alambre y el algodón se realiza una mecha para que al momento de encenderlo con el diesel y la gasolina se consiga que el globo se eleve. Para darle los estilos requeridos por las personas le aplican pintura para la decoración.</p>
Torneado en tagua	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Otros	<div data-bbox="1268 789 1677 1097" data-label="Image"> </div> <p><b>Fotografía 6.</b> Elaboración de objetos de tagua por Marco Sanaguano  <b>Fuente:</b> Gisela Ramos, 2015</p> <p><b><u>Procedencia</u></b></p> <p>Los trabajos elaborados en tagua empezaron a realizarse en Riobamba, con la llegada del tren en 1907, ya que por medio de este medio se pudo traer la tagua de la costa. Las personas empezaron a usar su creatividad en la realización de suvenires con este material, para comercializar a los turistas que</p>


				<p>llegaban a Riobamba en tren.</p> <p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>El Sr. Marco Sanaguano se dedica a este oficio desde hace 40 años, se ubica en la Cdla Leonidas Proaño mz. A, casa N. 19 (Sector parque lineal Chibunga).</p> <p>El Sr. Segundo Pilco hace 35 años empezó con este oficio en el barrio de Santa Rosa, se ubica en las calles: Chile 26-24 y García Moreno.</p> <p><b><u>Objetos que elaboran</u></b></p> <p>Todo tipo de figura en tagua</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Tagua y madera</p> <p><b><u>Proceso</u></b></p> <p>Para empezar se debe colocar el trozo de tagua o madera seleccionado en el choque del torno, con la ayuda de un martillo se ajusta el choque, una cuchilla es la herramienta que se utiliza para devastar la tagua o madera, una vez que se ha devastado se da la forma que se desee, se procede a lijar la pieza, finalmente se hace el pulido para darle el brillo, para lo cual se usa los residuos del material tratado.</p>
Talabartería	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	talabartería	 <p><b>Fotografía 7.</b> Montura de la talabartería del Sr. Segundo Choto</p>

			<p><b>Fuente:</b> Gisela Ramos, 2015</p> <p><b><u>Procedencia</u></b></p> <p>Debido a la concentración de grandes propiedades en la provincia, donde el caballo es utilizado como medio de transporte indispensable para las faenas agrícolas, es común encontrar sobre todo en Riobamba la presencia de talabarteros</p> <p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>El Sr. Luis Apugllón trabaja en este oficio hace 25 años, se ubica en las calles: Unidad Nacional 31-23 y Francia.</p> <p>El Sr. Segundo Choto posee su taller durante 10 años, el mismo que se ubica en las calles Veloz 31-20 y Juan de Velasco.</p> <p><b><u>Objetos que elabora</u></b></p> <p>Zamarros, monturas para caballo, máscaras de lana de llamingo</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Cuero, lana de borrego, de lana de llamingo, hilo.</p> <p><b><u>Proceso</u></b></p> <p>Para la montura, los talabarteros compran el armazón de madera, así como los adornos de metal, para su ornamento al armazón lo forran con cuero crudo de ganado, cosiendo sus bordes para lograr una mayor firmeza.</p> <p>En el caso de los zamarros es utilizado el cuero de la oveja y ganado, en donde se trazan las líneas de corte dependiendo de las medidas de la persona, con un cuchillo se corta las piezas, sirviendo éstas como plantilla para el diseño del otro lado del zamarro, una vez que se tengan recortados ambos lados se procede a coserlos. Finalmente se coloca una nueva capa de cuero procesado</p>
--	--	--	---



				para iniciar los acabados con la colocación de adornos de metal
Escultura	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	imagería	 <p><b>Fotografía 8.</b> Restauración de imágenes religiosa <b>Fuente:</b> Gisela Ramos, 2015</p> <p><b><u>Procedencia</u></b></p> <p>Constituye una técnica decorativa a través de la cual se va formando imágenes de distinto tipo y forma, las mismas que son usadas principalmente por los devotos católicos para venerar a los santos y con ello pedir protección.</p> <p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>El Sr. Xavier Llinguín, viene trabajando en escultura hace 10 años, se ubica en las calles Olmedo 14-27 entre 5 de junio y Tarqui.</p> <p>El Sr. Byron Robalino viene trabajando en este oficio hace 25 años, se encuentra en el Centro Comercial la Condamine local 25 piso 2 (Carabobo y Esmeraldas)</p> <p><b><u>Objetos que elaboran</u></b></p> <p>Niño Jesús, Virgen María, Reyes Magos y santos en general. Todo tipo de esculturas de acuerdo al modelo que pida el cliente.</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Madera, resina y yeso</p>

				<p><b><u>Proceso</u></b></p> <p>Para lo que tiene que ver con la madera primero la seleccionan antes de empezar a tallar, introducen los ojos de la madera internamente, la lijan para que quede lisa y nítida, por último le dan color con lacas u óleo, depende el acabado que se requiera.</p> <p>En imágenes de yeso la realizan con moldes, los mismos que se rellenan con yeso, una vez secado se saca del molde y se lo seca al ambiente o en horno, se le lija para que quede uniforme y liso el acabado. Para lo que es resina el procedimiento es similar.</p>
Sombrerería	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Otros	<div data-bbox="1234 618 1692 951" data-label="Image"> </div> <p><b>Fotografía 9.</b> Elaboración de sombreros de paño  <b>Fuente:</b> Gisela Ramos,2015</p> <p><b><u>Procedencia</u></b></p> <p>La tradición de usar sombreros en Riobamba viene desde hace unos 80 años cuando las clases sociales se imponían, siendo el sombrero un distintivo del orden social alto, la vestimenta de la gente adinerada consistía en abrigo negro, botas y el infallible sombrero. En la actualidad la realización de sombreros en la ciudad ya es poco puesto que las personas ya no lo usan mucho, esta tradición ha quedado más para personas del campo que lo utilizan de paño.</p>

				<p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>El Sr. Segundo Vilema inició con este oficio hace 40 años aproximadamente, se ubica en la Colón 16-33 y Veloz.</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>Tela, paño y lana.</p> <p><b><u>Proceso</u></b></p> <p>Segundo Vilema manifiesta que de las fábricas viene el sombrero hecho molde, la parte artesanal está en darle la forma, es decir que es necesario siempre de un artesano ya que ninguna fábrica manda hecho el sombrero, por medio del uso de hormas, planchas, tostadoras y goma el artesano va dándole la forma requerida para ser usada.</p>
Elaboración de objetos de bronce	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Otros	 <p><b>Fotografía 10.</b> Elaboración de objetos de bronce. <b>Fuente:</b> Gisela Ramos, 2015</p> <p>Debido a que Riobamba en época republicana fue habitada por personas de poder económico y el uso de objetos hechos en bronce constituía un lujo, su querencia fue elevada. Actualmente estos productos son considerados tradicionales en Riobamba puesto que, desde este lugar se</p>

			<p>comercializa a otras ciudades</p> <p><b><u>Personas identificadas que elaboran</u></b></p> <p>El Sr. Carlos Ruiz inició con este oficio hace 26 años, aproximadamente. Su taller se ubica en la Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco Contreras.</p> <p><b><u>Materiales de los objetos</u></b></p> <p>El bronce no existe en estado puro sino que para obtenerlo se realiza una aleación entre varios metales. Intervienen productos reciclados, para el moldeo arena y tierra negra de páramo, para la fundición del bronce interviene diesel o aceite quemado</p> <p><b><u>Proceso.</u></b></p> <p><u>Modelado de los moldes. Fundición del bronce por medio de la transformación de la chatarra en líquida por medio de horno de crisol y vaciar e moldes. Pulido de los objetos en tornos manuales con el uso de limas-</u></p>
--	--	--	---

**Fuente:** Registro del Patrimonio Cultural Inmaterial de la ciudad de Riobamba.

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

## **b. Caracterización de la planta turística**

### **1) Hospedaje**

Según información del Ministerio de Turismo, Mintur (2015), en la ciudad de Riobamba se registran 48 establecimientos turísticos de hospedaje, de los cuales 34 son hostales y 14 hoteles.

De los 34 hostales registrados el 20,58% corresponden a primera categoría el 26,47% a segunda y 52,94% a tercera.

De los 14 hoteles registrados el 7,14% corresponden a la categoría lujo, el 42,86% a primera, el 14,29% a segunda, 28,57% a tercera y el 7,14% a cuarta categoría.

En el anexo 3, se encuentra el catastro de prestadores turísticos de hospedaje de Riobamba.

### **2) Alimentación**

Según información del Mintur (2015), en la ciudad de Riobamba se registran 232 establecimientos turísticos de alimentación, de los cuales 205 corresponden a restaurantes y 27 a cafeterías.

De los 205 restaurant registrados el 1,95 % corresponden a primera categoría, el 12,68% a segunda, el 53,66% a tercera y el 31,70% a cuarta.

De los 27 establecimientos de cafetería ninguno pertenece a primera categoría, el 18,52% a segunda, el 62,96% a tercera y el 18,52% a cuarta categoría.

En el anexo 4, se encuentra el catastro de prestadores turísticos de alimentación de la ciudad de Riobamba.

### **3) Transporte turístico**

Según información del Mintur (2015) en la ciudad de Riobamba se registran 3 empresas que prestan servicios de transporte turístico. En el anexo 5 está el catastro de transporte turístico de la ciudad.

#### **4) Agencias de viaje/tour operadoras**

Según información del Mintur (2015), en la ciudad de Riobamba se registran 30 establecimientos entre agencias de viajes y tour operadoras. En el anexo 6, está el catastro de los establecimientos turísticos correspondientes a tour operadoras y agencias de viajes.

#### **c. Infraestructura turística**

##### **1) Vías de acceso**

Según Gobierno Autónomo Provincial de Chimborazo, GADPCH (2011), las vías de acceso al cantón Riobamba, tanto al norte como al sur son de primer orden. En el tema de vialidad con el aporte del Gobierno Nacional el cantón cuenta con vías interprovinciales de buena calidad, esta característica se constituye en un elemento integrador de una propuesta regional, ya que son las que permiten el acceso y conexión entre los centros de producción con los de comercialización y consumo, así como la dinamización del sector turístico y el intercambio cultural. En lo referente al sistema vial interno, la red vial para la conexión con las parroquias rurales se encuentra en mal estado, lo que determina que existan comunidades aisladas de los centros urbanos y por ende a un proceso articulado y equitativo de crecimiento y desarrollo.

Por otro lado, los procesos de planificación que se han desarrollado en el cantón Riobamba a lo largo de los años, se han limitado a criterios netamente técnicos y a la esfera de la obra pública concentrada en la parte urbana. No se han incluido dimensiones territoriales, económicas, sociales, ambientales y políticas dentro de los diferentes procesos de planificación. Adicionalmente la planificación no se ha realizado en forma consensuada entre los diferentes actores.

De acuerdo a información de GADM Riobamba (2008), el cantón Riobamba cuenta con un sistema vial radial monocéntrico donde la ciudad de Riobamba, constituye el núcleo central, desde el cual parten una red vial principal que une a ésta con las cabeceras parroquiales, y se complementa con vías de segundo y tercer orden que llegan a los principales centros poblados y comunidades, así como a los centros de producción.

**Cuadro 2.** Distancias desde Riobamba

<b>Ciudad</b>	<b>Distancia (km)</b>	<b>Tiempo</b>
Ambato	60,1	53 min
Bolívar	83,3	1h 33 min
Latacunga	101	1 h 48 min
Cañar	184,4	2 h 58 min
Quito	212,3	3 h 13 min

**Fuente:** <http://es.thetimenow.com>

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

## 2) Agua potable y alcantarillado

### a) Agua potable

El sistema de agua potable y alcantarillado en Riobamba está a cargo de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado- Riobamba (EMAPAR).

Según GADM Riobamba (2008), la ciudad de Riobamba no cuenta con el servicio de agua potable las 24 horas del día. De acuerdo a información proporcionada por la Dirección de Agua Potable de Riobamba, el nivel de cobertura en el servicio de agua potable en la zona urbana alcanza el 85%. Las fuentes provienen de vertientes de agua subterránea de San Pablo y Llío. La distribución se realiza con tres redes independientes y se distribuyen a tres zonas de la ciudad, delimitadas según las cotas de terreno. El estado físico del sistema es bueno La distribución del servicio de agua potable se realiza por horas durante el día, en algunos sectores se cuenta con el servicio 2 veces al día y en otros 3 veces

### b) Alcantarillado

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, GADM Riobamba (2008), el sistema de alcantarillado de la ciudad es mixto, es decir uno que descarga en el río Chambo y un sistema de alcantarillado separado que descarga en el río Chibunga, sin ningún tipo de tratamiento previo a las descargas, aunque existen estudios para construir una laguna de estabilización en un terreno cercano a la descarga en el río Chibunga. Ambos sistemas han sido trazados aprovechando la gradiente natural del terreno, que permite el flujo a gravedad en toda la red de tuberías.

**c) Energía Eléctrica**

De acuerdo a GADM Riobamba (2008), el servicio de energía eléctrica de la ciudad se encuentra administrado y operado por la Empresa Eléctrica Riobamba S. A.

En el caso de la energía eléctrica la cobertura está en el orden del 98 % a nivel cantonal, aproximadamente el 50% de la ciudad de Riobamba cuenta con alumbrado público la cual se lo puede catalogar como bueno y regular.

**d) Transporte**

Según información de la Dirección de Gestión de Movilidad, Tránsito y Transporte del GADM Riobamba, en la ciudad existen tres terminales, un interprovincial, intercantonal y un interparroquial, ubicados en distintos puntos de la ciudad, como se detalla a continuación:

**Cuadro 3.** Listado de Terminales Terrestres en Riobamba

<b>TERMINAL DE TRANSPORTE TERRESTRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
Terminal terrestre interprovincial	Av. Daniel León Borja y Av. la Prensa.
Terminal intercantonal	Av. Canónigo Ramos y José María Roura
Terminal interparroquial	Barrio la Dolorosa, Puruhá y Primera Constituyente

**Fuente:** Dirección de Gestión de Movilidad, Tránsito y Transporte del GADM Riobamba

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

**e) Transporte Interparroquial**

La ciudad de Riobamba cuenta con un terminal interparroquial de uso público para el transporte desde la ciudad hacia las parroquias rurales del cantón.



**Cuadro 4.** Transporte Interparroquial del cantón Riobamba

RUTA	DISTANCIAS (km)	NOMBRE DEL TERMINAL	DIRECCIÓN
Riobamba-Flores	2	Terminal interparroquial	Barrio la Dolorosa, Puruhá y Primera Constituyente
Riobamba-Licto	2		
Riobamba-San Luis	6		
Riobamba-Punín	2,4		
Riobamba-Pungalá	3,3		
Riobamba-Cubijíes	9,8	Parada interparroquial (conocida como terminal Oriental)	Espejo y Cordovez
Riobamba-Quimiag	58,1		
Riobamba-Calpi	12,2	S/N	<p><b>Paradas del bus: Calpi-la Paz línea 16</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rafael Badillo y Panamericana sur</li> <li>• Av. Pedro Vicente Maldonado (Frente ESPOCH)</li> <li>• Av. Canónigo Ramos y Agustín Torres</li> <li>• Veloz y Uruguay</li> <li>• Veloz y Miguel Ángel León</li> <li>• Veloz y Carabobo</li> <li>• Veloz y Pichincha</li> <li>• Veloz y España</li> <li>• Orozco y Espejo</li> <li>• Orozco y Larrea</li> <li>• Orozco y García Moreno</li> <li>• Orozco y Vicente Rocafuerte</li> <li>• Orozco y Juan Montalvo</li> <li>• Orozco y Miguel Ángel León</li> <li>• Av. La Prensa entre Av. Canónigo Ramos y Av. Lizarzaburu</li> <li>• Av. Pedro Vicente Maldonado y Av. 11 de Noviembre</li> <li>• Av. Pedro Vicente Maldonado y José de Peralta.</li> </ul>
Riobamba-Licán	12		<p><b>Paradas del bus Licán-Bellavista-El Camal 4:</b></p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panamericana sur a 100 m de CRUCETREN</li> <li>• Av. Pedro Vicente Maldonado entre Diego Rodríguez y Feliciano Chea</li> <li>• Av. Pedro Vicente Maldonado a 60 m de la entrada ESPOCH</li> <li>• Av. de la Prensa y 9 de Julio</li> <li>• 9 de Julio y Calicuchima</li> <li>• 9 de Julio y Duchicela</li> <li>• Leopoldo Freire y Bucarest</li> <li>• Leopoldo Freire y Luxemburgo</li> <li>• Av, 9 de Octubre y Leopoldo Freire</li> <li>• Caracas y Mérida</li> <li>• Bolívar Chiriboga y Celso Augusto Rodríguez</li> <li>• Celso Augusto Rodríguez y Bolívar Bonilla</li> <li>• Celso Augusto Rodríguez y la Paz</li> </ul>
--	--	--	---

**Fuente:** Dirección de Gestión de Movilidad, Tránsito y Transporte del GADM Riobamba  
**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

#### f) Transporte intercantonal

Riobamba cuenta con varias compañías de transporte público que se dirigen de la ciudad hacia los diversos cantones de la provincia de Chimborazo.

**Cuadro 5.** Transporte Intercantonal del Cantón Riobamba.

RUTA	DISTANCIAS (km)	NOMBRE DEL TERMINAL	DIRECCIÓN
Riobamba-Chambo	12,3	Parada intercantonal (conocida como Terminal a Chambo)	Puruhá y Primera Constituyente
Riobamba-Guano	10,5	Parada intercantonal (conocida como Terminal a Guano)	Vicente Rocafuerte y New York
Riobamba-Colta	23,9	Terminal intercantonal	Av. Canónigo Ramos y José María Roura
Riobamba-Guamote	52,3	Terminal intercantonal	
Riobamba-Penipe	27,8	Parada interparroquial (conocida como terminal Oriental)	Espejo Av. Luis Cordovéz

Riobamba-Pallatanga	87,5	Terminal Terrestre interprovincial	Av. Daniel León Borja y Av. La Prensa.
Riobamba-Alausí	96,1		
Riobamba-Chunchi	120,3		
Riobamba-Cumandá	125,8		

**Fuente:** Dirección de Gestión de Movilidad, Tránsito y Transporte del GADM Riobamba

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

#### g) **Recolección de basura**

Según información del GADM Riobamba (2015), la recolección de basura está a cargo de la comisión de Higiene y Salubridad del Municipio de Riobamba, los trabajos lo efectúan por sectores y horarios predeterminados, los desperdicios son colocados en el relleno sanitario en la comunidad de Portón ubicada en la Parroquia Cubijíes a 7 km de la ciudad. La frecuencia de recolección es diaria.

#### h) **Abastecimiento de productos**

Según el GADM Riobamba (2008), la ciudad al ser la capital de la provincia de Chimborazo constituye un centro de intercambio de bienes y servicios, varios agricultores y ganaderos traen sus productos desde las comunidades a comercializarlos en las ferias y mercados de la ciudad, siendo el día sábado generalmente cuando existe una venta mayor de productos, ya que se concentran comerciantes de las parroquias rurales del cantón Riobamba, de los otros cantones de la provincia de Chimborazo y de la zona central del país (desde el sur de Quito pasando por las provincias de Cotopaxi, Bolívar, Tungurahua, Pastaza y de ciertas provincias costeras). A continuación se enlista los mercados que existen en Riobamba.

**Cuadro 6.** Mercados de la ciudad de Riobamba con su respectivo día de feria

<b>Nombre del Mercado y ferias</b>	<b>Día de feria</b>
Centro Comercial Popular la Condamine	Viernes y sábado
Mercado Mariano Borja la Merced	Sábado
Pedro de Lizarzaburu ( San Francisco)	Sábado
Víctor Proaño (Santa Rosa)	Martes y sábado
Plaza el Prado (Oriental)	Sábado
Mercado San Pedro de Riobamba (Mayorista)	Sábado

Mercado General Juan Bernardo Dávalos	Viernes y sábado
Plaza Roja la Concepción (Feria indígena)	Sábado
Mercado San Alfonso	Miércoles y sábado
Feria de emprendimiento productivo del Gobierno Provincial de Chimborazo	Viernes

**Fuente:** Comisión de Mercados del GADM Riobamba (2015).

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

## i) Seguridad

La ciudad de Riobamba para mantener la seguridad ciudadana cuenta con:

### i. Policía Nacional

Esta institución pública se ubica al sur de la ciudad en la Av. Leopoldo Freire y Washington, la misma que es la sub zona de la Policía Chimborazo # 6 a nivel provincial para mantener la seguridad de la ciudad se dividen en circuitos los mismos que son:

**Cuadro 7.** Circuitos de la Policía Nacional en Riobamba.

NOMBRE DEL CIRCUITO	DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE POLICÍA COMUNITARIA (UPC)
La Politécnica	15 de Noviembre y Oswaldo Guayasamín
Shopping	Vía San Gabriel del Aeropuerto
Camilo Ponce	Mariana de Jesús y Opinión
Caminos al Sol	Celso Augusto Rodríguez y Quito
La Estación	Luz Elisa Borja y Espejo
San Alfonso	Buenos Aires y Puruhá
Pucará	París y Roma
La Paz	Olmedo y Morona
Terminal Terrestre	Av. Daniel León Borja y Av. La Prensa
La Condamine	11 de Noviembre y Juan de Lavallo
La Primavera	San Andrés entre Pallatanga y Tixán
24 de Mayo	Araucanos y Manabí

**Fuente:** Comando de la Policía Chimborazo #6

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

#### **d. Superestructura turística**

Las instituciones que gestionan el desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba son las siguientes:

##### **1) Ministerio de Turismo (Mintur)**

Según Mintur (2015), la Institución tiene las siguientes funciones:

- Incrementar la oferta de servicios turísticos de calidad a nivel nacional.
- Aumentar la participación del turismo en la economía nacional.
- Incrementar la eficiencia operacional del Ministerio de Turismo.
- Incrementar el desarrollo de Talento Humano del Ministerio de Turismo.
- Fortalecer el uso eficiente del presupuesto del Ministerio de Turismo.

##### **2) Dirección de Turismo del GAD Municipal Riobamba**

Esta Dirección tiene entre sus principales responsabilidades las siguientes:

- Elaboración de planes de desarrollo de destino turístico del cantón Riobamba, a través del fortalecimiento de la cadena de valor turístico.
- Estrategia de comunicación y promoción turística.
- Creación de rutas y productos turísticos.

##### **3) GAD Provincial de Chimborazo**

El Departamento de Turismo del Gad Provincial de Chimborazo tiene como función la elaboración y ejecución de planes de desarrollo turístico para la provincia de Chimborazo, creando convenios entre los diferentes cantones de la misma para lograr un progreso asociativo.

**e. Análisis de la demanda**

**1) Segmentación del mercado**

Para analizar la demanda se identificaron dos segmentos de mercado prioritarios de turistas a los que se dirigirá la oferta los mismos que son:

**a) Mercado Nacional**

Según registro del Ministerio del Ambiente, en el 2014 ingresaron a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo 60062 turistas nacionales, de los cuales por medio de la aplicación de la fórmula de Canavos se obtiene la siguiente muestra:

$$n = \frac{Nxpqxq}{(n-1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (pxq)}$$

$$n = \frac{60062 \times 0,5 \times 0,5}{(60062 - 1)\left(\frac{0,06}{1,75}\right)^2 + (0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{15015,5}{70,852}$$

$n=212$  (número de encuestas que se deberán aplicar a turistas nacionales en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, la encuesta se encuentra en el anexo 1).

El segmento de mercado nacional está formado por turistas regionales y/o locales, hombres y mujeres que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, solos, en grupos organizados y/o familiares para visitar los atractivos naturales que ofrece la reserva, comprendidos entre una edad de 6 a 60 años.

**b) Mercado Internacional**

Según el registro del Ministerio del Ambiente en el 2014 ingresaron a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, 11168 turistas extranjeros, de los cuales por medio de la aplicación de la fórmula de Canavos, se obtiene la siguiente muestra.

$$n = \frac{Nxpq}{(n-1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (pq)}$$

$$n = \frac{11168 \times 0,5 \times 0,5}{(11168 - 1)\left(\frac{0,06}{1,75}\right)^2 + (0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{2792}{13,376}$$

$n = 209$  (número de encuestas que se aplicarán a los turistas extranjeros que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, la encuesta se encuentra en el anexo 2)

El segmento de mercado internacional está formado por los turistas extranjeros, hombres y mujeres, que llegan a la Reserva de Fauna Chimborazo, solos, en grupos organizados y/o familiares para visitar los atractivos naturales que ofrece la reserva, comprendidos en una edad entre 28 y 57 años.

## 2) Tabulación de encuestas

### a) Demanda turismo nacional

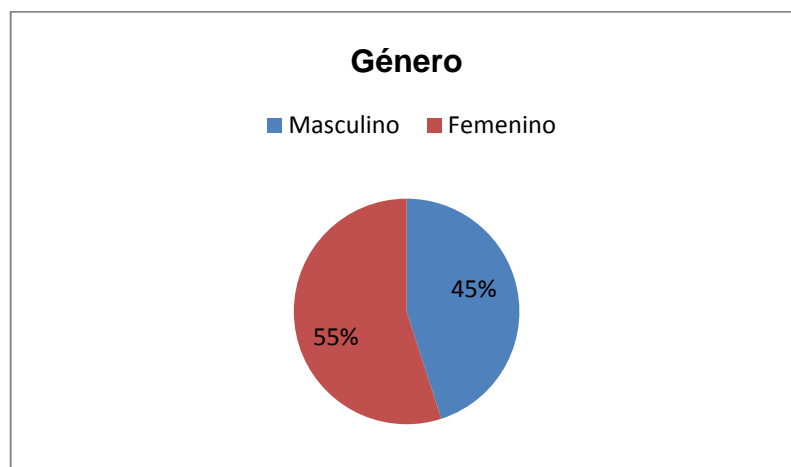
#### i. Género

**Cuadro 8.** Encuestados: Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	95	45 %
Femenino	116	55%
Nulos	1	0 %
Σ	212	100 %

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 1.** Encuestados-género



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** De las 212 encuestas aplicadas el 45% de las personas fueron de género masculino mientras que el 55% de género femenino.

**Interpretación:** Porcentaje que muestra similitud, con más de la mitad de género femenino y en una menor cantidad de masculino, esto quiere decir que las actividades de preferencia serán aquellas que involucren creatividad, donde impere la destreza sobre la fuerza, ya que las mujeres tienen mejor desempeño y por actividades que involucren la motricidad fina, aquella habilidad por realizar movimientos pequeños y muy precisos.



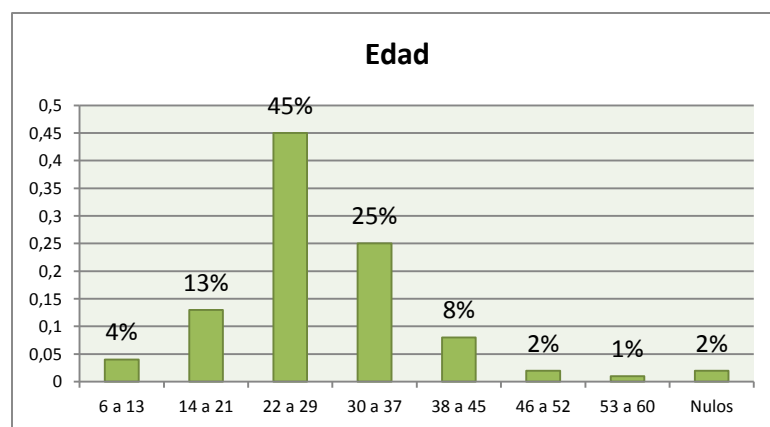
## ii. Edad

**Cuadro 9.** Encuestados: Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
6 a 13	8	4%
14 a 21	27	13%
22 a 29	95	45%
30 a 37	53	25%
38 a 45	16	8 %
46 a 52	5	2%
53 a 60	3	1%
Nulos	5	2%
$\Sigma$	212	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 2.** Encuestados: Edad



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** De las 212 encuestas aplicadas se establece que el rango de edad de los turistas está entre 6 y 60 años, siendo el 45% de 22 a 29 años, el 25% de 30 a 37 años, el 13% de 14 a 21, el 8% de 38 a 45 años, el 4% de 6 a 13 años, el 2% de 46 a 52 años y el 1 % de 53 a 60 años.

**Interpretación:** la mayoría de turistas encuestados son jóvenes, con tendencia por una experiencia vivencial, sus actividades estarán vinculadas más con el dinamismo y el interés por conocer las artesanías tradicionales de la ciudad de Riobamba, lo cual enriquece culturalmente a los visitantes.

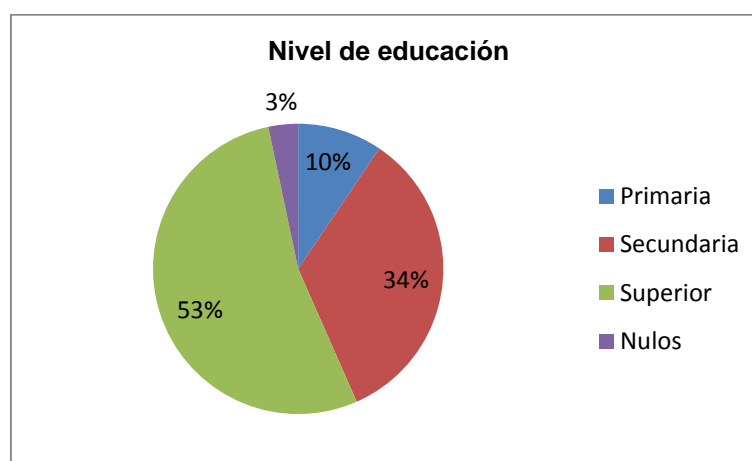
### iii. Nivel de educación

**Cuadro 10.** Encuestados: Nivel de educación

N. educación	Frecuencia	Porcentaje
Primario	20	10 %
Secundario	72	34%
Superior	113	53%
Nulos	7	3%
$\Sigma$	212	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 3.** Encuestados: Nivel de educación



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 53% de las personas encuestadas tiene un nivel de educación superior, el 34% secundaria y el 10% primaria.

**Interpretación:** la mayoría de turistas encuestados tienen un nivel de educación alto, por lo tanto son poseedores de un pensamiento crítico, con conocimientos más técnicos, con intereses encaminados sobre todo por aspectos científicos, relacionados con el arte esto es: la técnica, el diseño y la pintura.

#### iv. ¿Con quién viaja?

**Cuadro 11.** Encuestados: ¿Con quién viaja?

Acompañantes	Frecuencia	Porcentaje
Solo	24	11%
Pareja	10	5%
Amigos	76	36%
Familia	93	44%
Nulos	9	4%
Σ	212	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos

**Gráfico 4.** Encuestados: ¿Con quién viaja?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 44% de las personas encuestadas viaja con su familia, el 36% con sus amigos, el 5% con su pareja y el 4% lo hace solo.

**Interpretación:** La mayoría de los turistas encuestados viajan con su familia, esto debido a que en Ecuador las personas aún conservan sus costumbres hogareñas, lo que da un indicio de que desearán un viaje más organizado, con los servicios adaptados a las necesidades de la familia, mismos que ofrezcan seguridad y tranquilidad. Requerirán precios accesibles puesto que el gasto del jefe de familia será de un grupo familiar.

v. ¿Con cuántas personas viaja?

**Cuadro 12.** Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja?

# de personas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3	55	26%
De 3 a 5	44	21%
más de 5	104	49%
nulos	9	4%
$\Sigma$	212	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos

**Gráfico 5.** Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 49% de las personas encuestadas viaja con más de 5 personas, el 21% de 3 a 5 y el 26% de 1 a 3 personas.

**Interpretación:** La mayor parte de los turistas encuestados viajan en grupos de 5 a 6 personas, esto tal vez a que la tendencia de los ecuatorianos es viajar en familia, por lo tanto los paquetes deberán estar acondicionados para que el turista haga uso de los servicios en grupos de más de 5 personas.

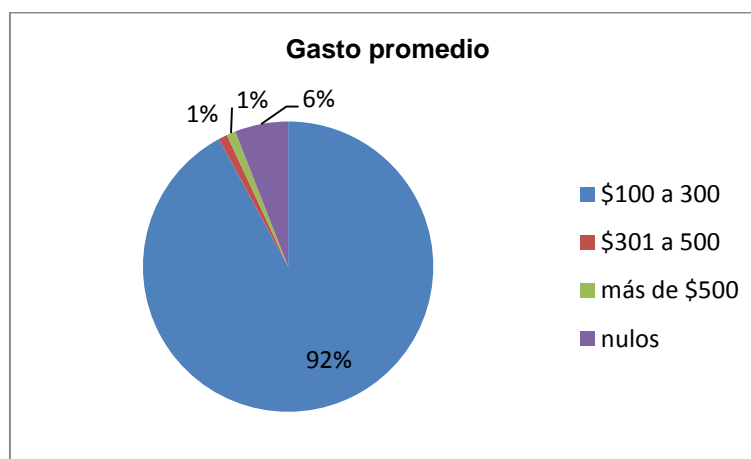
vi. ¿Cuál es el gasto promedio diario por persona cuando viaja?

**Cuadro 13.** Encuestados: ¿Cuál es el gasto promedio diario por persona cuando viaja?

Gasto	Frecuencia	Porcentaje
\$100 a 300	186	87,73%
\$301 a 500	2	1%
más de \$500	2	1%
nulos	22	10,37%
Σ	212	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos

**Gráfico 6.** Encuestados: ¿Cuál es el gasto promedio diario por persona cuando viaja?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 92% de las personas encuestadas gasta en sus viajes por persona de \$100 a 300, el 1% de \$301 a 500, el 1% más de \$500.

**Interpretación:** la mayoría de los turistas encuestados tienen un gasto promedio de 100 a 300 dólares, esto quiere decir que son personas con capacidad de gasto debido tal vez a poseer un empleo estable. Lo que indica que los paquetes turísticos deberán tener un valor considerando el rango máximo de gasto del turista.

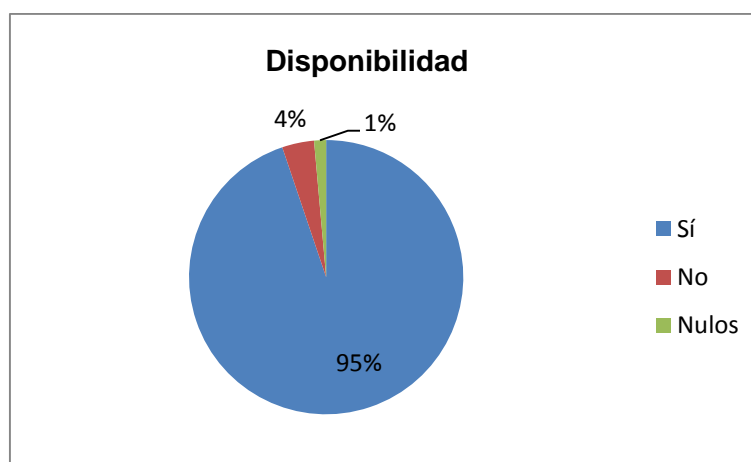
vii. **¿Le gustaría realizar turismo artesanal en la ciudad de Riobamba?**

**Cuadro 14.** Encuestados: ¿Le gustaría realizar turismo artesanal en Riobamba?

Disponibilidad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	201	95%
No	8	4%
nulos	3	1%
$\Sigma$	212	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 7** Encuestados: ¿Le gustaría realizar turismo artesanal por Riobamba?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 95% de las personas encuestadas están dispuestos a realizar turismo artesanal por la ciudad de Riobamba y solo un 4% no presentan la predisposición,

**Interpretación:** La mayoría de las personas encuestadas está dispuesta a realizar turismo artesanal por la ciudad de Riobamba, debido a que la cultura a nivel local está siendo fortalecida, por medio de proyectos culturales, siendo esto un factor que incentiva el interés de los turistas por conocer el aspecto artesanal de la ciudad, con lo que se demuestra el potencial turístico de Riobamba en este aspecto y además el nivel de educación alto de los turistas, al existir el interés por conocer del arte de la ciudad.

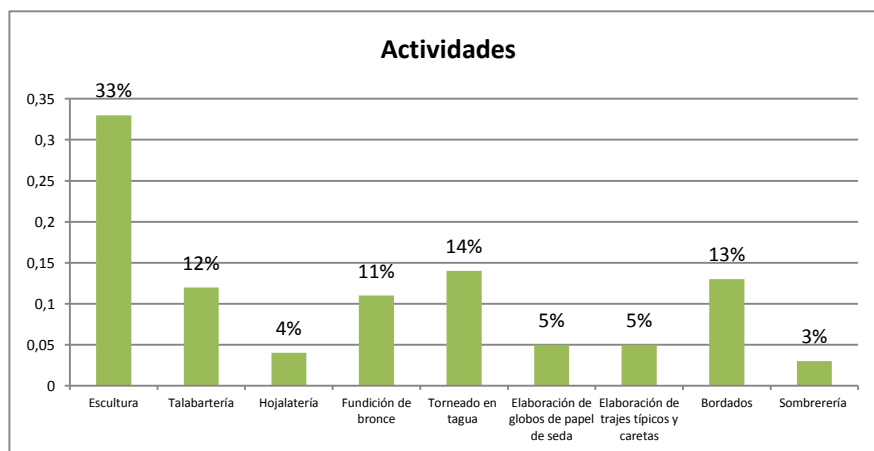
viii. ¿Qué tipo de actividad artesanal le gustaría visitar en la ciudad de Riobamba?

**Cuadro 15.** Encuestados: ¿Qué tipo de actividad artesanal le gustaría visitar en Riobamba?

Tipo de actividad	Frecuencia	Porcentaje
Escultura	101	33%
Talabartería	35	12%
Hojalatería	12	4%
Fundición de bronce	35	11%
Torneado en tagua	43	14%
Elaboración de globos de papel de seda	15	5%
Elaboración de trajes típicos y caretas	15	5%
Bordados	40	13%
Sombrerería	9	3%
Σ	305	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 8.** Encuestados ¿Qué tipo de actividad artesanal le gustaría visitar en Riobamba?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 33% de las personas encuestadas prefieren la escultura, el 14% el torneado de tagua, el 13% los bordados, el 12% la talabartería, el 11% la fundición de bronce, tanto la elaboración de trajes típicos y caretas como la elaboración de globos de papel de seda tienen un 5% de preferencia, la hojalatería un 4% y el 3% sombrerería.

**Interpretación:** Las actividades artesanales preferidas por los turistas encuestados fue: escultura, torneado en tagua y bordados debido a que actualmente son tipologías de artesanías más conocidas, en relación a los que tuvieron menor preferencia tales como: elaboración de globos de papel de seda, hojalatería y sombrerería, ya que la gente por lo general no las conoce porque se han ido perdiendo con el pasar del tiempo, siendo este proyecto una oportunidad de ponerlas en valor.

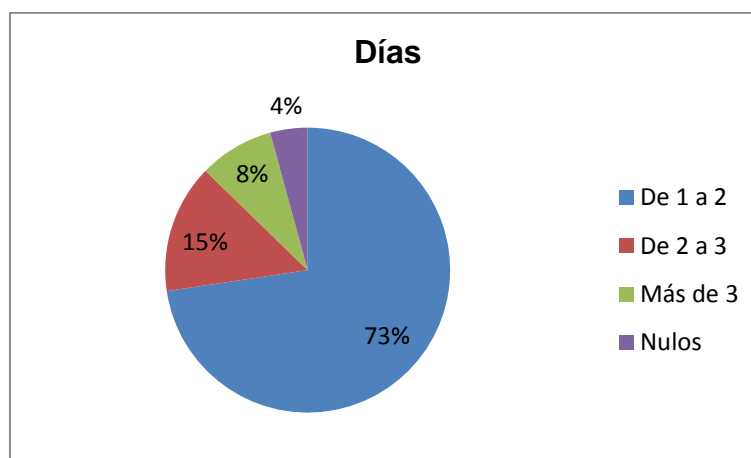
**ix. ¿Cuántos días le gustaría realizar su viaje por la ciudad de Riobamba?**

**Cuadro 16.** Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría realizar su viaje por Riobamba?

Días	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2	154	73%
De 2 a 3	31	15%
más de 3	18	8%
nulos	9	4%
$\Sigma$	212	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 9.** Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría realizar su viaje por Riobamba?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 73% de las personas encuestadas le gustaría que su viaje en la ciudad tenga una duración de 1 a 2 días, el 15% de 2 a 3 y el 8% más de 3 días.

**Interpretación:** Lo que indica que la mayoría de los turistas encuestados desean que el viaje en la ciudad de Riobamba tenga una duración de 1 a 2 días, ya que su enfoque es lo artesanal y al ser la ciudad pequeña es suficiente este tiempo para conocerla, por lo que las actividades de este recorrido deberán ser diseñadas considerando esta preferencia.



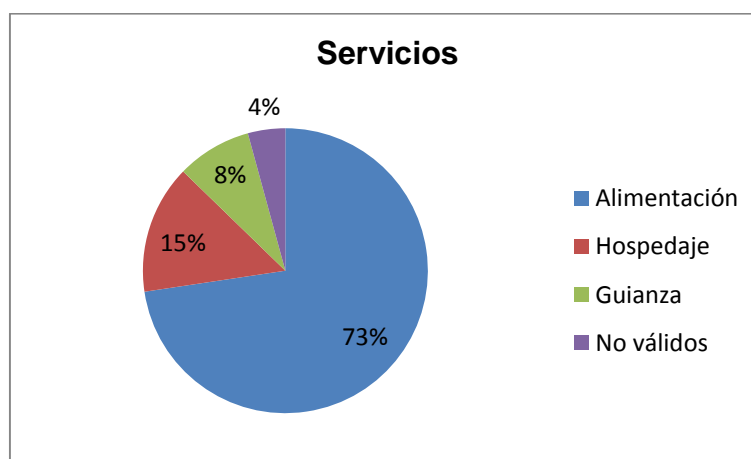
x. ¿Qué tipo de servicios desea que posea el paquete turístico?

**Cuadro 17.** Encuestados: ¿Qué servicios desea que posea el paquete turístico?

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	154	73%
Hospedaje	31	15%
Guianza	18	8%
Nulos	9	4%
$\Sigma$	212	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 10.** Encuestados: ¿Qué servicios desea que posea el paquete turístico?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 73% de los encuestados les gustaría que el paquete turístico tenga el servicio de alimentación, el 15% hospedaje y el 8% guianza.

**Interpretación:** Lo que indica que los turistas encuestados desean que el paquete ofrezcan los servicios de alimentación, hospedaje y guianza, ya que por lógica un paquete incluye estos servicios y al hacerlo se facilita el viaje, al mismo tiempo que se reducen costos en un grupo grande de turistas.

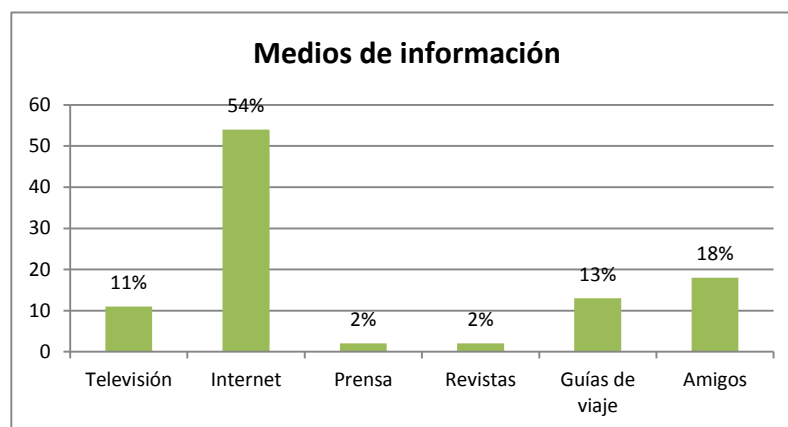
**xi. ¿Cuáles son los medios de información que usted más utiliza para realizar sus viajes?**

**Cuadro 18.** Encuestados: ¿Cuáles son los medios de información que usted más utiliza para realizar sus viajes?

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	28	11%
Internet	135	54%
Prensa	4	2%
Revistas	6	2%
Guías de viaje	33	13%
Amigos	46	18%
$\Sigma$	252	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 11.** Encuestados: ¿Cuáles son los medios de información que usted más utiliza para realizar sus viajes?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 54% de las personas encuestadas se informan antes de desarrollar sus viajes en internet, el 18 % mediante sus amigos, el 13 % lo hacen por medio de guías de viaje, el 11% en la televisión y tanto en la prensa como en revistas el 2%.

**Interpretación:** Lo que indica que la mayoría utiliza como medio de información el internet, debido a que, actualmente constituye el mecanismo de comunicación de mayor uso. Este detalle se deberá considerar al momento de realizar la difusión del producto turístico, puesto que tendrá mayor éxito hacerlo a través del medio mayor usado por los turistas.

### 3) Perfil turistas nacionales

El perfil de los turistas nacionales es el siguiente:

El 45% es de género masculino y el 55% de género femenino, notándose un número mayor de turistas mujeres, las mismas que tendrán preferencia por actividades que involucren creatividad donde impere la destreza sobre la fuerza. El rango de edad que predomina es de 22 a 29 años, lo que indica que son personas jóvenes, con mayor tendencia por tener una experiencia vivencial con interés por conocer las artesanías tradicionales de la ciudad de Riobamba.

El 53% son graduados universitarios, lo que indica que son turistas con un nivel de educación alto, con un pensamiento crítico, por lo que tendrán mayor interés por adquirir conocimientos científicos relacionados con el arte. El 44% viajan con su familia, en grupos de más de 5 personas, que requerirán un viaje organizado con servicios que ofrezcan seguridad y tranquilidad durante la estadía, esta tendencia debido a que el turista ecuatoriano es más hogareño

El gasto promedio diario por persona es de \$100 a \$300, dando un indicio de que son personas con capacidad de gasto.

Tienen mayor preferencia por las siguientes actividades artesanales: 33% escultura, 14% torneado en tagua, 13% bordados, debido a que actualmente son actividades más conocidas en relación a la, elaboración de globos de papel de seda, elaboración de trajes típicos y caretas tienen un 5 % de preferencia, la hojalatería un 4% y el 3% sombrerería, que se han ido perdiendo con el pasar del tiempo.

El 73% prefiere que el viaje tenga una duración de 1 a 2 días, ya que su enfoque es lo artesanal y al ser la ciudad pequeña es suficiente este tiempo para conocerla en este aspecto.

El 73% prefiere que el paquete turístico tenga el servicio de alimentación, ya que por lógica un paquete incluye estos servicios y al hacerlo se facilita el viaje, al mismo tiempo que se reducen costos en un grupo grande de turistas. El 54% se informa para realizar sus viajes por internet, ya que en la actualidad éste constituye el mecanismo de comunicación de mayor uso.

b) **Demanda turistas extranjeros**

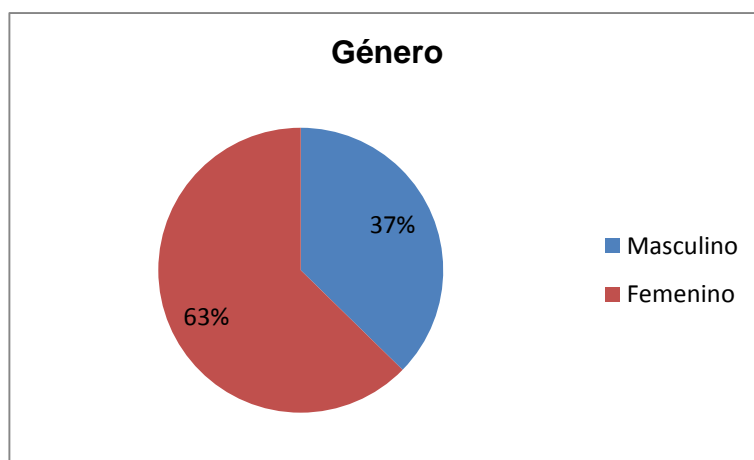
i. **Género**

**Cuadro 19.** Encuestados: Género

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	78	37%
Femenino	131	63%
$\Sigma$	209	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 12.** Encuestados: Género



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

**Análisis:** El 63% de las personas extranjeras encuestadas es de género femenino mientras el 37% lo es de género masculino. Lo que indica una mayor cantidad de turistas mujeres que requerirán actividades que impliquen menor riesgo.

**Interpretación:** Porcentaje que muestra un número mayor de mujeres, con respecto a hombres, por ende las actividades de preferencia serán aquellas que involucren creatividad, donde impere la destreza sobre la fuerza, ya que las mujeres tienen mejor desempeño en actividades que involucren la motricidad fina, es decir aquella destreza por realizar movimientos pequeños y muy precisos.

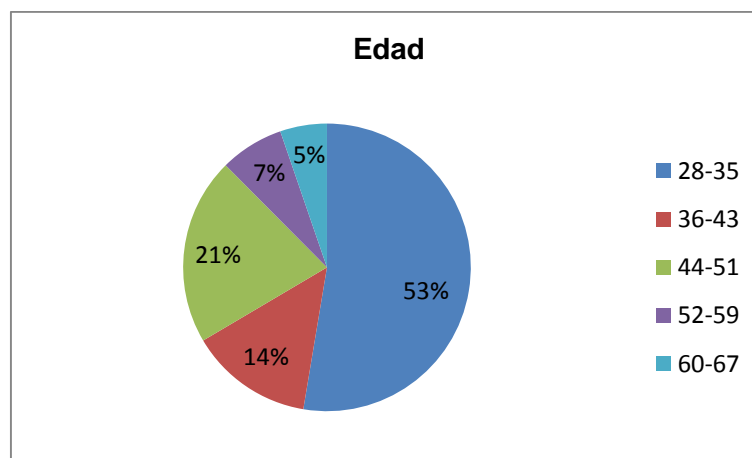
## ii. Edad

**Cuadro 20.** Encuestados: Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
28-35	110	53%
36-43	29	14%
44-51	44	21%
52-59	15	7%
60-67	11	5%
$\Sigma$	209	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 13.** Encuestados: Edad



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El rango de edad de las personas encuestadas oscila entre 28 y 67 años, estando el 53% entre 28 y 35 años, el 21% entre 44 y 51 años, el 14% entre 36 y 43 años, 7% entre 52 y 59 años y el 5% entre 60 y 67. Lo que indica que son personas jóvenes con capacidad de desarrollar cualquier tipo de actividad.

**Interpretación:** Lo que indica que la mayoría de turistas encuestados son jóvenes, con tendencia por tener una experiencia vivencial, con interés por conocer las artesanías tradicionales de la ciudad de Riobamba que los enriquezca culturalmente.

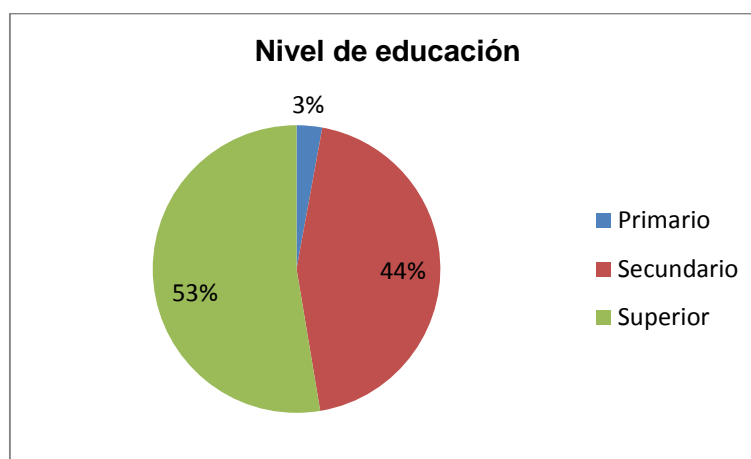
### iii. Nivel de educación

**Cuadro 21.** Encuestados: Nivel de educación

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primario	6	3%
Secundario	93	44%
Superior	110	53%
Σ	209	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 14.** Encuestados: Nivel de educación



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 53% de las personas encuestadas tiene un nivel de educación superior, seguido de un 44% que tiene secundario y el 3% primario. Lo que indica que son personas más preparadas con mayor interés por conocimientos científicos.

**Interpretación:** Lo que indica que la mayoría de turistas encuestados son personas mejor preparadas al tener un nivel de educación alto, poseedoras de un pensamiento crítico, con conocimientos más técnicos, por lo que sus intereses estarán encaminados sobre todo por aspectos científicos, relacionados con el arte esto es: el diseño, la técnica, la pintura.

#### iv. ¿En compañía de quien viaja?

**Cuadro 22.** Encuestados: ¿En compañía de quien viaja?

Acompañantes	Frecuencia	Porcentaje
Solo	9	4%
Pareja	43	21%
Amigos	110	53%
Familia	45	21%
Nulos	2	1%
Σ	209	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 15.** Encuestados: ¿En compañía de quien viaja?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 53% de las personas encuestadas viaja con sus amigos, el 21% con su familia, el 21% con su pareja, mientras que el 4% lo hace solo. Lo que indica que la mayor parte de turistas viaja con amigos.

**Interpretación:** La mayoría de los turistas encuestados viajan con sus amigos, lo que implica que buscarán una experiencia más vivencial, no será primordial si no se les provee un viaje totalmente organizado, pues pueden optar por buscar los servicios que se adapte a sus necesidades a la hora del recorrido.

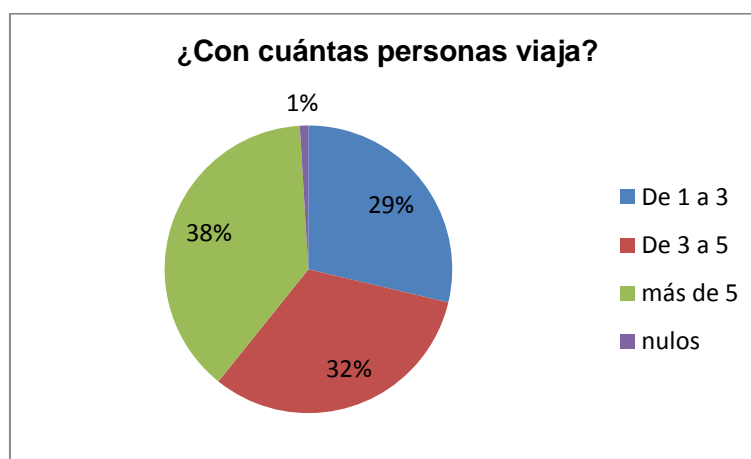
v. **¿Con cuántas personas viaja?**

**Cuadro 23.** Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja?

# Personas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3	60	29%
De 3 a 5	67	32%
más de 5	80	38%
nulos	2	1%
$\Sigma$	209	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 16.** Encuestados: ¿Con cuántas personas viaja?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 38% de las personas encuestadas viaja con un grupo de más de 5 personas, el 32% de 3 a 5 personas y el 29% de 1 a 3 personas.

**Interpretación:** La mayor parte de los turistas viajan en grupos de alrededor de 5 personas, lo que indica que el paquete deberá estar acondicionado para que el turista haga uso de los servicios con este número de personas.



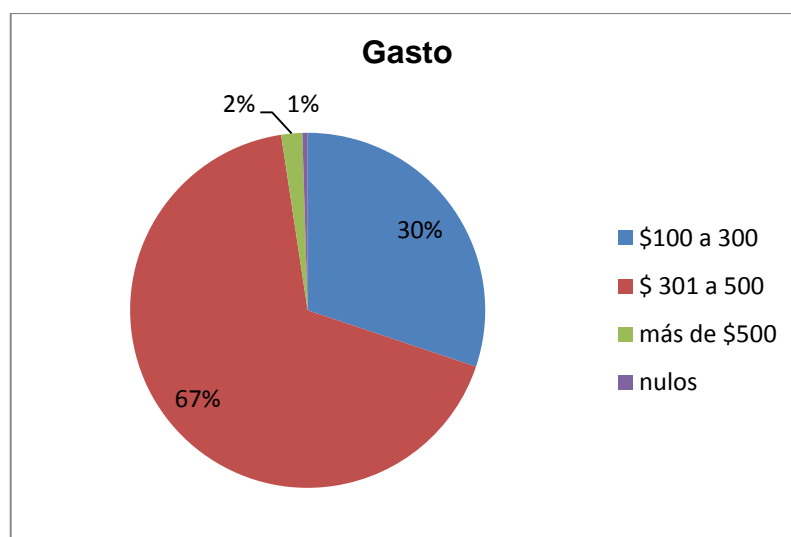
vi. ¿Cuál es el gasto promedio diario por personas cuando viaja?

**Cuadro 24.** Encuestados: ¿Cuál es el gasto promedio diario por persona cuando viaja?

Gasto	Frecuencia	Porcentaje
\$100 a 300	63	29%
\$ 301 a 500	141	66%
más de \$500	4	4%
nulos	1	1%
$\Sigma$	209	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 17.** Encuestados: ¿Cuál es el gasto promedio diario por persona cuando viaja?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 67% de las personas encuestadas gasta diariamente por persona entre \$301 a 500, el 30% de \$100 a 300 y el 2% más de \$500.

**Interpretación:** La mayoría tienen un gasto promedio diario de 301 a 500 dólares, esto quiere decir que son personas con capacidad de gasto, debido tal vez a poseer un empleo estable, lo que indica que para establecerse el valor de los recorridos turísticos se deberá considerar la capacidad de gasto del turista.

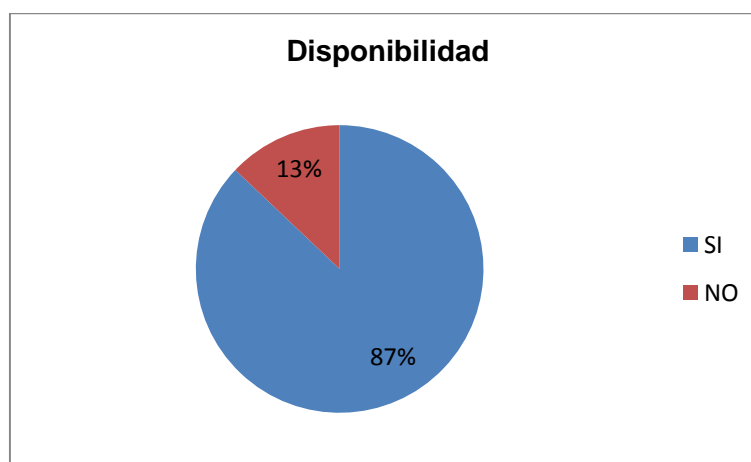
**vii. ¿Le gustaría realizar turismo artesanal por la ciudad de Riobamba?**

Cuadro 25: Encuestados: ¿Le gustaría realizar turismo artesanal por la ciudad de Riobamba?

Disponibilidad	Frecuencia	Porcentaje %
Si	182	87
No	27	13
$\Sigma$	209	100

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 18.** Encuestados: ¿Le gustaría realizar turismo artesanal por la ciudad de Riobamba?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 87% de los turistas muestran una aceptación a realizar turismo artesanal en la ciudad de Riobamba y solo un 13% no muestran esta aceptación.

**Interpretación:** Los turistas extranjeros demostraron interés por conocer la ciudad de Riobamba en el ámbito artesanal, ya que la motivación de su viaje es aprender de otras culturas. Lo que representa que en la ciudad de Riobamba existe potencial turístico en el ámbito artesanal.

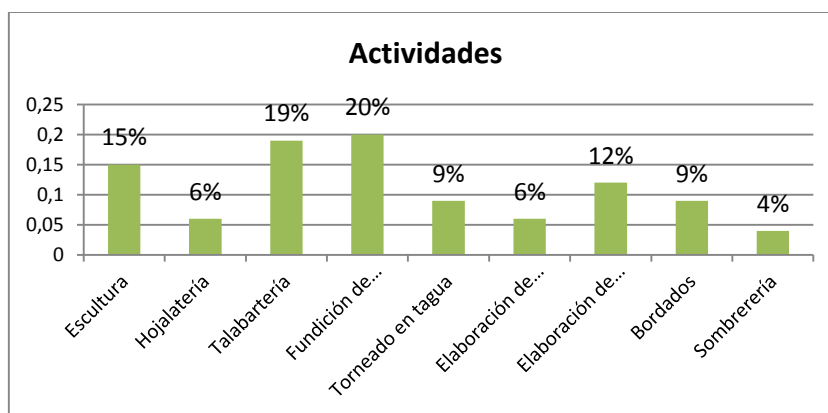
viii. ¿Qué tipo de actividades artesanales le gustaría visitar en Riobamba?

**Cuadro 26.** Encuestados: ¿Qué tipo de actividades artesanales le gustaría visitar en Riobamba?

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Escultura	41	15%
Hojalatería	15	6%
Talabartería	51	19%
Fundición de bronce	54	20%
Torneado en tagua	24	9%
Elaboración de globos de papel de seda	15	6%
Elaboración de trajes típicos y caretas	33	12%
Bordados	25	9%
Sombrerería	12	4%
Σ	270	100%

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 19.** Encuestados: ¿Qué tipo de actividades artesanales le gustaría visitar en Riobamba?



Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 20% de los encuestados prefiere realizar fundición de bronce, el 19% talabartería, el 15% escultura, el 12% elaboración de trajes típicos y caretas, el 9% torneado en tagua, 6% hojalatería, 6% elaboración de globos de papel de seda, el 4% sombrerería.

**Interpretación:** Las actividades mayormente preferidas por los turistas encuestados fueron fundición de bronce, talabartería y escultura, debido a que actualmente son actividades más conocidas, en relación con la hojalatería, elaboración de globos de papel de seda y sombrerería que con el pasar del tiempo se han ido debilitando y perdiendo, siendo este proyecto una oportunidad para revitalizarlos.

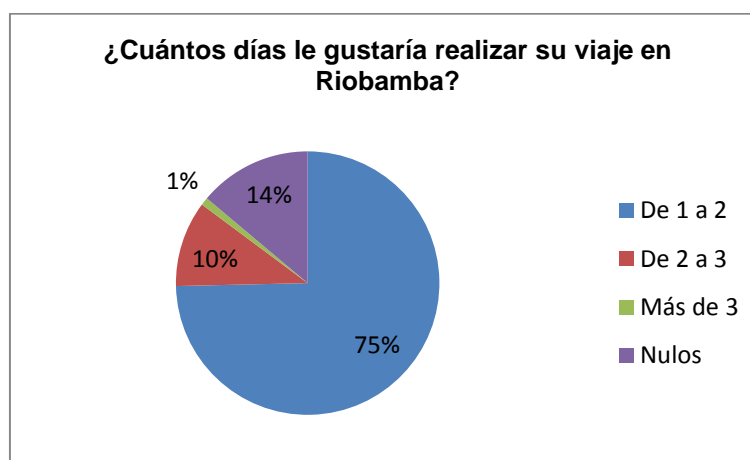
ix. ¿Cuántos días le gustaría realizar su viaje por la ciudad de Riobamba?

**Cuadro 27.** Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría realizar su viaje por la ciudad de Riobamba?

Días	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2	156	75%
De 2 a 3	22	10%
Más de 3	2	1%
Nulos	29	14%
$\Sigma$	209	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 20.** Encuestados: ¿Cuántos días le gustaría realizar su viaje por la ciudad de Riobamba?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 75% de las personas encuestadas les gustaría realizar su viaje de 1 a 2 días, mientras que el 10% de 2 a 3 días y el 1% más de 3 días.

**Interpretación:** La mayoría le gustaría que el viaje en la ciudad de Riobamba tenga una duración máximo de 2 días, esto debido a que su enfoque es del aspecto artesanal, por lo que para conocer la ciudad es suficiente este tiempo al ser la ciudad pequeña.

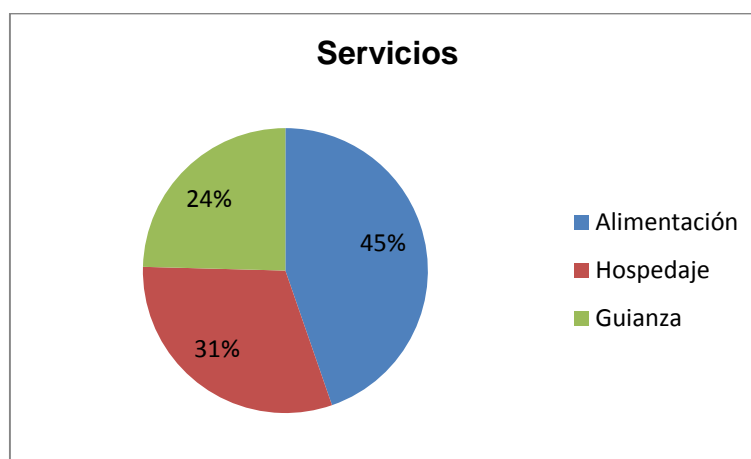
x. ¿Qué tipo de servicios desea que posea el paquete turístico?

**Cuadro 28.** Encuestados: ¿Qué tipo de servicios desea que posea el paquete turístico?

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	80	45%
Hospedaje	55	31%
Guianza	44	24%
$\Sigma$	179	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 21.** Encuestados: ¿Qué tipo de servicios desea que posea el paquete turístico?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 45% de las personas encuestadas desea que el paquete turístico incluya el servicio de alimentación, el 31% de hospedaje mientras que el 24% de guianza.

**Interpretación:** los turistas encuestados desean que el paquete ofrezcan los servicios de alimentación, hospedaje y guianza, ya que por lógica un paquete incluye estos servicios y al hacerlo se facilita el viaje, al mismo tiempo que se reducen costos en un grupo grande de turistas.

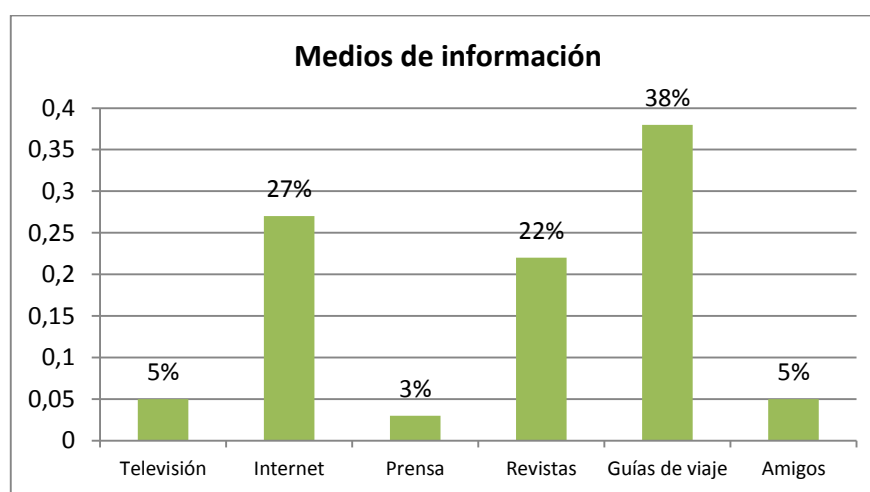
**xi. ¿cuáles son los medios de información que usted más utiliza para realizar sus viajes?**

**Cuadro 29.** Encuestados: ¿Cuáles son los medios de información que usted más utiliza para realizar sus viajes?

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	9	5%
Internet	48	27%
Prensa	6	3%
Revistas	40	22%
Guías de viaje	69	38%
Amigos	8	5%
$\Sigma$	180	100%

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 22.** Encuestados: ¿Cuáles son los medios de información que usted más utiliza para realizar sus viajes?



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** El 38% de las personas encuestadas utiliza guías de viaje para informarse sobre turismo, el 27% lo hace en internet, el 22% en revistas y tanto por amigos como en la televisión el 5%.

**Interpretación:** La mayoría de los turistas indican que el medio de información que más usan al elegir sus destinos de viaje son las guías ya que los turistas extranjeros usan frecuentemente este tipo de medio al viajar, siendo el internet un medio para hacer llegar este tipo de publicidad. Lo que indica que para el proceso de promoción del producto turístico se deberá usar estos medios publicitarios.

#### **4) Perfil del turista extranjero.**

Los turistas extranjeros que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo tienen las siguientes características:

El 63% es de género femenino y el 37 % masculino, por lo que habrá una mayor inclinación por actividades que involucren creatividad, donde impere la destreza sobre la fuerza. El rango de edad oscila entre 28 a 35 años, lo que indica que la mayoría son personas en una edad joven, que preferirán actividades más dinámicas, con interés por conocer las artesanías tradicionales riobambeñas.

El 53% son graduados universitarios, lo que muestra que son turistas más preparados, poseedores de un pensamiento crítico que requerirán información enfocada a temas científicos, relacionados con el arte.

El 53% viaja con sus amigos en grupos de más de 5 personas, no requerirán necesariamente un viaje totalmente organizado, ya que pueden optar por buscar servicios que se adapten a sus necesidades a la hora del recorrido.

El gasto promedio diario por persona es de 301 a 500 dólares, lo que indica que son personas con capacidad de gasto por poseer un empleo estable.

Las actividades mayormente preferidas fueron: 20% fundición de bronce, 19% talabartería, 15% escultura, y las menos preferidas 6% hojalatería, 6% elaboración de globos de papel de seda, 4 % sombrerería, esto debido a que las primeras actualmente son actividades más conocidas en relación con las otras que con el pasar del tiempo se han ido debilitando y perdiendo, siendo este proyecto una oportunidad para revitalizarlos.

El 75% prefiere que el viaje por Riobamba tenga una duración de 1 a 2 días, esto debido a que su enfoque es del aspecto artesanal, por lo que para conocer la ciudad es suficiente este tiempo al ser pequeña.

El 45% quiere que el paquete turístico tenga el servicio de alimentación, el 31% hospedaje y el 24% guianza, ya que por lógica un paquete incluye estos servicios y al hacerlo se facilita el viaje, al mismo tiempo que se reducen costos en un grupo grande de turistas

El 38% se informa antes de realizar sus viajes por guías de viaje, el 27% por internet, ya que los turistas extranjeros usan frecuentemente estos tipos de medios para informarse al viajar, siendo el internet un medio para hacer llegar las guías de viaje.

#### **f. Análisis estratégico de la competencia**

A continuación un análisis descriptivo de oferta de las ciudades consideradas como competencia del producto turístico a elaborar en este proyecto, debido a la cercanía con la ciudad, por ser declaradas ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad (Quito, Cuenca) y por criterios analizados de la demanda de los turistas que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

##### **1) Competencia relevante de las ciudades que ofrecen productos similares**

###### **a) Cuenca**

Según información proporcionada por la Ing. Juana Cordero, asistente del Área Técnica de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, desde el 2006 que inició a funcionar la Fundación, tuvieron entre sus principales objetivos el levantamiento de información turística de la ciudad, quienes en conjunto con el EDEC (Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca), resolvieron crear ofertas turísticas entre estos el de tipo artesanal, la misma que se centra en la promoción de productos artesanales a través de tours por los principales talleres de artesanías, tanto del cantón como del área de influencia. Su alcance geográfico es nacional e internacional con una demanda mayor de turistas de Estados Unidos y Canadá. La Fundación de Turismo de Cuenca sirve de mediadora entre los turistas y los tours operadores, promocionando la oferta ya que son éstas las que comercializan los tours.

Una de las operadoras turísticas que vende tours artesanales es “Expediciones Apullacta”, la misma que presenta oferta de tipo artesanal por medio de una visita a los principales centros artesanales de



la ciudad con actividades en: cerámica, hojalatería, textiles, sombreros de paja toquilla, herrería y galería. La forma de operar el tour es el siguiente:

El recorrido tiene una duración de 8h30 a 18h00

Para acceder a la actividad los turistas deben realizar una reserva por medio del correo electrónico de la operadora turística.

Tiene un precio de \$65 (por persona). Para que se efectúe el tour deben participar mínimo 25 personas a los que se les divide en grupos para las visitas a los talleres artesanales.

Las formas de pago son por medio de: tarjetas de crédito (Visa o Master Card), transferencias bancarias, Wester Union o Money Gram, pago directo en oficinas de la operadora.



**Fotografía 11.** Local de cestería en Cuenca  
**Fuente:** Fundación Municipal de Cuenca



**Fotografía 12.** Taller de alfarería en Cuenca  
**Fuente:** Fundación Municipal de Cuenca

## b) Quito

Según información proporcionada por la Ing. Doris Peñaherrera Jefe de Facilitación Turística de Quito Turismo informa que la ciudad tiene una oferta del tipo artesanal en la calle la Ronda, que es una de las más tradicionales del Centro Histórico de Quito por lo que la Dirección de Turismo, ha desarrollado proyectos productivos que permitan desarrollar y consolidar el rol de la artesanía en la ciudad, para que sea esto un medio que promueva el desarrollo del turismo de Quito, por medio de la revalorización de los oficios artesanales tradicionales. El proyecto “Manos en la Ronda”, inició hace 5 años, el mismo con la iniciativa de Quito Turismo, que busca impulsar el talento de los artesanos, fortaleciendo con esto el turismo de la ciudad. En los locales artesanales no solo se exhiben las artesanías elaboradas sino que además los artesanos muestran el proceso con el que las obtienen.

### c) **Guaranda (Salinas de Guaranda)**

Según información proporcionada por la Lcda. Carmen Gómez, responsable de la oficina de Turismo, la parroquia cuenta con varias microempresas productivas tales como: embutidos, quesos, chocolates, hierbas medicinales y en cuestión a artesanías realizan: hilandería, cestos en paja toquilla y cabuya, así como objetos en tagua, mismos que los elaboran en las comunidades y las comercializan en las tienda comunitaria. Debido a que la parroquia recibe diariamente turistas, el CTC (Centro de turismo comunitario), ofrece tours de observación a las microempresas del lugar, los recorridos son variados dependiendo de los requerimientos, sin embargo actualmente se han venido enfocando en las microempresas y en los atractivos naturales, no cuentan con recorridos por los talleres artesanales exclusivamente, puesto que manifiesta que no ha habido la iniciativa por parte de las autoridades de turismo para realizar un recorrido con características más participativas del turista con respecto a la actividad artesanal, sin embargo si hay la solicitud del turista se puede llegar a desarrollar actividades de éste tipo.

La manera de operar los tours que ofrece el CTC, es por medio del cobro de réditos económicos a los turistas que requieren realizar estos recorridos, ya que al ser una organización comunitaria, la ley los ampara para hacerlo. El valor por la guianza para conocer Salinas de Guaranda es de \$15 por persona. A la parroquia llegan todo tipo de turistas nacionales, extranjeros, estudiantes y voluntarios que trabajan en beneficio del lugar.



**Fotografía 13.** Tienda comunitaria de Salinas de Guaranda

**Fuente:** Gisela Ramos, 2015



**Fotografía 14.** Hilandería en Salinas de Guaranda

**Fuente:** Gisela Ramos, 2015

### d) **Guano**

Según información de Valeria Campaña responsable de la Jefatura de Turismo, Guano cuenta con una gran cantidad de artesanías en hilado, tejido de bayetas, esteras, elaboración de alfombras,

zapatos, marroquinería y picapedreros. Sin embargo no poseen una oferta estructurada para realizar recorridos por los talleres artesanales, sino que las personas llegan sobre todo los fines de semana a los locales comerciales para comprar los productos ya que la ciudad es muy conocida por contar con artesanías de calidad a precios cómodos. Además los días sábados y domingos se desarrollan ferias artesanales en el barrio Rosario.



**Fotografía 15.** Exhibición de artesanías en Guano  
**Fuente:** Gisela Ramos, 2015



**Fotografía 16.** Artesanías de Guano en paja y cerámica.  
**Fuente:** Gisela Ramos, 2015

## 2) Principales elementos del mercado en el que se desarrollará el producto turístico artesanal

### a) Los compradores

Representan los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la provincia de Chimborazo a visitar la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

### b) Los proveedores

Son los prestadores de servicios seleccionados para el producto turístico, de hospedaje: Tren el Dorado (Carabobo 22-35 y 10 de Agosto), Shallom (Av. Daniel León Borja 35-48 y Uruguay), Molino (Duchicela 42-13 y Av. Unidad Nacional), Montecarlos (10 de Agosto 25-41 entre García Moreno y España), Libertador (Av. Daniel León Borja 20-32 y Carabobo) y Río Hotel (Pichincha 22-14 y 10 de Agosto). De alimentación: Delirio (Primera Constituyente 25-15 y Rocafuerte), Rayuela (Av. Daniel León Borja 36-30 y Uruguay), Naranja (Av. Daniel León Borja 36-30 y Uruguay), Don Severín (Colón 22-44 y Primera Constituyente), El Kafesito (Veloz 41-16 y Carlos

Zambrano) y Brother´s café (Av. Daniel León Borja 24-84 y Brasil). De transporte: National travel (Uruguay 28-01 y Ayacucho) e Interangeles (Olmedo 28-57 y Carabobo).

**c) Los competidores.**

Quito y Cuenca son los competidores directos ya que presentan ofertas con características similares al del producto turístico que se busca implementar con este proyecto.

**d) Los sustitutos**

Guaranda posee atractivos artesanales y la iniciativa de realizar tours por las microempresas, además de la apertura para desarrollar recorridos de acuerdo a las solicitudes del turista.

**e) Posibles aspirantes**

Guano ya que al poseer atractivos artesanales pueden llegar a ofrecer recorridos por los talleres artesanales.

**3) Influencias subyacentes de cada fuerza competitiva.**

Los compradores al que se dirigirá el producto turístico es amplio constituyéndose esto en una ventaja, sin embargo ejercerán una influencia fuerte al existir ofertas de atractivos con las características que se pretende establecer con este producto, además de que son ofertas de buena calidad y se encuentran cerca de Riobamba, influyendo los compradores en el poder de negociación de los precios.

Los proveedores del área de alimentación, hospedaje y agencias de viaje por su parte no ejercerán fuerza competitiva fuerte puesto que en la ciudad existe una variedad de oferta en estas áreas, el servicio de transporte pueden llegar a causar influencia mayor puesto al no existir variedad de oferta en éste tipo de servicios turísticos.

Al ser ciudades Patrimonio Cultural, Quito y Cuenca ejercerán influencia al momento de comercializar el producto turístico ya que al presentar ofertas de recorridos turísticos artesanales

con características similares al de este proyecto, tendrán mayor capacidad de atracción del sector turístico.

Los sustitutos en este caso Guaranda ejercerán influencia al presentar una oferta de artesanías y porque es una parroquia conocida por su producción en embutidos, quesos, aceites esenciales, chocolates. Sin embargo el producto que se pretende diseñar tendrá la particularidad de ofrecer al turista una experiencia vivencial, donde éste pueda ser partícipe de la obtención de las artesanías, constituyéndose en el atractivo turístico, además que serán consideradas aquellas artesanías tradicionales de Riobamba. Siendo éstas características un valor agregado.

Posibles aspirantes, en este caso Guano, no tiene un producto ya elaborado pero al contar con atractivos artesanales pueden diseñar una oferta atractiva y ésta podría convertirse en una influencia fuerte para el producto turístico que se busca introducir en el mercado.

#### **4) Para determinar la estructura general de la industria:**

En este punto del análisis estratégico es preciso tomar como referencia a Quito y Cuenca en cuanto a estructuras turísticas que tienen un desarrollo turístico en lo que al área artesanal se refiere.

##### **a) Razones y fuerzas que controlan el nivel de rentabilidad**

###### **i. Quito:**

Realizan una publicidad constante del Proyecto “Manos en la Ronda” por medio de folletería, página web, y *fam trip*.

El trabajo que realizan los artesanos lo hacen bajo estándares de calidad que les impone Quito Turismo para poder laborar en la Ronda, los mismos que son:

- Deben cuidar de la limpieza de los locales y de sus alrededores, creando con ello un ambiente acogedor para los turistas y ciudadanos que acuden al lugar.
- Las personas que atienden en los locales artesanales deben tener una buena presentación, usando vestimentas que no desentonen entre ellos.
- Los productos deben exhibirse limpios.
- No se debe generar ruido que cause malestar en las personas.

- Los artesanos deben cumplir con los horarios mínimos de trabajos establecidos en los contratos de arriendo.
- No pueden desarrollar actividades distintas a las aprobadas en el proyecto.
- Para colocar publicidad exterior deberán solicitar aprobación de Quito Turismo, esto es para garantizar la equidad en todos los locales artesanales, así como la imagen del sector.
- Los artesanos deben disponer de productos suficientes, variados e interesantes expuestos de forma atractiva.
- Los artesanos deben brindar una atención amable a las personas que acuden a los locales, buscando con ello el bienestar de los visitantes.

Si los artesanos no acatan estas disposiciones la empresa de Gestión de Turismo notifica por escrito los incumplimientos. Si estos se vuelven frecuentes y el artesano no toma acciones correctivas, el incumplimiento es denominado de gravedad. Si el local tiene 3 notificaciones de incumplimiento grave Quito Turismo da por terminado el contrato de arrendamiento.

Todas estas disposiciones son controladas actualmente por un técnico de Quito Turismo, hace 3 años cuando inició este proyecto fue más complicado que se cumplan con estas disposiciones, sin embargo actualmente ya existe un compromiso de los artesanos ya que se han dado cuenta de que es un beneficio para ellos el que presten un servicio de calidad ya que con esto atraen mayor cantidad de personas y por ende mejoran sus ventas.

Además Quito Turismo realiza un plan de capacitación anual en donde se exponen temas de acuerdo a las necesidades que se identifican en los artesanos, esto con la finalidad de que se ofrezca un servicio organizado en los locales artesanales.



**Fotografía 17.** La ermita-casa 925.  
Elaboración de objetos en cerámica  
**Fuente:** Colectivos Manos en la Ronda, 2015



**Fotografía 18.** Orfebrería-casa 989  
**Fuente:** Colectivos Manos en la Ronda, 2015

**ii. Cuenca:**

Realiza una promoción de la oferta artesanal por medio de: folletos, *flyeres*, artículos de prensa, publicidad, revistas, y por medio de la página web del Municipio de Cuenca la Fundación de Turismo de Cuenca organiza *fam trips* y *press trips* en la que se incluyen visitas a los talleres artesanales con actores involucrados en el quehacer turístico a nivel nacional e internacional. Realización de ferias de turismo nacional e internacional con los artesanos a fin de que demuestren sus saberes en la elaboración de objetos artesanales.

**iii. Guaranda:**

Guaranda atrae el turismo por el nivel de organización que proyectan a las personas de afuera las mismas que se sienten atraídas por la forma en la que una pequeña parroquia ha abarcado tanta productividad, en cuestión a la promoción y publicidad no cuentan con programas que manejen este aspecto, sin embargo tienen publicidad que les proporciona el Ministerio de Turismo.

Otras de las razones por las que tienen afluencia de turistas es porque se encuentran abiertos a satisfacer sus gustos y necesidades, es decir tienen la capacidad de realizar recorridos de cualquier tipo si es que así lo solicitan, así como cuentan con los servicios necesarios para que el turista pueda tener una estadía placentera en el lugar.

**5) Rentabilidad de la operación de la oferta turística de la competencia.**

**a) Quito:** La calle la Ronda ocupa el cuarto lugar en sitios más visitados en Quito (8,1%).

El último registro de ingreso de turistas (2014) fue de 21821, los mismos que tiene un gasto promedio de \$492, lo que equivale a que se produce un ingreso económico en la ciudad de \$869364, producto de turismo de la calle la Ronda.

**b) Cuenca:** para la ciudad de Cuenca el implemento de la ruta turística artesanal ha traído beneficios relacionados con la satisfacción de los turistas, al recibir una mejor diversificación de la oferta turística y por ende mayores opciones de visita, al mismo tiempo que contribuye a mejorar las condiciones económicas de los artesanos.

La Fundación de Turismo de Cuenca no posee una cifra exacta del ingreso de turistas por las actividades artesanales, lo que tienen es el número total de turistas que ingresan en el año que son 14300, los mismos que llegan al Itur para conocer la ciudad y piden que la oferta tenga visitas artesanales. De acuerdo a encuestas que las han realizado a los turistas que ingresan al Itur, éstos tienen un promedio de gasto en Cuenca alrededor de \$ 450 lo que equivale a que la ciudad tiene un ingreso económico por el tema turístico de aproximadamente de \$6435000, en donde la actividad artesanal contribuye a fomentar estos ingresos.

**6) Cambios recientes de cada fuerza competitiva tanto positivos como negativos.**

En Quito y su proyecto Manos en la Ronda, se ha producido cambios positivos en lo que tiene que ver con la colaboración de los artesanos que prestan un mejor servicio pues han comprendido que el beneficio es para ellos mismo.

Cuenca el cambio que ha tenido últimamente por parte de los clientes es que piden productos artesanales más originales, que no impliquen un problema para trasladarlos y que sean amigables con el ambiente.

**g. Confrontación oferta vs demanda**

Para la oferta se consideró la información proporcionada por la Dirección de Turismo de las ciudades de Quito y Cuenca que presentan una oferta turística con similares características del producto que se diseñará: Cuenca recibió en el año 2014 (14300 turistas) y Quito en el año 2014 (21821 turistas).

Para la demanda se tomó, los datos correspondientes al ingreso de turistas nacionales (60062) y extranjeros (11168) a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

A partir de ello la confrontación de la oferta vs demanda se detalla en el siguiente cuadro:



**Cuadro 30.** Confrontación oferta vs demanda. Mercado nacional

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda potencial (95% aceptación)</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Promedio de crecimiento (%)</b>
2014	36121	60062	-	-	-
2015	38649	64266	-	-	-
2016	44249	73578	69899	25650	0
2017	54206	90136	85629	31423	57,73
2018	71053	118150	112242	41189	97,66
2019	99655	165711	157425	57770	165,81
2020	149555	248688	236254	86699	288,29

**Fuente:** MAE y Dirección de Turismo de Cuenca y Quito

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Cuadro 31.** Confrontación oferta vs demanda. Mercado extranjero

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda potencial (87% aceptación)</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Promedio de crecimiento (%)</b>
2014	36121	11168	9716	-26405	0
2015	38649	11950	10397	-28252	-18,47
2016	44249	13682	11903	-32346	-41
2017	54206	16761	14582	-39624	-74
2018	71053	21970	19113	-51940	-123
2019	99655	30814	26808	-72847	-209
2020	149555	46244	40232	-10932	

**Fuente:** MAE, Dirección de Turismo de Cuenca y Quito

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** a partir de la confrontación oferta vs demanda se pudo definir el número de turistas que se pueden captar para promoción del producto turístico artesanal, marcando como resultado cifras positiva en el mercado nacional lo que representa una demanda favorable para aplicar el proyecto, mientras que la demanda insatisfecha del mercado extranjero resulta negativo lo que indica que no es favorable la aplicación del proyecto para este mercado.

**Cuadro 32.** Demanda objetivo

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha (mercado nacional)</b>	<b>Demanda objetivo (16%)</b>
2014	20938	3350
2015	22404	3585
2016	25650	4104
2017	31423	5028
2018	41189	6590
2019	57770	9243
2020	86699	8670

**Fuente:** MAE y Dirección de Turismo de Cuenca - Quito  
**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

#### **h. Desarrollo de análisis FODA**

Mediante un taller participativo con los artesanos se pudo identificar elementos que forman parte del análisis FODA, que a continuación se detalla:

**Cuadro 33.** Resultado del análisis FODA de la situación turística artesanal de Riobamba.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Conservación de la tradición de elaborar artesanías a través del tiempo	Interés de la Dirección de Turismo del GAD Municipal por fortalecer el sector artesanal	Ineficiente organización de los artesanos	Crisis económica y por ende disminución de viajes
Talento y habilidad de las personas que practican el arte	Existencia de nuevos proyectos en el país para revitalizar el patrimonio cultural	Escasez de material en Riobamba y de mala calidad para elaborar las artesanías, por lo que tienen que adquirirlo en otras ciudades	Desacuerdos políticos que impiden que se fortalezca el turismo
Orgullo que sienten los artesanos por realizar su actividad	El sector artesanal está considerado en el país como de importancia económica y social para el país pues permite preservar la	Escasez de promoción y difusión	Inestabilidad social, económica y política en el país.

	cultura generando ingreso de divisas		
Existencia de microempresas que desarrollan actividades artesanales	Desarrollo de un producto turístico para el beneficio del sector artesanal.	Inadecuado mercado artesanal	
Disponibilidad de créditos productivos para los artesanos	Apoyo del Mintur Coordinadora Zonal 3, al desarrollo de este producto turístico artesanal	Desconocimiento del arte por parte de la ciudadanía	
Elaboración de productos de calidad y a precios accesibles.	Aceptación de los turistas por este producto turístico artesanal		

**Fuente:** taller participativo con los artesanos

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

## i. Resultados de encuestas a los artesanos

### 1) Resultados

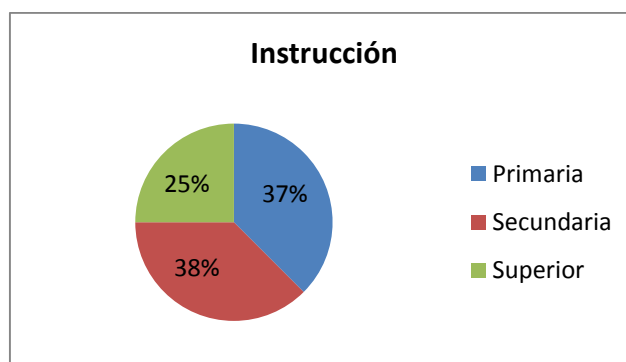
De las 16 encuestas aplicadas en el taller participativo a los artesanos se obtuvo los siguientes resultados. La encuesta aplicada a los artesanos se encuentran en el anexo 7

#### a) Instrucción

**Cuadro 34.** Instrucción de los artesanos

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	6	37%
Secundaria	6	38%
Superior	4	25%
<b>Σ</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

**Gráfico 23.** Frecuencia de instrucción de los artesanos

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

**Análisis:** de las 16 encuestas aplicadas se establece que el 37% de los artesanos tienen educación primaria, el 38% secundaria y el 25% superior.

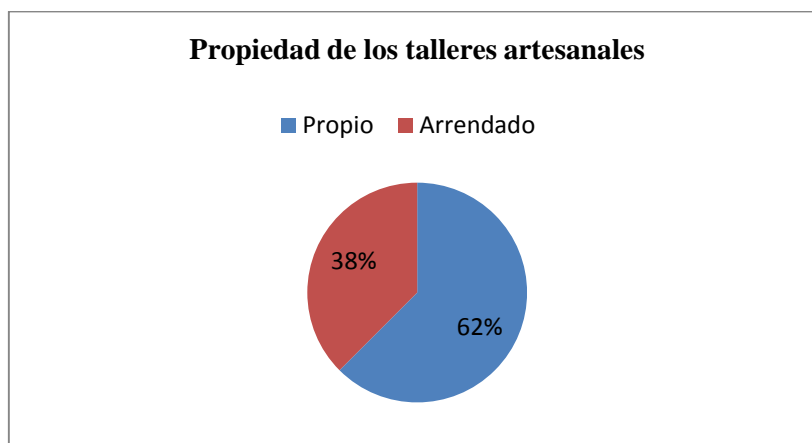
**Interpretación:** la mayoría de los artesanos encuestados tienen una educación básica por lo que es necesario se imparta una capacitación bastante explícita para que comprendan lo que se pretende alcanzar con este proyecto, ya que ellos deben poseer un conocimiento muy básico del área turística, y al tener un papel crucial en el desarrollo de este producto turístico es indispensable se encuentren preparados para atraer al turista con una actividad artesanal organizada.

#### b) Propiedad de talleres artesanales.

**Cuadro 35.** Propiedad de talleres artesanales.

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Propio	10	62%
Arrendado	6	38%
<b>Σ</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

**Gráfico 24.** Frecuencia de propiedad de talleres artesanales

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015..

**Análisis:** De las 16 encuestas aplicadas, el 64% cuentan con un taller propio mientras que el 38% lo arriendan.

**Interpretación:** Lo que indica que la mayor parte es propietario del local donde funciona el taller artesanal, información necesaria ya que muestra que si es factible desarrollar adecuaciones en los talleres, puesto que si un artesano es dueño del local podrá tomar decisiones para realizar cualquier actividad en el lugar.

### c) Servicios básicos

De los artesanos encuestados todos poseen luz, agua y teléfono, dos de ellos no poseen servicio telefónico. Esta información es importante puesto que, los turistas permanecerán en cada local artesanal mientras dure la demostración y exhibición de las artesanías y será necesario que los talleres cuenten con los servicios básicos para que se pueda satisfacer las necesidades que se presenten en los turistas.

**d) Predisposición de participar en la ruta turística artesanal**

**Cuadro 36.** Predisposición de los artesanos por participar en la ruta turística artesanal

Predisposición	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	75%
No	4	25%
$\Sigma$	<b>16</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gisela Ramos.

**Gráfico 25.** Predisposición de los artesanos por participar en la ruta turística artesanal



Elaborado por: Gisela Ramos.

**Análisis:** El 75% de los artesanos contestaron que sí quieren participar del producto turístico artesanal y el 25% dijeron que no.

**Interpretación:** lo que demuestra que existe una buena aceptación por el proyecto, siendo esto un factor beneficioso para su desarrollo, ya que, depende de la contribución de los artesanos para que el producto turístico artesanal tenga éxito.

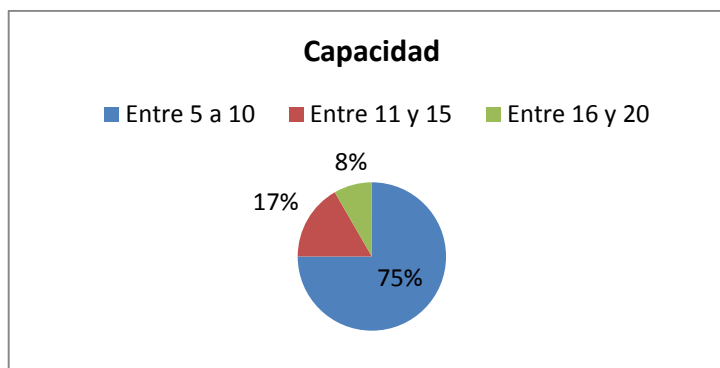
**e) Capacidad de personas en los locales artesanales**

**Cuadro 37.** Capacidad de personas en los locales artesanales.

Capacidad	Frecuencia	Porcentaje
Entre 5 a 10	9	75%
Entre 11 y 15	2	17%
Entre 16 y 20	1	8%
$\Sigma$	12	100%

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

**Gráfico 26.** Capacidad de personas en los locales artesanales.



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**Análisis:** el 75% de los talleres artesanales tienen capacidad para 5 a 10 personas, el 17% entre 11 a 15 personas y el 8% entre 16 y 20 personas.

**Interpretación:** Lo que indica que los locales artesanales no tienen mucha capacidad para ingreso de los turistas, por lo que el número de personas que se establezca para el recorrido deberá ser de acuerdo a este factor de capacidad.

## **B. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO ARTESANAL**

### **1. Definición del producto turístico artesanal**

Para el diseño del producto turístico artesanal, se identificaron atractivos que permitirán la constitución de una ruta turística artesanal, para su estructura se considera los resultados obtenidos en el estudio de mercado y aquellos atractivos pertenecientes a artesanos que muestran predisposición a formar parte de esta ruta turística.

El producto turístico artesanal tiene las siguientes características:

**Modalidad:** cultural

**Dificultad del recorrido:** fácil (por la zona urbana de Riobamba).

**Duración:** entre 1 y 2 días

**Número de personas:** entre 10 a 15 personas.

## 2. Objetivos del producto turístico artesanal.

El producto turístico artesanal tiene la finalidad de fortalecer la actividad que desarrollan varios artesanos de Riobamba, que con su trabajo identifican a la ciudad, dándoles oportunidades de dar a conocer su actividad y logrando con ello:

- Fomentar la identidad cultural
- Aportar con actividades para el sector turístico
- Dinamizar la economía del sector artesanal
- Incrementar la difusión de la actividad cultural

## 3. Caracterización de la planta turística existente.

En base a información secundaria y referencias personales se procedió a caracterizar los establecimientos que pueden ser incorporados como parte de la oferta del producto turístico, se consideraron los siguientes establecimientos turísticos por encontrarse en la zona céntrica de la ciudad de Riobamba, esto por la facilidad de desplazamiento ya que la mayor parte del recorrido será caminando en 2 opciones de paquetes turísticos. Otros de los aspectos que se consideran son buena atención y agradable presentación del establecimiento turístico. Para ello se elaboró la siguiente ficha en donde se detallan la información de los establecimientos turísticos:

**Cuadro 38.** Caracterización de la planta turística

Nombre	Dirección	Teléfono	Servicios	Precios
<b>Hospedaje</b>				
Hostal Tren Dorado	Carabobo 25-32 y 10 de Agosto	2964 890 0979435244	Cafetería ofrece desayuno tipo buffet Internet Tv cable Baño privado	Habitación (hab) matrimonial, SGL= \$ 20,16 por persona DBL, TPL= \$16,80 por persona \$3 desayuno



Hotel Shalom	Av. Daniel León Borja 35-48 y Uruguay	2940 814	Señal Direct Tv Wi Fi Garage Baño privado	Hab SGL= \$35 Hab DBL= \$25 Hab TPL= \$ 25 (por persona incluyen IVA y desayuno)
Hotel Molino	Duchicela 15-28 y Unidad Nacional	2944962	Restaurant-cafetería Internet Baño privado	Hab SGL=61 DBL= 48,94 TPL= 39 (Por persona, incluye IVA y desayuno)
Hostal Montecarlos	10 de Agosto 25-41 entre García Moreno y España	2953204 2961577	Tv cable y teléfono en cada habitación internet Restaurant-cafetería Baño privado	Hab. SGL=\$25 DBL= \$19,52 TPL= \$15,86 (precio por persona, incluye IVA) Desayuno americano \$4
Hotel el Libertador	Av. Daniel León Borja 27.-32 y Carabobo	2964793 2964116	Teléfono y Tv cable en cada habitación Baño privado	SGL= 22,40 DBL= 16,80 TPL= 15 (precio por persona, incluye IVA)
Hotel Rio	Pichincha 12-31 y 10 de Agosto	2968 157	Baño privado Internet Tv cable Garage	SGL= \$20 DBL O TPL= \$15 (Cada 12 pax gratis un hospedaje)
<b>Alimentación</b>				
Restaurant Delirio	Primera Constituyente 28-16 y Rocafuerte	2966441	Almuerzo= entrada+sopa+plato fuerte+jugo+postre  Platos a la carta	De lunes a viernes almuerzo \$7 Fines de semana \$8

Restaurant Rayuela	Av. Daniel León Borja 20-14 y Uruguay	2968237	Almuerzo= sopa+plato fuerte+jugo+postre  Platos a la carta	Almuerzo \$3,50
Restaurant Naranjo	Av. Daniel León Borja 12-18 y Uruguay	2960622	Almuerzo= sopa+plato fuerte+jugo+postre	Almuerzo de martes a viernes= \$3,50 Sábado= \$4 Domingo=\$4,50 o con yahuarlocro \$6 (caracterizado por ofrecer menús nutritivos)
Restaurant Don Severín	Colón 14-22 entre 10 de Agosto y Primera Constituyente	2944516	Almuerzos tipo buffet	Almuerzo =\$4
Bonanza	Av. Daniel León Borja 17-25 y Duchicela	2943750	Almuerzos con la especialidad de la casa los asados	Almuerzo \$3,50
Brother's Café	Av. Daniel León 14-22 y Brasil	2961730	Cafetería que atiende menús especiales todo el día	Café+ tostada =\$3 Waffles o hamburguesas \$6
Cafetería el Kfesito	10 de Agosto 18-22 y España	S/N	Cafés, tostadas, sandwiches, pasteles.empanadas	Café+ sanduche o empanada (pollo o carne)= \$4
<b>Transporte</b>				
National travel c.a	Uruguay 17-25 y Ayacucho	2968 373	2 buses de 48 pax  4 furgonetas de 16 pax	Furgoneta para 16 pax=\$40 (4 horas)
Interangeles tours	Olmedo 27-30 y Carabobo	2940 568	2 furgonetas de 20 pax  1 microbus de 33 pax  Asientos reclinables y circuito de Tv/Dvd/Audio	Furgoneta de 20 pax= \$180 (todo el día)  Furgoneta de 20 pax = \$80 (4 horas)  Microbus de 33 pax= \$100 (4 horas)  Se considera el

				precio con el servicio dentro de la ciudad
Rioempres Tours	Av. Canónigo Ramos y Teófilo Sáenz Edificio LUXOR (Diagonal al parque Sesquicentenario)	260 0995 096 906 2539	6 Microbus de 26 pax con: Aire acondicionado / Asientos reclinables /Cinturones de seguridad individuales /Televisor/ DVD /Radio	\$110 (por 4 horas dentro de la ciudad)

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

**SGL:** simple -**DBL:** doble -**TPL:** triple

#### **4. Propuesta de empaquetamiento**

Conforme a la planta turística disponible, los atractivos artesanales investigados y que tienen la aceptación de los artesanos para formar parte del producto turístico artesanal se establecieron los siguientes paquetes turísticos.

##### **a. Paquete turístico artesanal N. 1**

##### **1) Características generales del paquete turístico**

**Nombre del paquete:** Arte y color

**Duración:** dos días una noche

**Modalidad:** cultura

**Tiempo de actividades:** día 1 de 9:30 am a 17:30 del día 2

**Tiempo total:** 32 horas

**Dificultad:** fácil

**Recorrido:** zona urbana de Riobamba.

**Número de personas:** grupo desde 10 hasta 15 personas.

2) Mapa del paquete turístico N. 1

Mapa 2. Mapa de recorrido del paquete turístico N. 1



Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

### 3) Itinerario técnico del paquete turístico N°1

Debido a que este proyecto es desarrollado en conjunto con la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba, se elaboraron dos opciones del paquete turístico N. 1, ya que la Institución desea que el turista que visite Riobamba conozca la ciudad y lo que requieren es que el recorrido en su mayor parte se lo haga con movilización en caminata, la otra opción se la realiza para aquellos turistas que no deseen caminar todo el tiempo.

#### a) Arte y Color opción A

**Cuadro 39.** Itinerario técnico del paquete turístico N. 1, opción A

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
<b>Día 1</b>		
09:30	Encuentro en el Parque Sucre, charla introductoria de bienvenida y ubicación del equipaje en el bus de recorrido.	Parque Sucre
10:00	Inicio del recorrido hacia el taller de elaboración de sombreros del Sr. Segundo Vilema (Colón 16-33 y Veloz)	Parque Sucre
11:30	Traslado al taller de talabartería del Sr. Segundo Choto (Veloz 31-20 y Juan de Velasco)	Taller de sombreros
13:00	Traslado al restaurant Delirio (Primera Constituyente 28-16 y Rocafuerte)	Taller de talabartería
15:00	Traslado al taller de esculturas del Sr. Xavier Lliguín (Olmedo 14-27 entre 5 de Junio y Tarqui)	Restaurant Delirio
16:45	Traslado al taller de bordados de la Sra. Mercedes Coello (Guayaquil 27-35 y Pichincha)	Taller de esculturas
18:30	Traslado a la Cafetería Brother's café para la merienda (Av. Daniel León Borja 14-22 y Brasil)	Taller de bordados
20:30	Check in en el Hotel Shalom (Av. Daniel León Borja 35-48 y Uruguay)	Hotel Shalom
<b>Día 2</b>		
08:30	Desayuno en el Hotel Shalom	Hotel Shalom
09:30	Traslado al taller de elaboración de artesanías en madera y tagua del Sr. Segundo Pilco (Chile 26-24 y García Moreno)	Hotel Shalom
11:30	Traslado al taller de elaboración de trajes típicos de la Sra. Matilde Ríos (García Moreno 17-18 y Colombia)	Taller de artesanías en madera y tagua
13:00	Traslado al Restaurant Naranja (Av. Daniel León Borja 12-18 y Uruguay)	Taller de trajes típicos
14:30	Traslado al taller de elaboración de objetos en bronce	Restaurant Naranja

17:00	Traslado al Parque Sucre.	Taller de objetos de bronce
17:30	Despedida y fin del recorrido	Parque Sucre

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

## b) Arte y Color opción B

**Análisis de riesgo.-** En el barrio Santa Rosa es necesario que exista un mayor cuidado por parte de los turistas ya que existe mayor delincuencia, sin embargo debido a que el tour se lo realizará en tempranas horas no existirá riesgos mayores, además que el recorrido no solo será por este sector sino por el Centro Histórico donde hay mayor resguardo del Municipio de la ciudad. El tráfico es otro peligro ya que al ser un sector céntrico de la ciudad existen mayor afluencia de personas y carros sobre todo en horas pico esto es a las 7 a 8 am y de 12 a 13 pm, sin embargo el recorrido será en indistintas horas. Los turistas cuentan con los guías quienes tendrán la responsabilidad de mantener el orden en el recorrido.

**Cuadro 40.** Itinerario técnico del paquete turístico N.1, opción B

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
<b>Día 1</b>		
08:00	Encuentro en el Parque Sucre, charla introductoria de bienvenida y salida al Hostal Montecarlos	Parque Sucre
08:45	Check in en el Hostal Montecarlos (10 de Agosto 15-28 y García Moreno) y desayuno de bienvenida.	Hostal Montecarlos
10:00	Traslado al taller de elaboración de sombreros del Sr. Segundo Vilema (Colón 16-33 y Veloz)	Hostal Montecarlos
11:30	Traslado al taller de talabartería del Sr. Segundo Choto (Veloz 31-20 y Juan de Velasco)	Taller de sombreros
13:00	Traslado al Restaurant Don Severín para el almuerzo (Colón 14-22 y Primera Constituyente)	Taller de talabartería
15:00	Traslado al taller de esculturas del Sr. Xavier Lliguín (Olmedo 14-27 entre 5 de Junio y Tarqui)	Restaurant Don Severín
16:45	Traslado al taller de bordados de la Sra. Mercedes Coello (Guayaquil 27-35 y Pichincha)	Taller de esculturas
18:30	Traslado a la Cafetería Kafesito (10 de Agosto 18-22 y España)	Taller de bordados
20:30	Hospedaje en el Hostal Montecarlo (10 de Agosto 25-41 entre García Moreno y España).	Hostal Montecarlo
<b>Día 2</b>		
08:30	Desayuno en el Hostal Montecarlo	Hostal Montecarlo
09:30	Inicio del segundo día de recorrido. Salida al taller de elaboración de artesanías en madera y tagua del Sr. Segundo Pilco (Chile 26-24 y García Moreno)	Hostal Montecarlo
11:30	Traslado al taller de elaboración de trajes típicos de la Sra. Matilde Ríos (García Moreno 17-18 y	Taller de elaboración de artesanías en madera y tagua

	Colombia).	
12:50	Traslado al Restaurant Naranjo (Av. Daniel León Borja 12-18 y Brasil).	Taller de elaboración de trajes típicos
14:30	Traslado al taller de elaboración de objetos en bronce del Sr. Carlos Ruiz (Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco Contreras).	Restaurant Naranjo
17:00	Traslado al Parque Sucre.	Taller de objetos de bronce
17:30	Despedida y fin del recorrido	Parque Sucre

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

#### 4) Itinerario comercial del paquete turístico N. 1

##### a) Arte y Color opción A

#### **ARTE Y COLOR precio sugerido \$137,19**

Salida: 9:30 am Duración: 2 días /1 noche

Altitud: 2754 msnm

El tour artesanal inicia en el Parque Sucre, donde tendrá lugar las palabras de bienvenida por parte del guía. Usted podrá admirar en el centro de este parque la pileta de Neptuno, misma que fue construida por instalación del agua potable, al fondo podrá apreciar una de las monumentales obras arquitectónicas que conforman el Patrimonio Artístico Nacional, el Colegio Maldonado.

El recorrido inicia en el taller de elaboración de **sombreros**, práctica tradicional en la ciudad, puesto que hace 80 años aproximadamente las clases sociales se imponían en Riobamba, siendo el sombrero un distintivo de la vestimenta del orden social alto, el taller de visita pertenece al Sr. Segundo Vilema ubicado en las calles Colón 16-33 y Veloz, aquí usted podrá observar diferentes tipos de sombreros tradicionales de la ciudad y provincia, escuchar un breve relato de la historia de estas artesanías, así como también participar en el proceso de obtención de los mismos.

La siguiente visita será al taller de **talabartería**, oficio característico de la ciudad debido a la concentración de grandes propiedades ganaderas en la provincia de Chimborazo, donde el caballo ha sido utilizado como medio de transporte, siendo los objetos elaborados en la talabartería muy utilizados, con el paso del tiempo se ha dejado de usar estos objetos. El propietario del taller de visita es el Sr. Segundo Choto ubicado en las calles Veloz 31-20 y Juan de Velasco, lugar donde



podrá encontrar objetos elaborados en cuero que son usados por jinetes, además presenciar el procedimiento de tratamiento del cuero y tomar fotografías.

A continuación tiene lugar el almuerzo en el Restaurant Delirio (Primera Constituyente 28-16 y Rocafuerte), donde podrá degustar de un exquisito menú.

Por la tarde tendrá lugar la visita al taller de **esculturas**, realización característica en Riobamba, debido a que la ciudad tiene una gran devoción católica, siendo este arte una expresión de su inclinación por esta religión, el Sr. Xavier Lliguín es el propietario del taller de esculturas a visitar el mismo que está ubicado en las calles Olmedo 14-27 entre 5 de Junio y Tarqui, lugar donde podrá observar las técnicas del moldeado de materiales para la obtención de figuras, darle color, escuchar un relato de la historia de este arte y si desea tomar fotografías.

El siguiente taller artesanal de visita es el de **bordados**, tradicional en Riobamba al igual que el anterior por la devoción católica, el taller pertenece a la Sra. Mercedes Coello, ubicado en la Guayaquil 27-35 y Pichincha, los bordados son artesanías plasmadas en prendas para esculturas religiosas, usted podrá conocer sobre el amplio espíritu católico que caracteriza a la ciudad, aprender la forma artesanal de realización, así como llevar fotografías para el recuerdo.

Luego de un día lleno de emocionantes visitas artesanales tiene lugar la merienda en la Cafetería Brother's Café (Av. Daniel León Borja 14-22 y Brasil), para luego hospedarse en el Hotel Shallom.

El día 2 inicia con el desayuno en el Hotel Shallom (Av. Daniel León Borja 35-48 y Uruguay), para luego trasladarse al taller de elaboración de **objetos hechos en madera** del Sr. Segundo Pilco ubicado en las calles Chile 26-24 y García Moreno, donde podrá presenciar el proceso de torneado de la madera, la exhibición de una variedad de pequeños artículos para el uso diario: cucharas, tablas de picar, bolillos, ablandadores, etc, adornos como floreros, vasijas así como trompos que son objetos que sirven para la práctica del juego tradicional del mismo nombre.

La siguiente visita será al taller donde las prendas que realizan los artesanos, están relacionadas con el esplendor de las fiestas, esto es la elaboración de **trajes típicos**, de la Sra. Matilde Ríos ubicado en las calles García Moreno 17-18 y Colombia, donde usted podrá conocer los personajes tradicionales de las fiestas de la ciudad así como también observar el proceso para su obtención. Para continuar

con este recorrido tiene lugar el almuerzo en el Restaurant Naranja (A. Daniel León Borja 12-18 y Uruguay), junto con un pequeño descanso.

El último lugar de visita será al taller de **objetos de bronce**, artesanías características en Riobamba desde la época republicana donde la ciudad fue habitada por personas de poder económico, siendo el uso de objetos de bronce un lujo, por lo que fueron muy utilizados en esa época. El Sr. Carlos Ruiz es el propietario del local artesanal a visitar ubicado en la Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco Contreras, donde podrá apreciar de un laborioso trabajo con el que los artesanos obtienen las artesanías, elaborar un objeto de bronce, escuchar un relato histórico del arte y si gusta tomar fotografías. La culminación de este recorrido es en el Parque Sucre..

Entonces ya lo sabe si desea ser partícipe de la tradición y el arte riobambeño no dude en visitar la ciudad que lo esperará con los brazos abiertos.

**b) Arte y color opción B.**

**ARTE Y COLOR precio sugerido \$64,10**

Salida: 8:00 am Duración: 2 día /1 noche

Altitud: 2754 msnm

El recorrido inicia en el Parque Sucre, donde usted podrá admirar en su centro la pileta de Neptuno y en el fondo del parque podrá apreciar una de las monumentales obras arquitectónicas que conforman el Patrimonio Artístico Nacional, el Colegio Maldonado.

A continuación check in en el Hostal Montecarlos (10 de Agosto 25-41 entre García Moreno y España), desayuno de bienvenida.

La primera visita se lo hará al taller artesanal de elaboración de **sombreros**, práctica que es tradicional en la ciudad, puesto que hace 80 años aproximadamente las clases sociales se imponían en Riobamba, siendo el sombrero un distintivo de la vestimenta del orden social alto, el taller de visita pertenece al Sr. Segundo Vilema ubicado en las calles Colón 16-33 y Veloz donde podrá

observar diferentes tipos de sombreros tradicionales en la ciudad y provincia, escuchar un breve relato de su historia, así como también su forma de elaboración.

A continuación la visita será al taller de **talabartería**, oficio característico de la ciudad debido a la concentración de grandes propiedades ganaderas en la provincia de Chimborazo, donde el caballo fue utilizado como medio de transporte, siendo los objetos elaborados en la talabartería muy utilizados, con el paso del tiempo se ha dejado de utilizar estos objetos, el propietario del taller de visita es el del Sr. Segundo Choto ubicado en las calles Veloz 31-20 y Juan de Velasco, donde podrá encontrar objetos elaborados en cuero que son usados por jinetes, podrá presenciar el procedimiento de tratamiento del cuero, así como también ser partícipe de este proceso y tomar fotografías.

Después de estas interesantes experiencias vivenciales tiene lugar el almuerzo en el Restaurant Don Severin ubicado en las calles Colón 14-22 y 10 de Agosto.

Por la tarde corresponde la visita al taller de esculturas, realización característica en Riobamba, debido a que la ciudad tiene una gran devoción católica siendo este arte una expresión de su inclinación por la religión, el Sr. Xavier Lliguín es el propietario del taller a visitar, ubicado en las calles Olmedo 14-27 entre 5 de Junio y Tarqui, donde podrá observar las técnicas del moldeado de materiales para la obtención de figuras, darle color, escuchar un relato de la historia de este arte y si desea tomar fotografías.

El siguiente lugar a visitar será el taller de **bordados**, práctica tradicional en Riobamba al igual que el anterior por la devoción católica, el taller pertenece a la Sra. Mercedes Coello ubicado en las calles Guayaquil 27-35 y Pichincha, lugar donde se exhiben prendas para esculturas religiosas con bordados de carácter religioso, usted podrá conocer sobre el amplio espíritu católico que caracteriza a la ciudad, aprender la forma artesanal de realización, así como llevar fotografías para el recuerdo.

Para iniciar el segundo día de esta aventura artesanal tiene lugar el desayuno en el Hostal Montecarlos para enseguida trasladarse al taller de elaboración de **objetos elaborados con madera**, del Sr. Segundo Pilco, ubicado en las calles Chile 26-24 y García Moreno, donde podrá presenciar el proceso de torneado de la madera, la exhibición de una variedad de pequeños artículos para el uso diario: cucharas, tablas de picar, bolillos, ablandadores, etc, adornos como floreros,

vasijas así como trompos que son objetos que sirven para la práctica del juego tradicional del mismo nombre.

La siguiente visita será al taller donde las prendas que realizan los artesanos, están relacionadas con el esplendor de las fiestas, esto es la elaboración de **trajes típicos**, de la Sra. Matilde Ríos, ubicado en las calles García Moreno 17-18 y Colombia, donde usted podrá conocer los personajes tradicionales de las fiestas de la ciudad así como también observar el proceso de la obtención de los mismos. Para continuar con este recorrido tiene lugar el almuerzo en el Restaurant Don Severín, donde podrá encontrar un almuerzo estilo bufet para deleitar su paladar.

El último lugar de visita será al taller de **objetos de bronce**, característico en Riobamba desde la época republicana que fue habitada la ciudad por personas de poder económico, siendo el uso de objetos de bronce un lujo, por lo que fueron muy utilizados en esa época. El propietario del sitio de visita es el Sr. Carlos Ruiz ubicado en la Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco Contreras, donde podrá apreciar de un laborioso trabajo con el que los artesanos obtienen un sinnúmero de adornos elaborados en bronce, así como participar en la elaboración y tomar fotografías.

Como última instancia el recorrido será al Parque Sucre, lugar donde terminará el recorrido

Entonces ya lo sabe si desea ser partícipe de la tradición y el arte riobambeño no dude en visitar la ciudad que lo esperará con los brazos abiertos.

**c) Servicios que se incluyen**

Hospedaje, alimentación, guía y transporte.

**d) Servicios que no se incluyen**

Compra de artesanías

**e) Requerimientos de la visita**

Se recomienda llevar los documentos personales, usar ropa cómoda, portar filmadora o cámara fotográfica para la toma de los procesos artesanales, además llevar dinero en efectivo para la compra de artesanías ya que en los talleres no manejan tarjetas de crédito.

No portar joyas y sus objetos de valor llevarlos con cuidado para evitar pérdidas.

**f) Políticas de funcionamiento**

El 50% del valor total del paquete se cancelará en el momento en que se realice la reservación y el saldo el día que se realice la operación turística. La reservación del tour se lo debe hacer con mínimo una semana de anticipación.

Todo usuario deberá acatar las políticas establecidas para este tour artesanal las mismas que son: los turistas no pueden portar armas de ningún tipo, consumir bebidas alcohólicas ni estupefacientes, deberán guardar respeto en todo momento del recorrido.

**g) Análisis de costos y cálculo del precio**

Se seleccionó a los proveedores de servicios turísticos de acuerdo a los siguientes parámetros:

- Categoría asignada por el Mintur (con preferencia primera, segunda. Se consideró a alguno de tercera categoría si cumplían con los demás parámetros)
- Ubicación del establecimiento en la parte céntrica de la ciudad.
- Buena atención y calidad en el servicio

**Cuadro 41.** Precios de los servicios turísticos

Servicio	Precio
Almuerzo (Restaurant Delirio)	\$ 7 (almuerzo con entrada+sopa+plato fuerte+jugo+postre)
Almuerzo (Restaurant Naranjo)	\$ 3,50 (almuerzo con sopa+plato fuerte+jugo +postre)
Almuerzo (Restaurant Don Severín)	\$ 3 (sopa+plato fuerte+jugo+postre)
Desayuno Cafetería Kafesito	\$ 4 ( café + jugo+ tostada o empanada+huevo)
Merienda (Cafetería Café Brother's)	\$ 3 (café+ tostada o empanada)
Hospedaje (Hotel Shallom)	SGL \$35 - DBL O TPL \$25 (+ \$3 desayuno)
Hospedaje (Hostal Montecarlos)	SGL= \$25 DBL 19,52 TPL \$ 15,86 (+ \$3 desayuno)

Transporte (National Travel c.a)	Bus de 20 pax = \$180 ( todo el día) Furgoneta para 16 pax= \$40 (4 horas)
Guianza	\$30 por día

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015

i. Opción A del paquete turístico N. 1

Cuadro 42. Costos del paquete turístico N. 1

Costo general del tour	Costo servicio (USD)	10 pax (valor unitario en USD)	15 pax (valor unitario en USD)
Transporte	360	36	24
Guía	60	6	4
<b>Total costos generales</b>		<b>42</b>	<b>28</b>
Alojamiento		28	28
Almuerzos (día1+día 2)		10,50	10,50
Merienda		3	3
<b>Total costos individuales</b>		<b>41,50</b>	<b>41,50</b>
<b>Total costos</b>		<b>83,50</b>	<b>69,50</b>
<b>Gastos</b>			
Gastos administrativos (10%)		8,35	6,95
Gastos de depreciación y ventas (5%)		4,18	3,48
<b>Total gastos</b>		<b>12,53</b>	<b>10,43</b>
Precio al costo		96,03	79,93
Margen de rango (utilidad 30%)		41,16	34,26
<b>Precio neto</b>		<b>137,19</b>	<b>114,19</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015

ii. Opción B del paquete turístico N. 1

Costo general del tour	Costo servicio (USD)	10 pax (valor unitario en USD)	15 pax (valor unitario en USD)
Transporte	40	4	2,67
Guía	60	6	4
<b>Total costos generales</b>		<b>10</b>	<b>6,67</b>
Alojamiento		19,52	19,52

Almuerzos (día1+día 2)		6,50	6,50
Merienda		3	3
<b>Total costos individuales</b>		<b>29,02</b>	<b>29,02</b>
<b>Total costos</b>		<b>39,02</b>	<b>35,69</b>
<b>Gastos</b>			
Gastos administrativos (10%)		3,90	3,57
Gastos de depreciación y ventas (5%)		1,95	1,78
<b>Total gastos</b>		<b>5,85</b>	<b>5,35</b>
Precio al costo		44,87	41,04
Margen de rango (utilidad 30%)		19,23	17,59
<b>Precio neto</b>		<b>64,10</b>	<b>58,63</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015

**b. Paquete turístico artesanal N. 2**

**1) Características generales del paquete turístico**

**Nombre del paquete:** Tradición en el arte

**Duración:** 2 días 1 noche

**Modalidad:** cultura

**Tiempo de actividades:** de 9:30 a 13:45 del día 2

**Tiempo total:** 28 horas

**Dificultad:** fácil

**Recorrido:** zona urbana de Riobamba.

**Número de personas:** grupo desde 10 hasta 15 personas.

2) Mapa de recorrido del paquete turístico N°2

Mapa 3. Recorrido de la ruta turística N. 2



Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.



### 3) Itinerario técnico del paquete turístico N. 2

Debido a que este proyecto es desarrollado en conjunto con la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba, se elaboraron dos opciones del paquete turístico N. 1, ya que la Institución desea que el turista que visite Riobamba conozca la ciudad y lo que requieren es que el recorrido en su mayor parte se lo haga caminando, la otra opción se la realiza para aquellos turistas que no deseen caminar todo el tiempo.

#### a) Tradición en el arte. Opción A

**Cuadro 43.** Itinerario técnico de la opción A del paquete turístico N. 2

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
<b>Día 1</b>		
9:30	Encuentro en el Parque Sucre, charla introductoria de bienvenida y ubicación del equipaje en el bus de recorrido.	Parque Sucre
10:00	Salida al taller de bordados de la Sra. Rosa Mendoza (Pichincha 17-22 y Chile)	Parque Sucre
11:30	Traslado al taller de elaboración de trajes típicos de la Sra. Matilde Ríos (García Moreno 17-18 y Colombia)	Taller de bordados
12: 50	Traslado al restaurant Rayuela para el almuerzo (Av. Daniel León Borja 2014 y Uruguay)	Taller de trajes típicos
14:30	Traslado al taller de caretas del Sr. Gonzalo Carrasco (Mercado Santa Rosa- Gaspar de Villarroel entre Pichincha y García Moreno).	Restaurant Rayuela
16:15	Traslado al taller de esculturas del Sr. Byron Robalino (Centro Comercial la Condamine local 25 piso 2)	Taller de caretas
17: 45	Salida a la Cafetería Brother's café para la merienda (Av. Daniel León Borja 14-22 y Uruguay)	Taller de esculturas.
19:30	Traslado al hotel Río Hotel (Pichincha 12-31 y 10 de Agosto)	Cafetería Brother's café
20:00	Check in en el hotel Río Hotel	Río Hotel
<b>Día 2</b>		
08:00	Desayuno en el hotel Río Hotel	Río Hotel
09:00	Traslado al taller de torneado en tagua del Sr. Marco Sanaguano (ciudadela Leonidas Proaño sector hospital Policlínico)	Río Hotel
10:45	Salida al taller de elaboración de objetos de bronce del Sr. Carlos Ruiz (Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco Contreras)	Taller de torneado en tagua

12:30	Salida al Restaurant Bonanza (Av. Daniel León Borja 17-26 y Duchicela)	Taller de objetos de bronce
14:30	Traslado al Parque Sucre	Taller de objetos de bronce
15:00	Despedida y fin del recorrido	Parque Sucre.

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

**b) Tradición en el arte. Opción B.**

**Análisis de riesgo**

En este paquete turístico el trayecto es por los barrios de Santa Rosa y la Condamine, lo que representa un mayor cuidado con los aspectos relacionados a la delincuencia, sin embargo al ser el tour en horas tempranas se requerirá sobre todo de la precaución de los turistas por sus pertenencias, para evitar pérdidas

Debido a que son sectores donde funcionan mercados existe mayor producción de basura, ruido y por ende van a presentar una imagen de desorden, en la mayor parte del recorrido se evita ir por las calles con más problemas de esta índole, sin embargo en donde amerite es necesario mantener las precauciones antes indicadas. El tráfico es más pronunciado en horas pico esto es de 7 am a 8 pm y 12 a 13 pm, sin embargo el recorrido es en indistintas horas

**Cuadro 44.** Itinerario técnico de la opción B del paquete turístico N.2

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
<b>Día 1</b>		
8:00	Encuentro en el Parque Sucre charla de introductoria de bienvenida	Parque Sucre
08:45	Check in en el hotel Río Hotel (Pichincha 12-31 y 10 de Agosto ) desayuno de bienvenida	Hotel Río Hotel
10:00	Salida al taller de bordados de la Sra. Rosa Mendoza ( Pichincha 17-22 y Colombia)	Hotel Río Hotel
11:30	Traslado al taller de elaboración de trajes típicos de la Sra. Matilde Ríos (García Moreno 17-18 y Colombia)	Taller de bordados
12:45	Traslado al Restaurant Rayuela para al almuerzo (Av. Daniel León Borja 20-14 y Uruguay)	Taller de trajes típicos
14:30	Traslado al taller de caretas del Sr. Gonzalo Carrasco ( Mercado Santa Rosa, Gaspar de Villarroel y Pichincha)	Restaurant Rayuela

16:15	Traslado al taller de esculturas del Sr. Byron Robalino (Centro Comercial la Condamine local 25 piso 2)	Taller de caretas
18:30	Traslado a la Cafetería Kafesito para la merienda ( España 18-22 y 10 de Agosto)	Cafetería Kafesito
20:00	Check in en el hotel Río Hotel	Río Hotel
<b>Día 2</b>		
08:00	Desayuno en el hotel Río Hotel (Pichincha 12-31 y 10 de Agosto)	Río Hotel
09:00	Salida taller de torneado en tagua del Sr. Marco Sanaguano (ciudadela Leonidas Proaño)	Río Hotel
10:45	Traslado al taller de elaboración de objetos de bronce del Sr. Carlos Ruiz (Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco Contreras)	Taller de torneado en tagua
12:45	Traslado al Restaurant Delirio (Primera Constituyente 28-16 y Vicente Rocafuerte)	Taller de objetos de bronce
13:15	Arribo al Restaurant Delirio y almuerzo	Restaurant Delirio
14:30	Salida al Parque Sucre	Restaurant Delirio
15:00	Despedida y fin del recorrido	Parque Sucre.

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

En todos los talleres a visitar, los artesanos realizarán una demostración del proceso a través del cual obtienen las artesanías, además harán una descripción del arte e iniciación de su oficio. Los turistas podrán participar de su realización, tomar fotografías y comprar los objetos exhibidos en los talleres.

**a) Itinerario comercial**

**i. Tradición en el arte. Opción A**

**TRADICIÓN EN EL ARTE precio sugerido \$91,19**

Salida: 9:30 am

Duración: 2 días y 1 noche

Altitud: 2754 msnm

El recorrido de este interesante tour artesanal inicia en el Parque Sucre, donde usted podrá admirar en su centro la pileta de Neptuno, misma que fue construida por instalación del agua potable, al

fondo del parque podrá apreciar una de las monumentales obras arquitectónicas que conforman el Patrimonio Artístico Nacional, el Colegio Maldonado.

La primera visita artesanal será en el taller de **bordados**, de la Sra. Rosa Mendoza ubicado en las calles Pichincha 17-22 y Chile, lugar donde el arte es plasmado en prendas para esculturas religiosas, usted podrá conocer sobre el espíritu católico que caracteriza a la ciudad, aprender la forma artesanal de realización, así como llevar fotografías para el recuerdo.

La siguiente visita será al taller donde las prendas que realizan los artesanos, están relacionadas con el esplendor de las fiestas, esto es la elaboración de **trajes típicos**, de la Sra. Matilde Ríos ubicado en las calles García Moreno 17-18 y Colombia, lugar donde se confeccionan tradicionales vestimentas que caracterizan el fulgor y alegría de los riobambeños, usted podrá conocer los personajes tradicionales de las fiestas de la ciudad así como también observar el proceso de la obtención de los mismos.

Luego de estas interesantes visitas artesanales tiene lugar el almuerzo, en el restaurant Rayuela ubicado en la Av. Daniel León Borja 20-14 y Uruguay, luego de tener este pequeño descanso y degustar el paladar con una exquisita comida, continúa el recorrido por la tarde en el taller de elaboración de **caretas**, del Sr. Gonzalo Carrasco ubicado en el Mercado Santa Rosa, lugar donde se elaboran antifaces coloridos, aquí usted podrá observar la forma en que hábiles manos moldean el papel, así como conocer el significado del uso de las diferentes caretas.

El siguiente taller que se visitará será el de **esculturas**, del Sr. Byron Robalino ubicado en el Centro Comercial la Condamine, sitio donde podrá ser partícipe del modelado de materiales para la obtención de figuras, darle color, escuchar un relato de la historia de este arte y si desea puede tomar fotografías, esta práctica está relacionada con el amplio espíritu religioso que caracteriza a la ciudad de Riobamba.

El último lugar de visita será en el taller de **objetos de bronce** del Sr. Carlos Ruiz, arte característico en Riobamba desde la época republicana que fue habitada la ciudad por personas de poder económico, siendo el uso de objetos de bronce un lujo, por lo que fueron muy utilizados en esa época, el taller está ubicado en la Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco Contreras, donde podrá apreciar de un laborioso trabajo con el que los artesanos obtienen las artesanías, participar en la elaboración y tomar fotografías. Antes de finalizar este recorrido tiene lugar el almuerzo en el

Restaurant Bonanza ubicado en la Av. Daniel León Borja 17-25 y Duchicela, donde usted podrá degustar de un exquisito menú. Este recorrido concluye en el Parque Maldonado.

Entonces ya lo sabe si desea ser parte de la tradición riobambeña no dude en venir a esta maravillosa ciudad, que lo estará esperando con los brazos abiertos.

## ii. Tradición en el arte Opción B

### **TRADICIÓN EN EL ARTE precio sugerido \$65**

Salida: 8:00 am

Duración: 1 día y 1 noche

Altitud: 2754 msnm

Este divertido recorrido inicia en el Parque Sucre, donde usted podrá admirar en su centro la pileta de Neptuno, misma que fue construida por instalación del agua potable, al fondo del parque podrá apreciar una de las monumentales obras arquitectónicas que conforman el Patrimonio Artístico Nacional, el Colegio Maldonado.

La primera visita será al taller de **bordados**, de la Sra. Rosa Mendoza ubicado en las calles Pichincha 17-22 y Colombia, lugar donde se encontrará con un arte plasmado en prendas para esculturas religiosas, usted podrá conocer sobre el espíritu católico que caracteriza a la ciudad, aprender la forma artesanal de realización, así como llevar fotografías para el recuerdo.

La siguiente visita será al taller donde las prendas que realizan los artesanos, están relacionadas con el esplendor de las fiestas, esto es la elaboración de **trajes típicos** de la Sra. Matilde Ríos, que se encuentra en las calles García Moreno 17-18 y Colombia, aquí se elaboran coloridas prendas tradicionales del fulgor y alegría de los riobambeños, donde usted podrá conocer los personajes tradicionales de las fiestas de la ciudad así como también observar el proceso de la obtención de los mismos.

Luego de estas interesantes visitas tiene lugar el almuerzo en el Restaurant Rayuela donde podrá degustar de un exquisito menú mientras toma de un pequeño descanso para trasladarse por la tarde al taller elaboración de caretas del Sr. Gonzalo Carrasco ubicado en el Mercado Santa Rosa, sitio donde encontrará objetos artesanales que muestran el fulgor plasmado en antifaces coloridos, usted podrá observar la forma en que hábiles manos moldean el papel, así como conocer el significado del uso de las diferentes caretas.

El próximo lugar de visita será al taller **esculturas** del Sr. Byron Robalino, ubicado en el Centro Comercial la Condamine donde podrá ser partícipe del modelado de materiales para la obtención de figuras, darle color, escuchar un relato de la historia de este arte y si desea puede tomar fotografías, este arte constituye una expresión del amplio espíritu religioso de los riobambeños.

Para concluir con el primer día del tour artesanal tendrá lugar la merienda en la Cafetería el Kafesito (10 de Agosto 18-22 y España) antes de pernoctar en el Río Hotel ( Pichincha 12-31 y 10 de Agosto).

Al siguiente día este divertido tour inicia en el taller de torneado en **tagua** del Sr. Marco Sanaguano ubicado en la ciudadela Leonidas Proaño, donde podrá apreciar que el arte no tiene límites, con la realización de objetos de diferentes tamaños y formas, usted podrá participar en el proceso, escuchar un relato de la historia de este arte y tomar fotografías.

El último lugar de visita será al taller de **objetos de bronce**, característico en Riobamba desde la época republicana que fue habitada la ciudad por personas de poder económico, siendo el uso de objetos de bronce un lujo por lo que fueron muy utilizados en esa época. El dueño del taller a visita es el Sr. Carlos Ruiz, ubicado en la Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco Contreras, donde podrá apreciar de un laborioso trabajo con el que los artesanos obtienen las artesanías, participar en la elaboración y tomar fotografías. Antes de concluir con este divertido tour tiene lugar un exquisito almuerzo en el Restaurant Delirio ubicado en la Primera Constituyente 28-16 y Vicente Rocafuerte.

Entonces ya lo sabe si desea ser parte de la tradición riobambeña no dude en venir a esta maravillosa ciudad, lo estaremos esperando con los brazos abiertos. El recorrido de este interesante tour artesanal inicia en el Parque Sucre, donde usted podrá admirar en su centro la pileta de Neptuno, misma que fue construida por instalación del agua potable, al fondo del parque podrá apreciar una de las monumentales obras arquitectónicas que conforman el Patrimonio Artístico Nacional, el Colegio Maldonado.

**b) Servicios que se incluyen**

Alimentación, guianza, hospedaje, transporte

**c) Servicios que no se incluyen**

Compra de artesanías

**d) Requerimientos de la visita**

Se recomienda llevar los documentos personales, usar ropa cómoda, portar filmadora o cámara fotográfica para la toma de los procesos artesanales que se llevan a cabo en los talleres. Llevar dinero en efectivo para la compra de artesanías ya que en los talleres no manejan tarjetas de crédito.

No portar joyas y sus objetos de valor llevarlos con cuidado para evitar accidentes.

**e) Políticas de funcionamiento**

El 50% del valor total del paquete se cancelará en el momento en que se realice la reservación y el saldo el día que se realice la operación turística. La reservación del tour deberá hacerse con mínimo una semana de anticipación.

Todo usuario deberá acatar las políticas establecidas para este tour artesanal las mismas que son: los turistas no pueden portar armas de ningún tipo, consumir bebidas alcohólicas ni estupefacientes, deberán guardar respeto en todo momento del recorrido.

**f) Análisis de costos y cálculo del precio**

Para la selección de los establecimientos turísticos se consideró los siguientes factores: accesibilidad es decir que se encuentren en la zona céntrica de la ciudad de Riobamba, atención que prestan al cliente, infraestructura agradable.

**Cuadro 45.** Tarifario de servidores turísticos

<b>Servicios</b>	<b>Precio</b>
Almuerzo (Restaurant Rayuela)	\$3,50 (Sopa+plato fuerte+jugo+postre)
Almuerzo (Restaurant Bonanza)	\$4 (Sopa+plato fuerte con asado+jugo+postre)

Almuerzo (Restaurant Delirio)	\$7 (Sopa+plato fuerte+jugo+postre)
Merienda (Cafetería Brother's Café)	\$3 (café + empanada, tostada o sanduche)
Merienda (Cafetería el Kafesito)	\$3 (café + empanada, tostada o sanduche)
Hospedaje (Río Hotel)	SGL=\$20, DBL o TPL \$15 (por cada 12 pax gratis un hospedaje) Servicio de alimentación: \$ 3 incluye desayuno continental. Almuerzo \$ 5 (entrada+ sopa+plato fuerte+jugo+postre). El menú de la comida puede ser sugerido al momento de la reservación.
Guianza	\$30
Transporte (National Travel)	Bus de 20 pax = \$180 ( todo el día) Furgoneta para 16 pax= \$40 (4 horas)

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

#### i. Tradición en el arte Opción A

**Cuadro 46.** Análisis de costos y precios del paquete turístico N.2

Costo general del tour	Costo serv. (en USD)	10 pax (valor unitario en USD)	15 pax (valor unitario en USD)
Transporte	360	36	24
Guía	60	6	4
<b>Total costos generales</b>		<b>42</b>	<b>28</b>
Alojamiento en habitaciones TPL (incluye desayuno)		18	17
Almuerzo (día 1)		7,50	7,50
Cena (día 1)		3	3
<b>Total costos individuales</b>		<b>28,50</b>	<b>27,50</b>
<b>Total costos</b>		<b>70,50</b>	<b>55,50</b>
<b>Gastos</b>			
Gastos administrativos (10%)		7,05	5,55
Gastos depreciación y venta (5%)		3,53	2,78
<b>Total gastos</b>		<b>10,58</b>	<b>8,33</b>
Precio al costo		81,08	63,83
Margen de rango (utilidad 30%)		34,74	27,36
<b>Precio neto</b>		<b>115,82</b>	<b>91,19</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.



## ii. Tradición en el arte. Opción B

**Cuadro 47.** Análisis de costos de la opción 2 del paquete turístico 2

Costo general del tour	Costo serv. USD	10 pax (valor unitario en USD)	15 pax (valor unitario en USD)
Transporte	40	4	2,67
Guía	60	6	4
<b>Total costos generales</b>		<b>10</b>	<b>6,67</b>
Alojamiento en habitaciones TPL (incluye desayuno)		18	17
Almuerzo (día 1+día 2)		10,50	10,50
Cena (día 1)		3	3
<b>Total costos individuales</b>		<b>31,50</b>	<b>30,50</b>
<b>Total costos</b>		<b>41,50</b>	<b>37,17</b>
<b>Gastos</b>			
Gastos administrativos (10%)		4,15	5,55
Gastos depreciación y venta (5%)		2,08	2,78
<b>Total gastos</b>		<b>6,23</b>	<b>8,33</b>
Precio al costo		47,73	45,50
Margen de rango (utilidad 30%)		20,46	18,50
<b>Precio neto</b>		<b>68,19</b>	<b>65</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

### c. Paquete turístico artesanal N. 3

#### 1) Características generales del paquete turístico

**Nombre del paquete:** Formas y colores

**Duración:** 1 día

**Modalidad:** cultura

**Tiempo de actividades:** de 7:00 a 17:30

**Tiempo total:** 11 horas

**Dificultad:** fácil

**Recorrido:** zona urbana de Riobamba.

**Número de personas:** grupo desde 10 hasta 15 personas

2) Mapa de recorrido del paquete turístico N°3

Mapa 4. Recorrido del paquete turístico N. 3



Elaborado por: Gisela Ramos, 2015

### 3) Itinerario técnico del paquete turístico N. 3

**Cuadro 48.** Itinerario técnico del paquete turístico N. 3

<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>
07:00	Encuentro en el Parque Sucre, charla introductoria de bienvenida y ubicación del equipaje en el bus de recorrido.	Parque Sucre
07:10	Salida a la Cafetería Kfesito para el desayuno (10 de Agosto 18-22 y España)	Parque Sucre
08:15	Traslado a la Plaza Roja de la Concepción e inicio del recorrido	Cafetería Kfesito
09:30	Salida al taller artesanal de sombreros del Sr. Segundo Vilema (Colón 16-33 y Veloz)	Plaza Roja
11:00	Traslado al Parque Maldonado (Veloz y 5 de Junio)	Taller de sombreros
12:40	Almuerzo en el Restaurant Don Severín (Colón 14-22 entre 10 de Agosto y Primera Constituyente)	Restaurant Don Severín
13:45	Salida al taller artesanal de escultura del Sr. Xavier Lliguín (Olmedo 14-27 entre 5 de Junio y Tarqui)	Restaurant Don Severín
15:30	Salida al taller artesanal del Sr. Segundo Pilco (Chile 26-24 y García Moreno).	Taller de esculturas
17:00	Salida a la Plaza Alfaro	Taller de escultura
17:30	Despedida-fin del recorrido	Plaza Alfaro

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

En todos los talleres a visitar, los artesanos realizarán una demostración del proceso a través del cual obtienen las artesanías, además harán una descripción del arte e iniciación de su oficio. Los turistas podrán participar de su realización, tomar fotografías y comprar los objetos exhibidos en los talleres.

#### a) Itinerario comercial

#### **FORMAS Y COLORES      precio sugerido \$16,43**

Salida: 7:00 am

Duración: 1 día

Altitud: 2754 msnm

Este interesante recorrido inicia en el Parque Sucre, a partir de aquel sitio la salida es hacia la Cafetería el Kafesito (10 de Agosto 18-22 y España) para el desayuno de bienvenida. El trayecto continúa caminando hacia la Plaza Roja de la Concepción ubicada en las calles Orozco y Colón,

donde usted podrá admirar la iglesia de la Concepción cuya construcción inició en 1891, este es un templo de estilo neogótico, se destacan las ventanas en forma de ojiva y la construcción de la edificación es de piedra y de ladrillo visto.

Luego de conocer esta tradicional plaza el siguiente lugar de visita será al taller de sombreros del Sr. Segundo Vilema ubicado en las calles Colón 16-33 y Veloz, donde usted podrá apreciar la forma como se elaboran los tradicionales sombreros de la ciudad, a la vez que si gusta puede participar en su realización.

A continuación el recorrido será hacia el Parque Maldonado ubicado en las calles Veloz y 5 de Junio, atractivo de la ciudad por ser un conjunto monumental trabajado en Italia por el arquitecto Durini en 1927. Además cuenta con cuatro hermosas piletas de bronce que complementan el atractivo de este parque. Al fondo se ubica la Iglesia de la Catedral tradicional por haber sido rescatada de los escombros de la antigua Riobamba, ciudad destruida por el terremoto de 1797, la fachada es una reliquia histórica de estilo barroco mestizo construida en piedra calcárea blanca.

Después de estas interesantes visitas tienen lugar el almuerzo en el Restaurant Don Severín ubicado en las calles Primera Constituyente 14-22 y Colón donde encontrará un almuerzo estilo buffet. Continúa el recorrido con la visita a otro taller artesanal que se dedica a la elaboración de **esculturas** principalmente religiosas, en este sitio usted podrá conocer la gran devoción católica que existe en Riobamba, si desea puede participar del proceso con el cual se obtienen las esculturas y si desea tomar fotografías, su dueño es el Sr Xavier Lliguín que se encuentra ubicado con su taller artesanal en las calles Olmedo 14-27 entre 5 de Junio y Tarqui.

La última visita será en el taller artesanal del Sr. Segundo Pilco para poder ser partícipe de la **elaboración de objetos de madera y tagua**, ubicado en las calles Chile 26-24 y García Moreno, en este lugar solamente con la ayuda de un torno manual este artesano hace posible todo tipo de formas para la obtención de objetos de uso diario, usted podrá aprender del proceso y participar en éste, si gusta llevar fotos para el recuerdo.

Entonces ya sabe si desea ser parte de la tradición riobambeña no dude en venir a esta maravillosa ciudad que lo estará esperando con los brazos abiertos

**b) Servicios que se incluyen**

Alimentación, guianza

**c) Servicios que no se incluyen**

Compra de artesanías

**d) Requerimientos de la visita**

Se recomienda llevar los documentos personales, usar ropa cómoda, llevar filmadora o cámara fotográfica para la toma de los procesos artesanales que se llevan a cabo en los talleres. Llevar dinero en efectivo para la compra de artesanías ya que en los talleres no manejan tarjetas de crédito.

No portar joyas y sus objetos de valor llevarlos con cuidado para evitar accidentes.

**e) Políticas de funcionamiento**

El 50% del valor total del paquete se cancelará en el momento en que se realice las reservaciones, el saldo se lo cancelará el día de la operación turística. Para reservar un tour artesanal se lo deberá hacer con una semana de anticipación como mínimo.

Todo usuario deberá acatar las políticas establecidas para este tour artesanal las mismas que son: los turistas no pueden portar armas de ningún tipo, consumir bebidas alcohólicas ni estupefacientes, deberán guardar respeto en todo momento del recorrido.

**f) Análisis de costos**

**Cuadro 49.** Tarifario de servidores turísticos.

<b>Servicios</b>	<b>Precio</b>
Desayuno ( Cafetería Kfesito)	\$ 3 (Desayuno Americano)
Almuerzo (Restaurant Don Severín)	\$3,00 (Almuerzo con Sopa+plato fuerte+jugo+postre)

Guianza	\$30
---------	------

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

**Cuadro 50.** Análisis de costos y precios del paquete turístico N. 3

Costo general del tour	Costo serv. (en USD)	10 pax (valor unitario en USD)	15 pax (valor unitario en USD)
Guía	30	3	4
<b>Total costos generales</b>		<b>3</b>	<b>4</b>
Desayuno		3	3
Almuerzo		3	3
<b>Total costos individuales</b>		<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Total costos</b>		<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Gastos</b>			
Gastos administrativos (10%)		0,90	1
Gastos depreciación y venta (5%)		0,45	0,50
<b>Total gastos</b>		<b>1,35</b>	<b>1,50</b>
Precio al costo		10,35	11,50
Margen de rango (utilidad 30%)		4,43	4,93
<b>Precio neto</b>		<b>14,78</b>	<b>16,43</b>

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

### C. PROCESO DE GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO ARTESANAL

#### 1. Comercialización

El canal de comercialización del producto turístico artesanal es por medio de la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba, pero en vista de que no pueden cobrar réditos económicos la comercialización se lo hace por medio de operadoras de turismo.

**Cuadro 51.** Canales de comercialización

<b>Objetivo:</b> Comercializar el producto turístico en el mercado nacional e internacional			
Canal	Táctica	Política de funcionamiento	Mercado turístico
Directo	Mediante la página web del Municipio de Riobamba y en las redes sociales de la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba.	Innovación continua (cada 3 meses) de páginas promocionales.  Contacto personal entre el promotor turístico y el cliente	

	Además en la página web del Ministerio de Turismo Coordinación Zonal 3 y Facebook  Mediante ferias de turismo	Informar sobre los servicios que se presenta con el producto turístico artesanal  En las ferias a las que son invitados la Dirección de Turismo del GADM Riobamba, incluir la oferta de este producto turístico artesanal para darlo a conocer más ampliamente.	Turistas nacionales y extranjeros
Indirecto	<i>Fam press</i>	Presentación de la oferta turística a las operadoras turísticas de la ciudad.  Entrega de material publicitario  Establecer acuerdos para la comercialización del producto turístico	Turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

## 2. Comunicación y canales de distribución

Medios publicitarios	Detalle	Políticas de funcionamiento	Mercado turístico	Presupuesto anual
Internet	Incluir la oferta turística artesanal en la página web del Municipio de Riobamba sección Dirección de Turismo y en las redes sociales (Facebook, instragram, Twiter)	Actualizar e innovar la promoción turística	Turistas que buscan ofertas por internet	\$ 1200

	Posicionar a la página web para que tenga más visitas en la red			\$480
Guías de viaje	Entrega de material publicitario en la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba	Impresión de guías de viaje (24cm×12cm) en material fushe plastificado cada 4 meses 1000 ejemplares	Población local y turistas que llegan a la ciudad de Riobamba	\$ 2400
Ferias de turismo	Incluir el material promocional en las ferias de turismo que se organizan entre las instituciones relacionadas con turismo.	Impresión de guías de viaje (24cm×12cm) en material fushe plastificado cada 3 meses 1000 ejemplares	Personas que llegan a las ferias	\$3200

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

### 3. Posicionamiento

El posicionamiento del producto turístico será por medio de una constante publicidad que permita la exitosa comunicación con los posibles clientes, por medio del uso en todo momento de la marca turística que se ha diseñado para este producto, esto con el fin de mantener la identidad. La innovación de los medios publicitarios será fundamental para mantener el interés del turista en la actividad que se ofrece.

El preservar la calidad de la oferta y servicios turísticos que se pongan a disposición de los clientes, permitirá proyectar una buena imagen y captar la mayor cantidad de clientes. Este punto se logrará por medio de una adecuada organización de las actividades, para conseguir este punto se realizará un taller con la Dirección de Turismo del GAD Municipal Riobamba, dirigido a los artesanos que forman parte de este proyecto, con el objetivo de poner en conocimiento de ellos la forma en que se llevará a cabo la actividad turística, el taller se basará en los siguientes temas:



Atención al cliente logrando con ello que entiendan de la importancia de que el cliente se sienta satisfecho con la experiencia vivida. (Esta actividad será constante, con temas que se hayan identificado con necesidad de ser abordados).

Identidad de los objetos artesanales (estableciendo acuerdos con los artesanos para que las artesanías lleven la marca turística que identifica a este proyecto artesanal).

En cuestión a los servicios turísticos que se ofrecerán se toma en cuenta aquella planta turística que cumple con estándares de calidad y servicios adecuados para proveer de un adecuado confort en la estadía del turista, para lo cual se visitó varios establecimientos turísticos que tienen categoría alta en el catastro del Ministerio de Turismo y se seleccionó aquellos que prestan servicios de calidad, prestan buena atención al cliente y presentan precios accesibles.

#### a. **Diseño de la marca turística**

**Gráfico 27.** Marca turística del producto turístico artesanal



**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015

#### 1) **Detalle de los símbolos**

- **Manos.-** representan el trabajo y habilidad de los artesanos, entre sus manos se encuentra una figura que simboliza sus obras artísticas con un aspecto de huellas digitales ya que por medio de éstas van forjando identidad para la ciudad.
- **Cruz.-** simboliza la religiosidad católica que existe en la ciudad de Riobamba, ya que a partir de las creencias que tienen las personas se desarrollan una serie de manifestaciones artesanales.
- **Marca ciudad Riobamba.-** se añadió esta marca para identificar al producto como riobambeño

## 2) Colores que identifican la marca de la operación

La imagen tiene una mezcla de colores vivos, ya que las artesanías llevan diversos colores, la textura de las letras tienen un aspecto que busca resaltar que las artesanías son de una diversidad de materiales y de igual manera las letras tienen colores vivos y variados. El nombre Artesa lleva los colores azul y rojo para identificarse con los colores de la bandera de la ciudad.

## 3) Identificación del nombre y slogan de la marca turística

El nombre de la marca turística “Artesa”, hace referencia a los diferentes productos artesanales que elaboran en la ciudad de Riobamba, con el slogan “*tradicionales artesanías riobambeñas*”, que busca resaltar que son obras que mantienen las ideas, y las costumbres de generación en generación.

## D. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 1. Análisis económico

#### a. Inversiones

**Cuadro 52.** Inversiones

Inversión	USD
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>1340,00</b>
Equipo de computo	1000,00
Muebles y enseres	340,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3900,00</b>
Estudios de investigación	3900,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>139,70</b>
Materia prima, materiales e insumos	39,70
contingencias	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>5379,70</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

#### b. Depreciación de activos fijos

**Cuadro 53.** Depreciaciones de activos fijos

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS						
Activos fijos	Valor del bien	% Depreciación anual por Ley	Depreciación anual	Duración proyecto	Depreciación del bien en el proyecto	Valor salvamento
Equipo de computo	1000,00	6%	60,00	5	300,00	700,00
Muebles y enseres	340,00	8%	27,20	5	136,00	204,00
<b>Total</b>						<b>904,00</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

### c. Estructura de costos y gastos

Para los gastos de arriendo y patente se consideró que este proyecto asumirá con el 5% del valor total de estos gastos, ya que se va a trabajar con operadoras de turismo en funcionamiento que mantienen otra operación turística donde esta oferta artesanal formará parte de su actividad. El precio de mercado del producto turístico se obtuvo haciendo un promedio entre las 5 opciones de paquetes turísticos que se han diseñado, puesto que todos los paquetes tienen la misma posibilidad de ser comprados, los mismos que serán comercializados con 5 tours operadoras de la ciudad por lo que la demanda objetivo está repartida entre estas operadoras.

**Cuadro 54.** Estructura de costos y gastos

<b>ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS</b>					
<b>DENOMINACION</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>COSTOS PRODUCTIVOS</b>	<b>34967,30</b>	<b>37415,01</b>	<b>42836,44</b>	<b>52476,48</b>	<b>68785,96</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>8232,70</b>	<b>8808,99</b>	<b>9425,62</b>	<b>10085,41</b>	<b>10834,65</b>
Sueldos y salarios	8160,00	8731,20	9342,38	9996,35	10696,10
Servicios básicos	33,00	35,31	37,78	40,43	43,26
Materiales e insumos	39,70	42,48	45,45	48,63	52,04
<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>620,00</b>	<b>663,40</b>	<b>709,84</b>	<b>759,53</b>	<b>812,69</b>
Promoción y publicidad durante	620,00	663,40	709,84	759,53	812,69
<b>TOTAL</b>	<b>43820,00</b>	<b>46887,40</b>	<b>52971,90</b>	<b>63321,42</b>	<b>80433,30</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

### d. Presupuesto de ingresos

**Cuadro 55.** Presupuesto de ingresos

<b>PRESUPUESTOS DE INGRESOS</b>					
<b>DENOMINACION</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Clientes a atenderse	670	717	820	1005	1318
Precio de mercado	74,55	79,77	91,33	111,88	146,65
<b>TOTAL</b>	<b>49948,50</b>	<b>57195,09</b>	<b>74890,60</b>	<b>112439,40</b>	<b>193284,70</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015

**e. Balance de pérdidas y ganancias**

**Cuadro 56.** Balance de pérdidas y ganancias

<b>BALANCE DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>Denominación</b>	<b>Años</b>				
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas	49948,50	57195,09	74890,60	112439,40	193284,70
Costos de producción	34967,30	37415,01	42836,44	52476,48	68785,96
<b>Utilidad bruta</b>	<b>14981,20</b>	<b>19780,08</b>	<b>32054,16</b>	<b>59962,92</b>	<b>124498,74</b>
Gastos administrativos	8232,70	8808,99	9425,62	10085,41	10834,65
Gastos ventas	620,00	663,40	709,84	759,53	812,69
<b>Utilidad operativa</b>	<b>6128,50</b>	<b>10307,69</b>	<b>21918,70</b>	<b>49117,98</b>	<b>112851,40</b>
Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Utilidad antes de la repartición de utilidades e impuestos</b>	<b>6128,50</b>	<b>10307,69</b>	<b>21918,70</b>	<b>49117,98</b>	<b>112851,40</b>
Repartición de utilidades (15%)	919,27	1546,15	3287,81	7367,70	16927,71
<b>Utilidades antes de impuestos</b>	<b>5209,23</b>	<b>8761,54</b>	<b>18630,90</b>	<b>41750,28</b>	<b>95923,69</b>
Impuestos (12%)	625,11	1051,38	2235,71	5010,03	11510,84
<b>Utilidad neta</b>	<b>4584,12</b>	<b>7710,15</b>	<b>16395,19</b>	<b>36740,25</b>	<b>84412,85</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

**f. Flujo de caja**

**Cuadro 57.** Flujo de caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Denominación</b>	<b>Años</b>					
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Utilidad neta		4584,12	7710,15	16395,19	36740,25	84412,85
Inversiones	-5379,70					
Valor salvamento						904,00
Depreciaciones		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo						139,70
<b>Flujo de caja</b>	<b>-5379,70</b>	<b>4584,12</b>	<b>7710,15</b>	<b>16395,19</b>	<b>36740,25</b>	<b>85456,55</b>

Elaborado por: Gisela Ramos, 2015.

## 2. Análisis financiero

El estudio financiero se basó en el flujo de caja actualizado del análisis económico del proyecto, el mismo que permite conocer la rentabilidad del producto turístico artesanal.

**Cuadro 58.** Análisis financiero

<b>INDICES FINANCIEROS</b>	
<b>VAN</b>	\$ 6128,50
<b>TIR</b>	12,60%
<b>RBC</b>	1,03
<b>Punto de equilibrio</b>	32 pax

**Elaborado por:** Gisela Ramos, 2015.

### a. **Valor actual neto**

El valor actual neto se obtuvo con la siguiente fórmula:

$VAN = \text{Sumatoria de ingresos} - \text{sumatoria de desembolsos}$

$VAN = 49948 - 43820$

**$VAN = 6128,50$**

El proyecto turístico tiene un valor actual neto de **\$6128,50**, lo que indica que existe una rentabilidad óptima al presentar un valor positivo.

### b. **Tasa interna de retorno**

Para obtener el TIR se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = i \frac{\text{VAN 1}}{\text{VAN 1} - \text{VAN 2}}$$

$$\text{TIR} = 0,10 \frac{49948,50}{49948,50 - 10307,67}$$

$$\text{TIR} = 12,60\%$$

Donde:

i= tasa bancaria

VAN= valor actual neto

Se obtuvo una tasa interna de retorno del 12,60 % lo que indica que es factible invertir en el proyecto ya que se obtuvo un valor positivo, mayor a la tasa de interés bancaria vigente, del 9,33%.

### c. Relación beneficio/ costo

Para obtener la relación beneficio/costo se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{RBC} = \frac{\text{Sumatoria de ingresos} + \text{valor de salvamento}}{\text{Sumatoria de egresos} + \text{inversión}}$$

$$\text{RBC} = \frac{49948,50 + 904}{43820 + 5397,90}$$

$$\text{RBC} = 1,03$$

La relación beneficio/costo es de 1,03 lo que indica que por cada \$1 invertido se tienen \$0,03 de ganancia.

**d. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se obtuvo con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\text{Inversión}}{\text{precio}}$$

$$n = \frac{\$5397,70}{\$74,55}$$

$$n = 32$$

Para recuperar la inversión es necesario vender el paquete a 32 personas.



## VIII. CONCLUSIONES

- A.** La ciudad de Riobamba cuenta con potencial artesanal para el desarrollo turístico, al poseer atractivos que han trascendido a través de los años, por lo que conservan la tradición en la ciudad, siendo esto un factor que beneficia para la realización de este proyecto, además que cuenta con los servicios básicos necesarios, así como la infraestructura y superestructura suficiente para que los turistas puedan tener una estadía placentera en la ciudad.
- B.** El estudio de mercado permitió conocer los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, indicando que existe un 87% de predisposición del mercado extranjero y un 95% del nacional por realizar turismo artesanal por la ciudad de Riobamba y obteniendo una cuota de mercado de 4104 turistas para el primer año de ejecución del proyecto, tomando en cuenta que la competencia de Riobamba para turismo artesanal son las ciudades de Cuenca y Quito por presentar ofertas con características similares a las del proyecto que se busca implementar.
- C.** El diseño técnico del producto turístico se encuentra elaborado en función a la predisposición de los artesanos a ser beneficiados de este proyecto, al espacio de sus talleres artesanales y a la capacidad de gasto de los turistas.
- D.** Se elaboró tres paquetes turísticos esto con el fin de dar alternativas a los turistas que desean tener un recorrido vivencial con el diario vivir de la ciudad.
- E.** La comercialización del producto turístico se realizará por medio de la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba, el principal medio de difusión es el internet y a través de alianzas estratégicas con operadoras turísticas de la ciudad y participación en ferias.
- F.** El posicionamiento del producto turístico se logrará en un trabajo conjunto de la Dirección de Turismo del Municipio de Riobamba, con los artesanos y operadoras de turismo, a través de una constante publicidad con el uso de la marca que caracteriza al producto turístico.
- G.** En el estudio económico y financiero se determinó indicadores que dieron como resultado: un valor actual neto de \$6128,50, una tasa interna de retorno de 12,60 % y una relación beneficio/costo de 1,03 por lo que se concluye que es factible ejecutar este proyecto.

- H.** Este proyecto logrará articular el trabajo artesanal tradicional con el turismo de la ciudad y con ello crear fuentes económicas para la ciudad mientras se revaloriza el arte en el ámbito artesanal.

## **IX. RECOMENDACIONES**

- A.** Para mejor la calidad de la oferta turística el Municipio de Riobamba debe destinar fondos para capacitación en el ámbito turístico y cultural
- B.** Para atraer mayor demanda de turistas a la ciudad el Municipio debe mantener actualizada la página web del GAD Municipal Riobamba con la información del producto turístico estructurado en el presente estudio
- C.** Que el Municipio ponga en marcha una gestión para que conserven los recursos culturales de la ciudad, creando alianzas estratégicas entre el Departamento de Obras Públicas, el de Turismo del Municipio de Riobamba, INPC y el Ministerio de Cultura y Patrimonio para con ello se proyecte una buena imagen de la ciudad dinamizando el turismo.
- D.** Que el Municipio de la ciudad capacite a los artesanos y prestadores de servicios que forman parte de este producto turístico, con el fin de que se garantice la calidad de servicio que se ofrece.
- E.** Que el Municipio de la ciudad trabaje en la socialización de este proyecto a los artesanos y a la población local.
- F.** Que el Municipio de la ciudad invierta en señalética de los atractivos artesanales de este proyecto para que se facilite la llegada de las personas a los lugares, incentivando su visita.
- G.** Que la asociación de artesanos elabore un plan de trabajo, para de esta manera se encuentren mejor organizados y puedan participar más activamente en este proyecto y en otros que se presenten.

## X. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico artesanal para la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, proyecto que tiene un porcentaje de aceptación del 91%, reflejando en su matriz de registro de manifestaciones de tipología artesanal a 10 atractivos y 18 artesanos que los realiza. Elaborando el diagnóstico de esta actividad en los ámbitos del sistema turístico como son: atractivos, infraestructura, planta turística, superestructura. Definiéndose las necesidades y requerimientos para el diseño del producto. Efectuando el estudio de mercado mediante un análisis de la oferta para conocer lo que posee el área urbana de Riobamba en: atractividad, potencialidad, facilidades e instalaciones, realizando un estudio de demanda por medio de la aplicación de encuestas a turistas nacionales y extranjeros para definir el porcentaje de aceptación a nivel nacional e internacional, definiendo su perfil, diseñando el producto turístico, integrando la planta turística necesaria, los paquetes turísticos de la ruta, costos referenciales, mapas, efectuando el análisis de la competencia a nivel de la regional 3 así como también tomando como referencia a Quito y Cuenca por ser ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad y por presentar ofertas con similares características, por medio de acercamientos directos con los representantes de las direcciones de Turismo de los Municipios de Quito y Cuenca, aplicándoles encuestas y realizando los recorridos turísticos que ofertan estas ciudades para conocer las estrategias que utilizan y aplicarlas como modelo en el producto turístico para la comercialización y promoción del mismo y lograr así el posicionamiento del producto en el mercado turístico. Además realizando la definición de los medios publicitarios enfocados en el estudio de mercado, difundiendo el producto turístico a la comunidad nacional e internacional. Concluyendo que es un proyecto factible que traerá beneficio para los artesanos y para la ciudad de Riobamba, por lo que se recomienda que se lleve adelante el proyecto.



## **XI. SUMMARY**

This research proposes: designing a craft tourism product for Riobamba city of Chimborazo Province, with an acceptance rate of 91%, reflecting its parent record type craft demonstrations to 10 attractions and 18 artisans who make them. Making a diagnosis of this activity in the field of tourism system such as: attractions, infrastructure, tourist facilities, and superstructure. Defining the needs and requirements for product design. Conducting market research by analyzing the supply has to know what the urban area of Riobamba at: attractiveness potential, facilities and installations, conducting a study of demand through the use of surveys to domestic and foreign tourist to define the percentage of acceptance at national and international level, defining its profile, the tourism product designing, integrating the necessary tourist facilities, tourist route packets, reference costs, maps, making the analysis of competition at the level of regional 3 and also with reference to Quito and Cuenca for being cities of Cultural Heritage of Humanity and bids with similar characteristics, through direct approaches with representatives of Tourism management of the Municipalities of Quito and Cuenca, applying surveys and conducting the tours that offer these cities to learn about the strategies they use and apply as a model in the tourist product to the market. Besides making the definition of advertising media focused on market research, spreading the tourist product to the national and international community. Concluding that it is feasible and will bring benefit to the artisans and Riobamba city, so it is recommended that the project is carried forward.



## **XII. BIBLIOGRAFÍA**

- A.** Castro Valderrama, H. (2005). *Nuevo identidades*. Recuperado de: <https://goo.gl/jB0R2l>. Consultado el: 01 de mayo de 2015.
- B.** Anato (2010). *Manual para el diseño de paquetes turísticos*. Recuperado de <http://goo.gl/htlB9d>. Consultado el 13 de noviembre de 2015.
- C.** Angelotti Pasteur, G. (2004). *Artesanía prohibida*. Recuperado de: <https://goo.gl/>. Consultado el: 01 de mayo de 2015.
- D.** Cabarcos Novás, N. (2006). *Gestión de unidades de información y distribución turística*. Recuperado de: <https://goo.gl/ViINXa>. Consultado el: 01 de mayo de 2015.
- E.** Cárdenas , F. (2008). *Producto Turístico*. México D.F: Trillas.
- F.** de la Torre, O. (2012). *Turismo actividad municipal*. México D.F: Trillas.
- G.** Fernández Zambón, G. & Guzmán Ramos, A. (2005). *Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina*. Argentina: Cuadernos de turismo.
- H.** Flacso. (abril de 2010). *Catálogo de artesanía patrimonial: oficios tradicionales* . Recuperado de: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53562.pdf>. Consultado el 18 de abril de 2015.
- I.** Fried, G. & Zehle, S. (2008). *Cómo diseñar un plan de negocios*. Lima: el Comercio.
- J.** GADM Riobamba. (2008). *Plan estratégico de Desarrollo Cantonal Riobamba 2020*. Recuperado de: <http://goo.gl/fHQAbj>. Consultado el 18 de abril de 2015,
- K.** GADPCH. (2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Chimborazo*. Recuperado de: <http://goo.gl/n3KDXA>. Consultado el 18 de abril de 2015.

- L.** Hernández Hernández, A., Hernández Villalobos , A. & Hernández Suárez, A. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México D.F: Edamsa.
- M.** INPC. (2011). *Instructivo para fichas e inventario de patrimonio cultural inmaterial* . Quito: Ediecuatorial.
- N.** Instituto de Promoción de Exportación e Inversión. (2012). *Espíritu y tradición: artes del Ecuador*. Quito.
- O.** Cañadas, L. (1983). *Mapa bioclimático y ecológic del Ecuador* . Quito: Mag-pronareg.
- P.** MAE (2012). Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental. (publicación N. 1). Recuperado de: <http://goo.gl/fXEWaJ>
- Q.** Martínez Cárdenas, R. (2011). *TURISMO ESPIRITUAL una alternativa de desarrollo para las naciones* . México D.F: Puntoasterisco.
- R.** MINTUR. (2014). *Principales indicadores de turismo diciembre 2014*. Quito.
- S.** Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos para evaluación financiera económica social ambiental*. Bogotá: MM editores.
- T.** Mitré, M. (2006). *La producción e intermediación turística en el sector de las agencias de viaje*. Oviedo: Ediuno.
- U.** Ojeda García, C. D. & Mármol Sinclair, P. (2012). *Marketing turístico*. Asturias: Paraninfo.
- V.** Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Madrid: Deustro.
- W.** Sapag , N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Recuperado de: <https://goo.gl/gn51pP>. Consultado el 01 de mayo del 2015.
- X.** Schiffman , L. & Kanun, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Recuperado de: <https://goo.gl/vqvcDN>. Consultado el 01 de mayo del 2015.

- Y.** Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Semplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.
- Z.** Tierra, P. (2010). *Texto básico de paquetes turísticos*. Riobamba: ESPOCH
- AA.** Tourism & Leisur-Europraxis. (2007). *Plandetur 2020*. Quito.
- BB.** Ugarte Otero, X. (2007). *Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel nacional e internacional*. Compostela: Universidad Santiago de Compostela.
- CC.** UNWTO. (2005). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Recuperado de: <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>. Consultado el 15 de abril de 2015.
- DD.** Valls, J. F. (2000). *Gestión de empresas de turismo y ocio*. España: Esade.



### XIII. ANEXOS

#### Anexo 1. Encuesta aplicada a turistas nacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

Estimados turistas, el motivo de esta encuesta es para establecer las características de un producto turístico artesanal. Su opinión es importante para llevar adelante este proyecto turístico.

Por favor seleccione una opción en cada pregunta.

1. **Género**      a. Masculino ( )    b. Femenino ( )
2. **Edad.**      a. entre 15 y 25 ( )      b. entre 26 y 35 ( )      c. entre 36 y 45 años ( )      d. +de 45 años ( )
3. **Nivel de educación**      a. Primario ( )      b. Secundario ( )      c. Superior ( )
4. **Procedencia:**      a. Nacional ( )      b. Extranjera ( )
5. **En compañía de quién viaja**      a. Solo ( )      b. Pareja ( )      c. Amigos ( )      d. Familia ( )
6. **¿Con cuántas personas viaja?**      a. 1 a 3 ( )      b. 3 a 5 ( )      c. + de 5 ( )
7. **¿Cuál es el gasto promedio diario cuando viaja?**      a. \$ 100 a 300 ( )      b. \$ 301 a 500 ( )      c. más de \$ 500 ( )
8. **¿Le gustaría realizar turismo artesanal por la ciudad de Riobamba?**      a. Si ( )      b. No ( )
9. **Si la anterior respuesta fue sí ¿Cuál de estas tipologías de turismo artesanal le gustaría realizar en la ciudad de Riobamba?**  
     a. Escultura ( )      b. hojalatería ( )      c. talabartería ( )      d. fundición de bronce ( )  
     e. torneado de tagua ( )      f. elaboración de globos de papel ( )  
     g. elaboración de trajes típicos y caretas ( )      h. bordados ( )
10. **¿Cuántos días le gustaría realizar su viaje por la ciudad de Riobamba?**  
     a. De 1 a 2 ( )      b. de 2 a 3 ( )      c. más de 3 ( )
11. **Qué tipo de servicios desea que posea el paquete?**  
     a. Alimentación      b. hospedaje      c. guía

12. **¿Qué medios de comunicación utilizaría para informarse sobre paquetes turísticos artesanales?** a. Televisión ( ) b. Internet ( ) c. Prensa ( ) d. Revistas ( ) e. Guías de viaje f. Amigos.

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Encuesta aplicada a turistas extranjeros**



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

Dear tourists, the reason for this survey is to establish the characteristics of a craft tourism product. Your opinion is important to carry out this tourism project. Please select an option for each question.

1. **Gender** a. Male ( ) b . Female ( )
2. **Age** . a. between 15 and 25 ( ) b . between 26 and 35 ( ) c . between 36 and 45 years ( ) d. + 45 ( )
3. **Level of education** . Primary ( ) b . Secondary ( ) c . Higher ( )
4. **Hometown:** a. National ( ) b . Foreign ( )
5. **Company who travels** . Solo ( ) b . Couple ( ) c . Friends ( ) d. Family ( )
6. **How many people travel?** a. 1 to 3 ( ) b . 3 to 5 ( ) c . + 5 ( )
7. **What is the average daily expense when traveling ?** a. \$ 100 to 300 (On ) b . \$ 301-500 ( ) c . over \$ 500 ( )
8. **Would you like to make handmade sightseeing Riobamba ?** a. Yes B. No ( )
9. **If the previous answer was yes**  
**Which of these types of craft tourism would like to perform in the city of Riobamba ?**  
a. Escultura ( ) b. hojalatería ( ) c. talabartería ( ) d. fundición de bronce ( )  
e. torneado de tagua ( ) f. elaboración de globos de papel ( )  
g. elaboración de trajes típicos y caretas ( ) h. bordados ( )
10. **How many days would you like to make your trip to the city of Riobamba ?**  
a. From 1-2 ( ) b . 2 to 3 ( ) c . more than 3 ( )
11. **What kind of services you want to own the package?**  
a. Power b . accommodation c . guidance

**12. What media use to learn about craft tour packages ?** a. TV ( ) b . Internet ( ) c . Press ( ) d.  
Magazines ( ) e.guidebooks .( ) f. Friend ( )

**THANK YOU FOR YOUR COOPERATION**

**Anexo 2.** Encuesta dirigida a la competencia para el análisis estratégico



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

Estimados gestores turísticos, el motivo de esta encuesta es realizar un análisis estratégico para el diseño de un producto turístico en la ciudad de Riobamba. Su información es muy importante para llevar adelante este proyecto turístico, por lo que se solicita honestidad al responder el siguiente cuestionario.

1. Nombre del entrevistado .....
- Cargo.....
2. ¿Solicitan los turistas en la Unidad de Turismo del Gad Municipal que usted pertenece, productos artesanales?.
3. ¿Qué productos turísticos artesanales ofrece la Unidad de Turismo del Gad Municipal que usted pertenece?
4. ¿En qué consisten estos productos turísticos artesanales?
5. ¿Cuáles son los productos turísticos artesanales que más solicitan los turistas? (procedencia de los turistas que demandan estos productos turísticos)
6. ¿Cuáles son las estrategias que han utilizado para lograr el posicionamiento de los productos turísticos artesanales más demandados por los turistas?
7. Comercializan los productos turísticos artesanales?, de qué forma?, a través de qué medio?..
8. ¿Cuál es el precio estimado que ustedes como Dirección sugieren para comercializar los productos turísticos artesanales más frecuentados?
9. ¿Qué servicios incluyen estos productos turísticos que ofrecen y cuáles son los proveedores de estos servicios?
- 10.¿Cuáles han sido los cambios recientes, positivos y negativos de los compradores de artesanías?
- 11.¿Cuáles son los competidores turísticos de los productos turísticos artesanales más frecuentados?
12. ¿Qué ventajas ha traído para la ciudad la implementación de estos productos turísticos artesanales más demandados?

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN***

## Anexo 3. Catastro de establecimientos turísticos de hospedaje

NOMBRE	TELÉFONO	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	Nº PLAZAS	Nº HABITACIONES
<b>Hostales</b>					
Mashany	2942914	Veloz 4173 y Diego Donoso	Primera	29	14
Montecarlo	2960557	10 de agosto 25-41 entre García Moreno y España	Primera	34	19
El Altar	29604602	Av. El altar y Sultana de los andes	Segunda	47	15
La Estación	2955226	Av unidad nacional 29-15 y Carabobo	Segunda	30	15
Tren dorado	2964890	Carabobo 22-35 y 10 de agosto	Segunda	30	15
Whymper	2964575	Av. Miguel Ángel León 23-10 y Primera Constituyente	Segunda	40	20
Segovia	2950615	Primera constituyente 22-28 y Espejo	Tercera	87	29
Rincón alemán	2603540	Remigio romero mz h casa 9 cdla arupos	Primera	16	12
Acacias	032600790	Rio Palora no. 3 Santiago	Segunda	23	12
Camino real	2306005	Av. La prensa s/n y José María Banderas	Primera	68	28
Florida	2947101	Barrio el prado. Espejo 70 y México	Tercera	0	12
Villa de oro	032943575	Av. Edelberto Bonilla s/n y Rocafuerte	Tercera	24	12
Inti quisha	2376737	Espejo 33-66 y av. Cordovez	Tercera	0	12
Palmas	2948520	Eplicachima 19-40 y Rey Cacha	Tercera	16	15
Cenaest	2954603	5 de junio 18-30 y Villarroel	Segunda	26	13
Colina del rio	2602789	Av. 11 de noviembre y Ricardo descalzi	Segunda	24	12
Susy	096144786	Av. Atahualpa s/n y Calpi	Segunda	31	15
San Valentín	2943588	Circunvalación 26-30 y García Moreno	Tercera	34	17
Shalom	2940814	Av. Daniel león Borja 35-48 y Uruguay	Tercera	26	13
San Gabriel	2969143	Cordovez 33-68 y Espejo	Tercera	24	12
Manantial	2942108	Carabobo 18-50 y Villarroel	Tercera	24	12
Mansión Santa Isabela	2962947	Veloz 28-48 y Magdalena Dávalos	Primera	27	12
El Altar	2604602	Av. 11 de Noviembre y Demetrio aguilera malta	Tercera	23	12
Puertas del sol	2376779	Cordovéz 22-30 y espejo	Tercera	24	12
	2607327	Línea férrea 2 y av. 11 de	Primera	35	16

Diana María		noviembre			
El Escondite	2606471	Av. 9 de octubre s/n y Alvarado	Tercera	24	12
Astoria	2943569	Av. Carlos Zambrano 42-18 y Reina pacha	Tercera	35	17
San Valentín 2	2385568	Guayaquil s/n y Atenas	Tercera	24	12
Laguna	2367140	21 de abril y diego rivera, barrio san Antonio	Tercera	32	16
Navarra	2948193	Av. Unidad nacional 45-80 y Epiclachima	Segunda	43	20
Bella casona	2960073	Duchicela 19-53 y Monterrey	Primera	27	13
Mariluna	2364080	Barrio Gabriel Moncayo, calle Víctor estrada atrás Unach	Tercera	29	14
Ruby	2946127	Urb. San Luis, Leonardo Dávalos	Tercera	36	18
Del sur	2600339	Calle Manabí y pasaje coop. Las flores	Tercera	27	13
<b>Hoteles</b>					
Chimborazo internacional	2963475	Los nogales y argentinos	Primera	106	32
El Galpón	2960981	Argentinos y av. Carlos Zambrano	Primera	150	35
Manabí	2967305	Colón 19-58 y Olmedo	Segunda	60	30
Ñuca huasi	2966669	10 de Agosto 28-24 y Magdalena Dávalos	Tercera	64	30
El Cisne	2941980	Av. Daniel León Borja y Duchicela	Primera	141	47
Rey de los andes	2604638	Av. Lizarzaburu n° 6 y camilo egos	Tercera	76	30
San pedro de Riobamba	2940586	Av. Daniel león Borja 29-50 y Juan Montalvo	Lujo	31	12
Marqués del rio	2601642	Av. Lizarzaburu s/n y Coangos km 1 1/2 vía a quito	Primera	89	30
Molino	2944962	Duchicela 42-13 y av. Unidad nacional	Primera	80	40
Glamour	2944406	Primera constituyente 37-85 y av. Carlos Zambrano	Tercera	60	30
Zeus	2968036	Av. Daniel león borja 41-29 y duchicela	Segunda	120	60
Spa casa real	2364112	Sector las abras km 1 1/2 via guano	Primera	50	30
Royalty	2602458	Av. Lizarzaburu y saint amond m.	Cuarta	66	30

**Fuente:** Mintur (2015)

**Elaborado por:** Gisela Ramos

## Anexo 4. Catastro de establecimientos turísticos de alimentación.

Nombre	Teléfono	Dirección	Categoría	Nº Mesas	Nº Plazas
<b>Restaurant</b>					
Atomium	2940038	Carlos Zambrano 23-56 Y Veloz	Cuarta	8	32
El Delirio	2966441	Primera Constituyente Y Rocafuerte	Primera	15	60
Bonny	2964426	Villaruel 15-58 Y Almagro	Segunda	15	60
La Fragata	032602844	Colombia 24-29 y Larrea	Segunda	12	48
Parrilladas de Fausto	2967876	Uruguay 38-50 y Luis Alberto Falconí	Segunda	10	40
Tambo De Oro	032960325	Av. Carlos Zambrano 27-20 Y Ayacucho	Segunda	10	40
Brisa Marina Iii	99144	Colombia19-05 Y Velasco	Tercera	13	52
Camba Huasi	032370305	Av. Circunvalación Y Santa Martha	Tercera	7	28
Casa China	2967783	Av. Daniel León Borja Y Carabobo	Tercera	9	36
Charlie'S Pizzeria	2968231	García Moreno 21-23 Y 10 De Agosto	Tercera	10	40
Drogón	032944487	Juan De Lavallo No. 3030 y Nueva York	Tercera	8	32
Pollo Ejecutivo No 2	2967429	Carabobo Y Guayaquil	Tercera	8	32
Happy Pollo	2962638	Guayaquil 23-57 Y Larrea	Tercera	8	32
Lentejitas el Sabor	032360202	Rocafuerte 27-78 Y Venezuela	Tercera	14	56
Marisquería Continental	032954983	Olmedo y García Moreno	Tercera	8	32
Pollo Ejecutivo No 1	2965383	España Y Villaruel	Tercera	10	40
La Posada	032942228	Bolivia 15-99 Y Esmeraldas	Tercera	8	32
El Rey		Francia 26-52 Y Junín	Tercera	8	32
Texas Asadero	032603186	Av. José De Lizarzaburu	Tercera	10	40
Asadero Riobambeñito	2941695	10 De Agosto Y Morona	Cuarta	6	24
Drogón 2	032966682	Comandante Jiménez 30-30 Y Nueva York	Cuarta	8	32
Preferido	2961079	Eplicachima Y Rey Cacha	Cuarta	0	0
Rancho	2947588	Panamericana Norte	Cuarta	0	0

Parrillerito	032602750	Manuela Saenz Y La Calera	Tercera	10	40
Resbalón	2968122	Veloz 31-38 Y Vargas Torres	Tercera	10	40
Taberna Bonanza		Av. Daniel León Borja 49-22 Y Duchicela	Segunda	12	48
Hornados Carmita	2946838	Carabobo 29-11 Y Argentinos	Cuarta	12	48
Soffi·S	2601408	Av. Monseñor Leonidas Proaño 17 Y Araucanos	Tercera	6	24
Picantería Anita	2946043	Uruguay 17-23 Colombia	Tercera	12	48
Rey del Burrito	032953230	Brasil 16-31 Y Esmeraldas	Tercera	23	92
Fogón del Puente	2960948	Duchicela Y Reina Pacha	Segunda	9	36
The Gourmet	032603199	Demetrio Aguilera 55-45, Referencia Pensionado Americano	Tercera	7	28
Marisquería Delicias Del Mar	032940855	Av. Daniel León Borja 42-51 Y Autachi	Tercera	10	40
D'Baggio	2961832	Av. Daniel León Borja 33-24 Y Av. Miguel Ángel León	Tercera	8	32
Chacarero	2969292	5 De Junio 21-46 y 10 De Agosto	Tercera	15	60
Q'Lantro	032964059	Argentinos 26-38 y García Moreno	Tercera	8	32
Don Severin	032944516	Colon 22-44 Y Primera Constituyente	Tercera	11	44
Casa Vieja	092193667	Av. Daniel León Borja Y Pasaje El Espectador	Tercera	7	28
Rincon Esmeraldeño	032944583	Juan Montalvo 29-54 Y Veloz	Cuarta	10	40
L'Incontro	2943661	Veloz 41-47 Y Diego Donoso	Primera	37	148
Pico Loco 2	2600446	Veloz 36-53 Y Uruguay	Tercera	6	24
Pollo Loco	032600446	Juan Montalvo 31-49 Y Nueva York	Tercera	5	20
Viejo Cordovez E		Rocafuerte 25-31 Y Orozco	Cuarta	6	24
Kentucky Fried Chicken	2964376	Av. Daniel León Borja Y Epiclachima	Segunda	20	80
Barrio Nuevo	2964703	Juan Montalvo 33-31 Y Luz Elisa Borja	Cuarta	10	40
Champps	032364031	Av. Circunvalación 7 Y Caracas	Cuarta	7	28



Happy Pollo 2	032967761	Av. Daniel León Borja 34-14 Y Diego De Ibarra	Tercera	11	44
Bonny 2	2962180	Primera Constituyente 12-15 Y Darquea	Segunda	12	48
El Monasterio	2952315	Orozco 21-32 Y 5 De Junio	Tercera	12	48
El Paraíso	2948946	Epiclachima 20-64 Y Av. Daniel León Borja	Cuarta	6	24
La Casa Vieja		Olmedo 25-39 Y García Moreno	Cuarta	6	24
Portoviejo 2	099361203	Av. 9 De Octubre Y Madrid	Cuarta	6	24
Zen Wei Vegetariano	2964015	Princesa Toa 43-29 Y Calicuchima	Cuarta	8	32
El Jeke	2960352	Colon 17-12 Y Colombia	Tercera	12	48
Choys Jr Marisquería	032962680	Veloz S/N Y La 44 (Jacinto González)	Cuarta	6	24
Brisa Marina 1	032962833	España 10-95 Y 12 De Octubre	Tercera	12	48
Brisa Marina Jr	032944487	Nueva York Y Juan Montalvo	Tercera	10	40
La Joya	032944359	Chile 17-41 Y Benalcázar	Segunda	12	48
Chifa Joysing	032961285	Av. Unidad Nacional Y Carabobo	Tercera	13	52
Hiedras Las	032967832	Av. Daniel León Borja 42-52 Y Duchicela	Tercera	12	48
Pollo Papio's 1	2366056	Av. Daniel León Borja Y Av. Miguel Ángel León, Giralda Plaza	Tercera	6	24
Emperador Broaster	032604853	Primera Constituyente 23-13 Y España	Tercera	8	32
Casa Del Buen Sabor	2952973	Lavalle 22-55 Y Primera Constituyente	Cuarta	7	28
Viajero	2600160	Av. Monseñor Leonidas Proaño S/N Y Av. Lizarzaburu	Cuarta	6	24
Monreal	2307348	Av. La Prensa 13 y Veloz	Tercera	8	32
Naranjo's	2960622	Av. Daniel León Borja 36-20 Y Uruguay	Tercera	8	32
Mister Gus	032949900	Rocafuerte 27-43 Y Ayacucho	Tercera	8	32
Chifa Doble Feliz	032940978	Carabobo 21-14 Y Guayaquil	Tercera	6	24
Pollo Gus	2950698	10 De Agosto 20-13 Y Tarqui	Segunda	7	28
Mar De Oro	2969135	Av. Daniel León Borja 44-10 Y Av. Carlos Zambrano	Tercera	12	48
Rayuela	2968237	Av. Daniel León Borja 36-30 Y Uruguay	Primera	10	40

Pollo Ejecutivo No.3	2963886	Av. Daniel León Borja 39-10 Y Luis A. Falconí	Tercera	8	32
Edus	032961932	Los Sauces 23-60 Y Veloz	Tercera	7	28
Rincón Chileno	032960319	Pichincha 25-17 Y Orozco	Tercera	10	40
Amelita	032951014	Nueva York S/N Y Cmdte. Jiménez	Tercera	12	48
Pollo Papio's 2	2366056	Av. Leopoldo Freire 739, Frente Policía	Tercera	6	24
Mocca La	032944512	Av. Antonio José De Sucre Mz. C Casa 2	Tercera	12	48
Porton Dorado	2967382	Diego De Ibarra 22-50 Y Av. Daniel León Borja	Tercera	8	32
Fogata	2962462	10 De Agosto 29-22 Y Carabobo	Cuarta	14	56
Mister Broasty	2360043	Av. Antonio J Sucre 32-16 Y México	Cuarta	7	28
Fogón Sport	032963541	Av. Daniel León Borja Y Av. Miguel Ángel León, Giralda Plaza	Tercera	12	48
La Isla	032360043	10 De Agosto 26-41 Y Magdalena Dávalos	Tercera	12	48
Pollo Ejecutivo 4		10 De Agosto S/N Y Av. Eloy Alfaro	Tercera	6	24
Montezuma	032968188	Juan Montalvo 29-62 Y Argentinos	Tercera	6	24
Vergel Del Sabor		Brasil 17-06 Y Colombia	Cuarta	8	32
Deliz	032942165	Brasil 23-17 Y Primera Constituyente	Cuarta	7	28
Delimar	032601559	Uruguay 24-52 Y Orozco	Cuarta	7	28
Costa Azul		Av. Canónigo Ramos y Av. 11 De Noviembre	Tercera	6	24
Pollo Ejecutivo No. 5	2376679	Av. Cordovez 22-50 Y Colon	Tercera	8	32
Las Rieles	032968188	Duchicela 42-02 Y Av. Unidad Nacional	Cuarta	12	48
Pinchos De La Uruguay Los	22624153	Uruguay 27-28 Y Av. Gonzalo Dávalos	Cuarta	8	32
Marisquería El Calipso	2924450	Madrid 12-04 Y Londres	Cuarta	10	40
Sabor Criollo	032969270	Eplicachima Y Huayna Palcon	Cuarta	6	24
Brasa Colonial La	2961981	10 De Agosto 20-44 Y 5 De Junio	Tercera	7	28
La Plancha	095802689	Av. Daniel León Borja 42-25 Y	Tercera	10	40

		Duchicela			
Pollos Stav	032940847	Av. Daniel León Borja Y Duchicela	Tercera	10	40
Oriental	2954612	Av. Daniel León Borja 39-22 Y Carlos Zambrano	Tercera	8	32
Toscana La	095805689	Manuel Elicio Flor Y Jacinto González	Tercera	10	40
Chifa Sheng Yuang	032954577	Av. Unidad Nacional 30-23 Y Juan Montalvo	Tercera	9	36
Pizzeria De Paolo La	2963999	Lavalle 22-36 Y Primera Constituyente	Tercera	6	24
Pizzeria De Paolo La 2	032943123	Veloz 37-20 Y Brasil	Tercera	5	20
La Vasija	2941182	Argentinos 25-21 Y España	Cuarta	8	32
Pollo Ejecutivo 7		Av. La Prensa 22-31 Y Av. Daniel León Borja	Tercera	8	32
Costillitas B.B.Q.	032607131	Los Álamos, Av. Canónigo Ramos 9 Y Saint Amond Mzb	Tercera	9	36
Cangrejo Rojo	032961846	Av. Daniel León Borja 21-46 Y Duchicela	Tercera	11	44
Chifa Pekin	032960828	Av. Daniel León Borja 40-52 Y Av. Carlos Zambrano	Tercera	10	40
Pollo Tejano	087737676	Av. Daniel León Borja 40-26 Y Av. Carlos Zambrano	Tercera	6	24
Nusayvida	032943207	Espejo 16-03 Y Esmeraldas	Cuarta	8	32
Don Cesitar	032963488	Av. Bolívar Bonilla 1 Y Caracas	Cuarta	8	32
Sansone	032946659	Velasco 28-06 Y Ayacucho	Cuarta	9	36
Comedor Don Pedro	085023179	Av. Pedro Vicente Maldonado, Frente Espoch	Tercera	6	24
Pollo Broster El Dorado	032946659	Carabobo 19-38 Y Villarroel	Cuarta	6	24
El Mesón Del Rey	032967476	Eplicachima 20-68 Y Av. Daniel León Borja	Cuarta	7	28
Mega Asadero	2944105	Espejo Y Av. Cordovez	Cuarta	6	24
Vegetariano	032607327	Esmeraldas 27-61 Y Rocafuerte	Cuarta	10	40
Cittadino	032947487	Espejo 19-23 Y Villarroel	Cuarta	7	28
Doña Sarita	032607131	Jacinto Evia, Frente Al Estadio Espoch	Cuarta	5	20
Panamericano		Av. Pedro Vicente Maldonado Y Pasaje Sn, Redondel De La Espoch	Tercera	12	48
Su Casa	099047971	Epiclachima 19-86 Y Huayna	Cuarta	6	24

		Palcon			
Pollo Papiro's 3	2366056	Av. Lizarzaburu Y Av. 11 De Noviembre	Tercera	6	24
Marisquería D`Aly	2968956	Uruguay 17-22 Y Chile	Cuarta	9	36
Calipzo	2942957	Primera Constituyente 13-56 Y Loja	Cuarta	9	36
Emperador Broaster 2	032604853	Av. Eloy Alfaro Y Av. Leopoldo Freire	Tercera	8	32
Mirage Club	032940585	Condorazo 17-58 Y Av. Unidad Nacional	Segunda	8	32
La Parada	2306478	Virgilio Corral 14 Y Cesar León	Cuarta	6	24
Virgen Del Cisne	2950119	Av. La Prensa 19 Y Olivos	Tercera	6	24
Carnes Latinas	032964789	Colombia 26-16 y García Moreno	Cuarta	6	24
Neptuno	032944822	Av. Circunvalación S/N Y Puruhá	Cuarta	6	24
Comidas de Victor	032601279	Av. Antonio José De Sucre Y Begonias, Paseo Shopping Riobamba	Segunda	6	24
Chifa Nueva Jing Jing	032967783	Av. Miguel Ángel León 22-36 y Primera Constituyente	Tercera	8	32
Cebiches de la Rumiñahui Los		Av. Antonio José De Sucre y Begonias, Paseo Shopping Riobamba	Segunda	10	40
Nuevo Milenio	032601279	Cdla. 24 De Mayo Av. Leonadas Proaño Y Galápagos	Cuarta	8	32
Kentucky Fried Chicken 0152	032949999	Av. Antonio José De Sucre Y Begonias, Paseo Shopping Riobamba	Segunda	10	40
Menstras Del Negro	032449999	Av. Antonio José De Sucre Y Begonias, Paseo Shopping Riobamba	Segunda	10	40
Cafe Paola Ii	032950555	Vargas Torres 23-24 Y Veloz	Tercera	8	32
Club Hotel	032968036	Av. Daniel León Borja 41-29 Y Duchicela	Segunda	8	32
Chifa China	032962993	Av. Daniel León Borja 43-39 Y La 44	Tercera	14	56
Chili's	042322555	Av. Antonio José De Sucre Y Begonias, Paseo Shopping Riobamba	Segunda	40	160
Vaca Marina La	092962585	10 De Agosto Y Morona	Tercera	6	24

Puerto Azul	032962400	Carabobo 23-50 Y Veloz	Tercera	8	32
Riobamba Inn	032963600	Carabobo 32-10 Y Primera Constituyente	Tercera	10	40
Pollo Gus 2	032963504	Av. Daniel León Borja 36-49 Y Brasil	Tercera	23	92
El Sabor Riobambeño	032954616	Av. La Prensa 27 Y Olivos	Cuarta	6	24
Doña Elsita	032944822	Eplicachima 20-64 Y Av. Daniel León Borja	Cuarta	8	32
Pollo Koko Loko	032946628	Olmedo 28-57 Y Carabobo	Tercera	8	32
Pollo Pico Loco	032952415	Olmedo 28-09 Y Rocafuerte	Tercera	7	28
Chifa Asia	2948567	Av. Daniel León Borja 43-40 Y La 44	Tercera	9	36
Ch Farina	032230035	Av. Antonio José De Sucre Y Begonias, Paseo Shopping Riobamba	Segunda	10	40
Rincón Europeo	032942145	Colon 27-61 Y Ayacucho	Tercera	8	32
Delicias Don Paco	032942435	Ayacucho 18-48 Y Velasco	Tercera	6	24
Cangrejo Azul	032961733	Cuidadela Pucara Mz 1 Calle La Habana S/N	Cuarta	7	28
Mónaco Restaurante	032607942	Av. Canónigo Ramos No. 10 Y Agustín Casacante	Tercera	10	40
La Estación	032600527	Magdalena Dávalos Y 10 De Agosto, Frente Al Colegio Fatimas	Cuarta	8	32
Pizzeria Monaco	032947342	Av. La Prensa 11 Y Argentinos	Tercera	16	64
Tablita Del Tartaro	032966041	Av. Antonio José De Sucre Y Begonias, Paseo Shopping Riobamba	Segunda	10	40
Mediterraneo	083441389	Joaquin Chiriboga Y Guayaquil, Frente Al Colegio Verbo	Tercera	8	32
Sal y Pimienta	032950222	Autachi 42-55 Y Manuel Elicio Flor	Tercera	12	48
El Guayaco	032628201	Av. Juan Felix Proaño 12-26 Y Helsinsky	Cuarta	6	24
Carl's Jr	042322555	Av. Antonio José De Sucre Y Begonias, Paseo Shopping Riobamba	Segunda	10	40
Blvd 353	032951919	Uruguay 21-60 Y Av. Daniel	Tercera	8	32

		León Borja			
Tropiburger	032943705	Av. Miguel Ángel León Y Av. Daniel León Borja	Tercera	11	44
Urban Gourmet	032945359	Loja 19-02 Y 12 De Octubre	Tercera	7	28
Jamones Andaluza de la Sierra	032947189	Av. Daniel León Borja 35-04 Y Uruguay	Segunda	14	56
Cuchifritos	032942827	Uruguay 18-12 Y Chile	Cuarta	9	36
Abbey Rd Pub	032964840	Av. Daniel León Borja 36-56 Y Brasil	Tercera	12	48
Orale Antojitos Mexicanos	032950337	Morona 21-57 Y 10 De Agosto	Tercera	12	48
Zodiaco's Fogon Marisqueria	2947 474	Av. Lizarzaburu Y Agustín Torres Solis	Tercera	9	36
Pollos Vip		Av. Canónigo Ramos Y Av. La Prensa	Tercera	7	28
D'alice	2953153	Jacinto González 23-09 Y Manuel Elicio Flor	Tercera	11	44
Acqua & Farina	2965738	Brasil 22-37 y Primera Constituyente	Segunda	7	28
Felipe Restaurante Boutique	099550009	Juan Chiriboga y Segundo Rosero	Segunda	9	36
Metro Cafe Rio	2946723	Pasaje El Espectador Y Av. Daniel León Borja	Tercera	8	32
Le Due Sorelle Cucina Mediteranea	2950753	Av. Leopoldo No. 11 Y Pasaje Atenas	Tercera	14	56
Bocatas	2603897	Av. Lizarzaburu No. 14 Y Av. 11 De Noviembre	Tercera	12	48
El Parrillerito 2	2602750	Eduardo Kingman No. 1 Y Av. 11 De Noviembre	Tercera	15	60
Un Rincón de Rio	2946946	Av. Daniel León Borja 37-42 Y Brasil	Tercera	20	80
Don Gatito	2940509	España 25-45 Y Argentinos	Tercera	7	28
Fritadas de la Ayacucho	2941250	Ayacucho 25-40 Entre España y García Moreno	Cuarta	15	60
Lulu'S Bar & Restaurant	2942045	Veloz 36-40 Y Uruguay	Segunda	10	40
Brazas Steak House las	2941946	Veloz 40-39 Y Av. Carlos Zambrano	Primera	30	120

Don Pato	2940978	Carabobo 21-42 Y Guayaquil	Cuarta	13	52
Viento Del Oeste	2966901	Rocafuerte 28-67 Y Venezuela	Tercera	14	56
Carlita	2600955	Panamericana Norte, Pasaje Dos #5 Y Pasaje Uno Ciudadela Prados Del Norte Mz 6	Cuarta	7	28
Marisqueria Camba Huasi	2378671	Av. Circunvalacion 8 Y Jerusalén	Cuarta	9	36
La Huigreñita	2600131	Panamericana Norte y callejón Azuay	Cuarta	6	24
El Toro Barroso Parrilladas	2968049	Los Nogales 8 y Junín	Cuarta	12	48
Patio De Comidas Mix Fgc		Morona 25-38 y Argentinos	Tercera	16	64
Bonanza	2943250	Av. Daniel León Borja y Duchicela	Segunda	29	116
Mini Market Mariu		Av. By Pass Y Alfonso Chávez, Interior De Gasolinera By Pass	Cuarta	2	8
Amore Della Mamma	983930140	Vargas Torres 22-55 y Primera Constituyente	Tercera	16	64
Campanario de Rio	979129298	5 De Junio 22-39 Y 10 De Agosto	Cuarta	8	32
Marisqueria Neptuno	032610494	Av. 9 De Octubre 33-11 Y Bolivia	Tercera	11	44
Travietta Pizzeria	983859444	Olmedo 15-26 Entre Morona Y Almagro	Cuarta	7	28
Paradero Santa Ana	993952103	Rio Paute 90-20 Y Rio Tomebamba	Cuarta	14	56
Chifa Zhong Hua	999716397	Av. Leopoldo Freire 07-85 Y La Paz	Cuarta	10	40
Hornilla	032941332	Francia 18-51 Entre Villarroel Y Chile	Cuarta	15	60
Nativa Gastronomía Ecuatoriana	032308080	Av. Canónigo Ramos N.17 Y Agustin Cascante	Tercera	7	28
Marisqueria Matius	032953990	Junin 30-29 Y Juan Montalvo	Cuarta	15	60
Mapale	988494002	Diego De Rodríguez N.10 Y Av. Pedro Vicente Maldonado	Cuarta	12	48

Nostra Pizza Tratoria	032943382	Larrea 24-29 Y Veloz	Cuarta	7	28
Salón De Eventos Restaurante Rosengarten	032307032	Av. La Prensa 36-38 Y Argentinos	Segunda	20	80
Sabores De Italia Los		Av. Daniel León Borja 21-91 Y Duchicela	Tercera	8	32
Pollo Tex		Espejo 33-70 Y Av. Cordovez	Cuarta	8	32
San Valentín Club	2963137	Av. Daniel León Borja 22-19 Y Vargas Torres	Tercera	20	80
La Barcaza	2604892	Av. Saint Amand Montrond Y Av. Lizarzaburu	Tercera	15	60
El Gran Chaparral	2946065	Venezuela 15-38 Y Almagro	Cuarta	8	32
Chaby'S	2953410	Colon 27-12 Y Junín	Cuarta	8	32
Club Rio		Av. Daniel León Borja Y Uruguay	Tercera	5	20
La Terraza	2954952	Av. Unidad Nacional 38-15 Y Brasil	Tercera	18	72
Pa Cortarse Las Venas Rolings	2944001	Av. Miguel Ángel León Y Av. Unidad Nacional	Segunda	11	44
El Meson Español		Buenos Aires 12-55 Y Joaquín Chiriboga	Cuarta	8	32
Marisquería el Rincón Marino	2303651	Av. Principal Y Callejón uno	Cuarta	14	56
Mar Y Sierra Carnes Y Mariscos	2307041	Av. La Prensa 36-37	Tercera	15	60
Good Chicken Siempre Mas		10 De Agosto 20-26 Y Tarqui	Cuarta	8	32
<b>Cafetería</b>					
La Fuente	2604200	Primera Constituyente Y García Moreno	Segunda	8	32
Jhonny Café		Espejo Y Primera Constituyente	Tercera	11	44
Helados De Paila	2946948	10 De Agosto Y Magdalena Dávalos	Tercera	23	92
Café Paola	2963051	Pichincha 13-24 Y Olmedo	Tercera	11	44
La Abuela Rosa	2945888	Urb. Las Retamas Brasil 15-03 Y Esmeraldas	Segunda	6	24
La Rosa	2306412	Virgilio Corral No. 6 y Agustin Dávalos	Tercera	8	32



Danu	2942474	Av. Unidad Nacional 37-20 Y Las Olimpiadas	Tercera	8	32
Quinta Dorada	032600283	García Moreno Y 10 De Agosto	Tercera	6	24
Bom Cafe	2961813	Pichincha 21-37 Y 10 De Agosto	Tercera	9	36
Brothers Cafe	032932091	Av. Daniel León Borja 24-84 Y Brasil	Tercera	11	44
Sucursal Panaderia La Vienesa	032944997	Av. Daniel León Borja 35-15 Y Uruguay	Tercera	4	16
Tutto Freddo	032414717	Paseo Shopping Riobamba	Segunda	10	40
Casa de las Humitas	032966795	García Moreno 29-15 Y Venezuela	Cuarta	6	24
Thao By Bamboo	032968219	Lavalle 22-08 Y Av. Daniel León Borja	Tercera	8	32
Mani Mani Café		Av. Lizaraburu-Multiplaza	Tercera	12	48
Destápate	2300254	Av. Daniel León Borja 37-42 Y Brasil	Segunda	7	28
Baltimore	2963954	Av. Daniel León Borja 35-54 Entre Uruguay Y Diego De Ibarra	Tercera	10	40
Tribu	2961896	Av. Daniel León Borja 32-15 Y Vargas Torres	Tercera	6	24
Mundo Tuerca	032300277	Panamericana Norte (Interior De La Estación De Servicio Mundo Tuerca)	Cuarta	2	8
El Kfecito	995102380	Veloz 41-16 Y Carlos Zambrano	Tercera	4	16
Denisse	032367070	Av. Antonio José De Sucre N.1 Y Vicente Ramón Roca	Tercera	7	28
Tq Cafeteria Tradicional	2968888	Veloz 42-19 Y Los Sauces	Segunda	15	60
Cayfrut´S		Veloz 18-27 Y Juan De Velasco	Tercera	6	24
Kfesito Cafeteria Y Heladeria		10 De Agosto Y España	Tercera	7	28
Amonet		Jacinto González No. 33 Entre Argentinos Y Orozco	Cuarta	8	32
Pruéballo Cafetería Panadería	2306761	Av. Daniel León Borja Y Lavalle	Cuarta	4	16

The Duke'S Irish Pub	2940730	Brasil 18-56 Y Av. Unidad Nacional	Cuarta	9	36
-------------------------	---------	---------------------------------------	--------	---	----

**Fuente:** Mintur (2015)

**Elaborado por:** Gisela Ramos

**Anexo 5.** Catastro de prestadores de servicio de transporte de Riobamba

NOMBRE	TELÉFONO	DIRECCIÓN
Rioempres tours	2946575	Av. Daniel León Borja 40-26 y Carlos Zambrano
Interangeles tours	2940568	Olmedo 28-57 y Carabobo
National travel c.a.	2968373	Uruguay 28-01 y Ayacucho

**Fuente:** Mintur (2015)

**Elaborado por:** Gisela Ramos

**Anexo 6.** Catastro de prestadores de servicios turístico de Agencias de viaje de la ciudad de Riobamba.

NOMBRE	TELÉFONO	DIRECCIÓN
Chimborazo Travel	2940924	España S/N Y Veloz
Delgado Travel	2961152	10 De Agosto Y Larrea
Diamante Tours	2960319	Ayacucho 253 Y Garcia Moreno
Majestouring	2944673	Caraboro Y 10 De Agosto
Rio Tur Travel	2968243	Veloz 28-35 Y Magdalena Dávalos
Probici	2941880	Primera Constituyente 23-40 Y Larrea
Julio Verne	2963423	Brasil 22-40 Y Primera Constituyente
Veloz Coronado Expediciones	2960916	Chile 33-21 Y Francia
Turistarapuya	2950737	Primera Constituyente Y Joaquín Chiriboga
Universal Center Travel	2942287	García Moreno Y Olmedo
Circulo Tours	2947337	Veloz 37-35 Y Brasil
Rumbo Travel	2954183	Av. Daniel Leon Borja 45-32 Y Av. De La Prensa
Incañan Eco Tourism S.A.	2940508	Brasil Y Alfredo Costales
Sustain Tours	084681544	Av. Daniel Leon Borja 36-30 Y Uruguay
Puruha Razurku	2606774	Av. Sesquicentenario Y M.A. Jijon
Soul Train	2964890	Carabobo 22-35 Y 10 De Agosto
Andesspirit	2612263	Ilapo No. 2 Y Tixan, Cdla. La Primavera
Mundodestinos	2960976	Av. Daniel Leon Borja 40-26
Cacha Allisamay	23030501	Barrio Comunidad Machangara
Altar Climbing	2323085	Chimborazo 24-11 Larrea
Salazartours	2924303	Viena S/N Y Varsovia
Andean Adventures	2951389	Av. Daniel Leon Borja 35-17 Y Uruguay

Atripear	095724077	Espejo S/N Y Olmedo
Ecuakawsani	2618177	García Moreno Y Maldonado, Barrio Santa Rosa Parroquia Yaruquíes
Expediciones Andinas	2364278	Las Abras Km31/2 Via Guano
Mundo Tours	2953549	Veloz 42-25 Y Los Sauces
Gui&Eme	2951710	Veloz 22-22 Y Espejo
Aerovacaciones	2954590	Primera Constituyente 30-22 Y Juan Montalvo
Infinityecuador	2947 494	Ayacucho 27-10 Y Pichincha
Aglotour Agencia De Viajes Global Tour Cia. Ltda.	2943811	Orozco 25-54 Y García Moreno

**Fuente:** Mintur 2015

**Elaborado por:** Gisela Ramos

#### Anexo 7. Encuestas aplicadas a artesanos

#### Encuesta 1. Encuesta aplicada a Leonidas Chonalata-taller de hojalatería.

**1. Nombre del propietario del local artesanal** Leonidas Chonalata

**2. Nombre del local artesanal** Hojalatería Chonalata **Teléfono** 2968908

**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** elaboración de objetos en hojalata

**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: Pichincha y Chile

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

**5.1** Primaria ( X )      **5.2** Secundaria ( )      **5.3** Superior ( )      **5.4** Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 1

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

**7.1** Arrendada ( )      **7.2** Propia ( X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( )      Agua ( )      Teléfono ( )      Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si ( )      **8.2** No ( X )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

**9.1** entre 5 y 10 ( )      **9.2** entre 11 y 15 ( )      **9.3** entre 16 y 20 ( )      **9.4** más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

**10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( )

**10.2** realización de artesanías por los turistas ( )

**10.3** fotografía ( )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional ( )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 2.** Encuesta aplicada a Miriam Chuquimarca-taller de elaboración de trajes típicos y caretas

**1. Nombre del propietario del local artesanal** Miriam Chuquimarca

**2. Nombre del local artesanal** Novedades Payasito **Teléfono** 2952 905

**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** elaboración de objetos en hojalata

**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: García Moreno y Chile

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

**5.1** Primaria ( ) **5.2** Secundaria ( X ) **5.3** Superior ( ) **5.4** Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal? 2**

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

**7.1** Arrendada ( ) **7.2** Propia ( X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( ) Agua ( ) Teléfono ( ) Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si ( ) **8.2** No ( X )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

**9.1** entre 5 y 10 ( ) **9.2** entre 11 y 15 ( ) **9.3** entre 16 y 20 ( ) **9.4** más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

**10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( )

**10.2** realización de artesanías por los turistas ( )

**10.3** fotografía ( )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional ( )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 3.** Encuesta aplicada a Rosa Mendoza-taller de bordados

**1. Nombre del propietario del local artesanal** Rosa Mendoza

**2. Nombre del local artesanal** el Bordado Francés **Teléfono** 2940 530

**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** elaboración de bordados en túnicas religiosas y bordados en general

**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: Pichincha entre Chile y Colombia

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

**5.1** Primaria ( ) **5.2** Secundaria ( X ) **5.3** Superior ( ) **5.4**

Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 4

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

**7.1** Arrendada ( ) **7.2** Propia ( X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( ) Agua ( ) Teléfono ( ) Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si ( X ) **8.2** No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

**9.1** entre 5 y 10 ( X ) **9.2** entre 11 y 15 ( ) **9.3** entre 16 y 20 ( ) **9.4** más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

**10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( )

**10.2** realización de artesanías por los turistas ( X )

**10.3** fotografía ( X )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional ( X )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 4.** Encuesta aplicada a Segundo Choto –taller de talabartería**1. Nombre del propietario del local artesanal** Segundo Choto**2. Nombre del local artesanal** Talabartería San José**Teléfono** 2947 812**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** todo lo que son objetos de talabartería**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: Veloz 18-19 y Juan de Velasco

**5. Instrucción del propietario del local artesanal****5.1** Primaria (X )**5.2** Secundaria ( )**5.3** Superior ( )**5.4**

Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 1**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es****7.1** Arrendada ( X )**7.2** Propia ( )**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( )

Agua ( )

Teléfono ( )

Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?****8.1** Si ( X )**8.2** No ( )**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?****9.1** entre 5 y 10 ( X )**9.2** entre 11 y 15 ( )**9.3** entre 16 y 20 ( )**9.4** más de 20(

)

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?****10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( )**10.2** realización de artesanías por los turistas ( X )**10.3** fotografía ( X )**10.4** narración histórica del oficio tradicional ( X )**10.5** otras actividades (especifique cuáles)**Encuesta 5.** Encuesta aplicada a Enrique Guerrero-taller de campanas de bronce**1. Nombre del propietario del local artesanal** Enrique Guerrero**2. Nombre del local artesanal** Ninguno**Teléfono** 2940 428**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** fundición de bronce

**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: 11 de noviembre y García Moreno

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

5.1 Primaria (X) 5.2 Secundaria ( ) 5.3 Superior ( ) 5.4 Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal? 2****7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

7.1 Arrendado ( X ) 7.2 Propio (X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( ) Agua ( ) Teléfono ( ) Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

8.1 Si ( X ) 8.2 No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

9.1 entre 5 y 10 ( ) 9.2 entre 11 y 15 ( X ) 9.3 entre 16 y 20 ( ) 9.4 más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

10.1 demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( X )

10.2 realización de artesanías por los turistas ( X )

10.3 fotografía ( X )

10.4 narración histórica del oficio tradicional ( )

10.5 otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 6.** Encuesta aplicada a Carlos Ruiz-taller de objetos en bronce**1. Nombre del propietario del local artesanal** Carlos Ruiz2. **Nombre del local artesanal** Tradiciones de mi tierra **Teléfono** 2308 8333. **Actividad artesanal que desarrolla el local** fundición de bronce**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: Av. Pedro Vicente Maldonado y Vasco de Contreras.

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

5.1 Primaria ( ) 5.2 Secundaria ( ) 5.3 Superior (X ) 5.4 Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal? 2**

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

**7.1** Arrendado ( )                  **7.2** Propio (X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( )      Agua ( )      Teléfono ( )      Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si ( X )                  **8.2** No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

**9.1** entre 5 y 10 ( x )      **9.2** entre 11 y 15 ( )      **9.3** entre 16 y 20 ( )      **9.4** más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

**10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( X )

**10.2** realización de artesanías por los turistas ( X )

**10.3** fotografía (X )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional ( )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 7. Mario Cevallos-taller de elaboración de globos de papel de seda**

**1. Nombre del propietario del local artesanal** Mario Cevallos

**2. Nombre del local artesanal** Ninguno                                  **Teléfono** 0984827039

**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** elaboración de globos de papel de seda

**4. Ubicación del lugar artesanal**

**4.1** Dirección: Carabobo y México

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

**5.1** Primaria ( )                  **5.2** Secundaria ( X )      **5.3** Superior ( )      **5.4** Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 2

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

**7.1** Arrendado ( )                  **7.2** Propio (X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( )      Agua ( )      Teléfono ( )      Todos ( X )



**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si ( )                      **8.2** No ( X )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

**9.1** entre 5 y 10 ( x )    **9.2** entre 11 y 15 ( )    **9.3** entre 16 y 20 ( )    **9.4** más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

**10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( X )

**10.2** realización de artesanías por los turistas ( X )

**10.3** fotografía ( X )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional ( )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 8.** Encuesta aplicada a Segundo Pilco-taller de torneado

**1. Nombre del propietario del local artesanal** Segundo Pilco

**2. Nombre del local artesanal** El Palacio del Torno                      **Teléfono** N/A

**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** tornero en madera y materiales en general

**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: Chile y García Moreno

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

**5.1** Primaria ( X )            **5.2** Secundaria ( )    **5.3** Superior ( )            **5.4** Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 1

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

**7.1** Arrendado ( X )            **7.2** Propio ( )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( X )    Agua ( X )    Teléfono ( )    Todos ( )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si ( X )                      **8.2** No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

9.1 entre 5 y 10 ( x ) 9.2 entre 11 y 15 ( ) 9.3 entre 16 y 20 ( ) 9.4 más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

10.1 demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( X )

10.2 realización de artesanías por los turistas ( X )

10.3 fotografía ( X )

10.4 narración histórica del oficio tradicional ( )

10.5 otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 9.** Encuesta aplicada a Marco Sanaguano-taller de torneado en tagua

**1. Nombre del propietario del local artesanal** Marco Sanaguano

**2. Nombre del local artesanal** Tagua Made **Teléfono** 0992710843

**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** torneado en tagua

**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: Cdla Leonidas Proaño mz A casa # 19

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

5.1 Primaria ( X ) 5.2 Secundaria ( ) 5.3 Superior ( X ) 5.4 Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 3

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

7.1 Arrendado ( ) 7.2 Propio ( X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( ) Agua ( ) Teléfono ( ) Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

8.1 Si ( X ) 8.2 No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

9.1 entre 5 y 10 ( ) 9.2 entre 11 y 15 ( X ) 9.3 entre 16 y 20 ( ) 9.4 más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

10.1 demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( X )

10.2 realización de artesanías por los turistas ( X )

10.3 fotografía ( X )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional (X )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 10.** Encuesta aplicada a Segundo Vilema- taller de elaboración de sombreros

**1. Nombre del propietario del local artesanal** Segundo Vilema

**2. Nombre del local artesanal** Sombrerería Vilema **Teléfono** 2968 402

**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** elaboración de sombreros

**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: Colón Veloz

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

**5.1** Primaria ( X ) **5.2** Secundaria ( ) **5.3** Superior ( X ) **5.4** Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 1

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

Arrendado ( ) **7.2** Propio ( X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( ) Agua ( ) Teléfono ( ) Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si ( X ) **8.2** No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

**9.1** entre 5 y 10 ( ) **9.2** entre 11 y 15 ( X ) **9.3** entre 16 y 20 ( ) **9.4** más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

**10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( X )

**10.2** realización de artesanías por los turistas ( X )

**10.3** fotografía ( X )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional ( )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 11.** Encuesta aplicada a Byron Robalino –taller de esculturas**1. Nombre del propietario del local artesanal** Byron Robalino**2. Nombre del local artesanal** La Sagrada Familia **Teléfono** 0995655653**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** arte religioso**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: La Condamine Local # 25

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

5.1 Primaria ( X ) 5.2 Secundaria ( ) 5.3 Superior ( X ) 5.4 Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 1**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

Arrendado ( X ) 7.2 Propio ( )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( ) Agua ( ) Teléfono ( ) Todos ( X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

8.1 Si ( X ) 8.2 No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

9.1 entre 5 y 10 ( X ) 9.2 entre 11 y 15 ( ) 9.3 entre 16 y 20 ( ) 9.4 más de 20 ( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

10.1 demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( X )

10.2 realización de artesanías por los turistas ( X )

10.3 fotografía ( X )

10.4 narración histórica del oficio tradicional ( )

10.5 otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 12.** Encuesta aplicada a Xavier Llinguin–taller de esculturas**1. Nombre del propietario del local artesanal** Xavier Llinguin**2. Nombre del local artesanal** El Cristo Roto **Teléfono** 2 612 709**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** escultura y restauración

**4. Ubicación del lugar artesanal**

4.1 Dirección: Olmedo entre 5 de junio y Tarqui

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

5.1 Primaria ( )      5.2 Secundaria (X )      5.3 Superior ( )      5.4 Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal? 1****7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

Arrendado ( )      7.2 Propio (X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( )      Agua ( )      Teléfono ( )      Todos (X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

8.1 Si (X )      8.2 No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

9.1 entre 5 y 10 (X )      9.2 entre 11 y 15 ( )      9.3 entre 16 y 20 ( )      9.4 más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

10.1 demostración del procedimiento de realización de las artesanías (X )

10.2 realización de artesanías por los turistas (X )

10.3 fotografía (X )

10.4 narración histórica del oficio tradicional ( )

10.5 otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 13. Encuesta aplicada a Matilde Ríos - elaboración de trajes típicos****1. Nombre del propietario del local artesanal Matilde Ríos**

2. Nombre del local artesanal Casa del disfraz Lucita      Teléfono 2 955 019

3. Actividad artesanal que desarrolla el local elaboración de trajes típicos

**4. Ubicación del lugar artesanal**

Dirección: García Moreno 17-16 y Colombia

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

5.1 Primaria ( )      5.2 Secundaria (X )      5.3 Superior ( )      5.4 Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal? 1**

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

**7.1** Arrendada ( )                      **7.2** Propia (X )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( )    Agua ( )    Teléfono ( )    Todos (X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si (X )                      **8.2** No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

**9.1** entre 5 y 10 (X )    **9.2** entre 11 y 15 ( )    **9.3** entre 16 y 20 ( )    **9.4** más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

**10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías (X )

**10.2** realización de artesanías por los turistas (X )

**10.3** fotografía (X )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional (X )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Encuesta 14.** Encuesta aplicada a Gonzalo Carrasco-realización de caretas

**1. Nombre del propietario del local artesanal** Gonzalo Carrasco

**2. Nombre del local artesanal** Sin nombre    **Teléfono:** no posee

**3. Actividad artesanal que desarrolla el local** elaboración de caretas

**4. Ubicación del lugar artesanal**

**4.1** Dirección: Mercado Santa Rosa Villarroel entre Rocafuerte y Pichincha

**5. Instrucción del propietario del local artesanal**

**5.1** Primaria ( )                      **5.2** Secundaria (X )                      **5.3** Superior ( )                      **5.4** Ninguna ( )

**6. ¿Cuántas personas trabajan en el local artesanal?** 1

**7. a) El lugar donde funciona el local artesanal es**

**7.1** Arrendada (X)                      **7.2** Propia ( )

**b) ¿Con qué servicios básicos cuenta su local artesanal?**

Luz ( )    Agua ( )    Teléfono ( )    Todos (X )

**8. ¿Le gustaría formar parte de la ruta turística artesanal que se pretende establecer con este proyecto, para mejorar los ingresos de los artesanos tradicionales de la ciudad de Riobamba y con ello el turismo en la misma?**

**8.1** Si ( X )                      **8.2** No ( )

**9. ¿Para cuántos turistas o clientes tiene capacidad aproximadamente su local artesanal?**

**9.1** entre 5 y 10 ( )    **9.2** entre 11 y 15 ( X )    **9.3** entre 16 y 20 ( )    **9.4** más de 20( )

**10. ¿Qué actividades podría participar con los turistas que visiten su local artesanal?**

**10.1** demostración del procedimiento de realización de las artesanías ( X )

**10.2** realización de artesanías por los turistas ( X )

**10.3** fotografía ( X )

**10.4** narración histórica del oficio tradicional ( X )

**10.5** otras actividades (especifique cuáles)

**Anexo 8.** Ficha de registro de PCI (patrimonio cultural inmaterial). Hojalatería- Sr. Leonidas Chonalata

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000001
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo		<b>Cantón:</b> Riobamba
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 760984 Y: (Norte) 9814850 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Sr Chonalata en su almacén de hojalatería. Foto Gisela Ramos 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000001_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Hojalatería		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	hojalatería	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		
Los hojalateros son personas creativas que trabajan diferentes técnicas como la de repujados donde el ácido con el bronce, cobre o aluminio además con el latón un material dúctil y que con una buena presión en el		



torno especial puede convertirse en una esfera o en un sol hasta obtener diferentes piezas muy llamativas.

Y es así como el sr Chonalata viene trabajando hace durante 50 años en este oficio moldeando diferentes utensilios como arneros, achichadores, regaderas, bebederos, embudos, caretas de diablo, moldes de queso, de quey etc. Además también elabora caretas de diablo pero estas las vende solo en diciembre por eso se debe empezar a hacerlas por noviembre, estas caretas de diablo son tradicionales de Riobamba, para las comparsas, los desfiles y misas de niño.

Cuenta el sr Chonalata que antes la hojalatería era muy buen negocio, vendía por docenas, y entregaba a negocio, ahora que salió el aluminio bajó el trabajo de hojalatería, después con el plástico peor se dañó el negocio, en la actualidad vende ya muy poco, ya no es vida la hojalatería.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año se venden			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo o actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Mantener la tradición de usar piezas realizadas en hojalata que los riobambeños han mantenido durante muchos años.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes	Las personas ya casi no compran los objetos elaborados con hojalata, estos productos no tienen mucha acogida, puesto que han sido reemplazados por otros materiales como el aluminio, el plástico para elaborar los objetos que antes los elaboraban en la hojalatería.			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
CHONALATA LEONIDAS		PICHINCHA 27-32 Y CHILE	2968908	M	78
<b>8. ANEXOS</b>					

<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>
Entrevista N. 15		Video N. 3	Audio N. 10
<b>9. DATOS DE CONTROL</b>			
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO			
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS		<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/14	
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA		<b>Fecha de revisión:</b>	
<b>Aprobado por:</b>		<b>Fecha de aprobación:</b>	
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS			

**Anexo 9.** Ficha de registro de PCI. Elaboración de trajes típicos- Sra. Matilde Ríos

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000002
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 761060 Y: (Norte) 9814865 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> La Sra Matilde Ríos elaborando un traje típico		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000002_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Elaboración de trajes típicos-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	Español	

<b>Ámbito</b>					
Técnicas artesanales tradicionales					
<b>Subámbito</b>			<b>Detalle del subámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales			Textilería		
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>					
La Sra. Matilde Ríos mantiene la tradición de confeccionar trajes típicos unos 40 años oficio que aprendió de su madre que se dedicaba a confeccionar trajes en máquina de coser a mano y muchas de las veces las costuras las hacía a mano.					
<b>5. OBJETOS ARTESANALES QUE ELABORAN (materiales de los objetos)</b>					
Trajes de curiquire, sacha runa, ángel, gorila, payaso y diablo con máscara de lata.					
<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>			
	Anual	El periodo en el que tienen más acogida estos trajes es de noviembre a enero puesto que son las fiestas de navidad, sin embargo la realización, sin embargo elaboran y comercializan todo el año			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>6. PORTADORES /SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/tiempo actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>7. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Es importante para que se preserven las manifestaciones culturales relativas a festividades de la ciudad					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes	La elaboración de trajes se mantiene pero van alterándose las formas y diseños de los mismos, perdiéndose así la identidad en cuanto a personajes característicos de Riobamba			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				

Manifestaciones de la memoria				
<b>8. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
RIOS MATILDE	GARCÍA MORENO Y COLOMBIA	2 955 019	F	56
<b>9. ANEXOS</b>				
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
<b>10. DATOS DE CONTROL</b>				
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS		<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/10		
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA		<b>Fecha de revisión:</b>		
<b>Aprobado por:</b>		<b>Fecha de aprobación:</b>		
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS				

**Anexo 10.** Ficha de registro de PCI. Elaboración de trajes típicos- Miriam Chuquimarca

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000003
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 9814823 Y: (Norte ) 761049 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Miriam Chuquimarca enseñando las caretas de diablo. Foto Gisela Ramos, 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000003_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Elaboración de trajes típicos-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	textilería	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		
La elaboración de trajes típicos es un arte muy colorido en donde se entremezclan formas, diseños y colores que replican en piezas que llenan de vida a las personas que lo usan y quieren representar a algún		


personaje en especial. Es así como Miriam Chuquimarca realiza ya durante un poco más de dos décadas trajes de personajes típicos de los pregones, desfiles y pases del niño. Dentro de su almacén se exhiben además las máscaras del diablo de metal que las compran ya elaboradas lo que ella junto con su esposo e hijos hace es agregarle el toque final, que es la trenza de cabuya que le da el complemento a esta máscara.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	el mes de diciembre y enero tienen mejor acogida			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo o actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Es importante para que se continúen realizando los desfiles, comparsas y eventos culturales en general.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes	La elaboración de trajes se mantiene pero van alterándose las formas y diseños de los mismos, perdiéndose así la identidad en cuanto a personajes característicos de Riobamba			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
CHUQUIMARCA MIRIAM		GARCÍA MORENO 17-10 Y CHILE	2952905/ 0987281446	F	49
<b>8. ANEXO</b>					
Textos	Fotografías	Videos	Audio		
Entrevista N 6	I				
<b>10. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS			<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/12		
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA			<b>Fecha de revisión:</b>		

LARA	
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS	



**Anexo 11.** Ficha de registro de PCI. Elaboración de caretas- Sra. Bachita Santillán


<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-03-000-14-000004
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Maldonado		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 761766 Y: (Norte ) 9815133 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Exhibición de caretas de payaso elaboradas por la sra Santillán. Foto Gisela Ramos 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-04-000-14-000004_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Elaboración de caretas-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		
Las caretas son representaciones de distintos personajes que dan colorido y vida a las fiestas y festividades. Por medio de papel y goma se va moldeando formas diversas hasta obtener una capa dura que pueda ser		

decorada de diversos colores. Es así como la sra Santillán ha trabajado durante 15 años en la venta y elaboración de caretas. Elabora payasos, perros, gatos, conejos, etc.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año se venden cuando son festividades aumentan los pedidos			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo o actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Ayuda a que se mantenga la tradición de la alegría en las comparsas y desfiles.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
X	Manifestaciones Vigentes	Cada vez hay más competencia en la elaboración de caretas.			
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
SANTILLÁN BACHITA		ARGENTINOS 21-64 Y EUGENIO ESPEJO	0984953519	F	60
<b>8. ANEXOS</b>					
Textos	Fotografías	Videos	Audio		
<b>9. DATOS DE CONTROL</b>					
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
Registrado por: GISELA RAMOS			Fecha de registro: 2015/07/15		
Revisado por: PAULINA MORENO-SULEMA LARA			Fecha de revisión:		

<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico: GISELA RAMOS</b>	

**Anexo 12.** Ficha de registro de PCI. Elaboración de caretas-Sr. Gonzalo Carrasco.


<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000005
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 761051 Y: (Norte ) 9815110 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> El Sr Gonzalo Carrasco elaborando una careta. Foto Gisela Ramos 2015.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000004_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Elaboración de caretas-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		
Las caretas son representaciones de distintos personajes que dan colorido y vida a las fiestas y festividades. Por medio de papel y goma se va moldeando formas diversas hasta obtener una capa dura		

que pueda ser decorada de diversos colores. El Sr. Gonzalo Carrasco se inclina por la realización de caretas ya que se ha dedicado a su comercialización durante 10 años, las mismas que las traía de Quito, entonces por curiosidad empezó a elaborarlas él mismo. Elabora payasos, perros, gatos, conejos, etc.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año se venden cuando son festividades aumentan los pedidos			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo o actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Ayuda a que se mantenga la tradición de la alegría en las comparsas y desfiles.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
X	Manifestaciones Vigentes	Cada vez hay más competencia en la elaboración de caretas.			
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
CARRASCO GONZALO		MERCADO SANTA ROSA VILLARROEL ENTRE ROCAFUERTE Y PICHINCHA	N/A	F	60
<b>8. ANEXOS</b>					
Textos	Fotografías	Videos	Audio		
<b>9. DATOS DE CONTROL</b>					
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
Registrado por: GISELA RAMOS			Fecha de registro: 2015/07/17		

<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA	<b>Fecha de revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS	

## Anexo 13. Ficha de registro de PCI. Bordados- Miriam Mendoza

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000006
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 760987 Y: (Norte ) 9814865 Z: (Altitud)2754 msnm</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Trajes de niños con bordados. Foto Gisela Ramos 2014		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000006_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Bordados-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		

Doña Rosa Mendoza lleva ya 56 años trabajando en este oficio, el mismo que ha tenido mucha acogida por la calidad con la que realiza el producto. El trabajo lo hace con la ayuda de una máquina industrial pero la forma del bordado se lo va haciendo manualmente. Para la elaboración se usa gamuza, grecas, hilos, agujas mismos que son traídos de Cuenca y Quito. Y ciertas telas que las envían sus hermanas del exterior.

Este arte lo aprendió de sus estudios en el Isabel de Godín y por medio de su creatividad poco a poco ha ido mejorándola, trabaja junto con su hija a quien le ha transmitido esta técnica. La Sra. Mendoza heredó el arte de dibujar de su padre, destreza que le sirve para plasmar sus diseños en la tela antes de hacer los cortes.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año se venden cuando son festividades aumentan los pedidos			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Es importante para conservar la devoción al niño ya que el adquirir vestidos para que use el niño ha sido durante años una gran tradición de la ciudad. Además las colchas de los toros que también las elaboran pues es un espectáculo tradicional de la ciudad que las personas aprecian mucho.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes	Es una tradición que se mantiene vigente en las personas pero en especial adultas, los jóvenes no prestan mayor interés por lo que se va debilitando esta tradición de vestir a los niños			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
MENDOZA ROSA		PICHINCHA 17-22 Y COLOMBIA	2949530	F	79
<b>8. ANEXOS</b>					
Textos	Fotografías	Videos	Audio		



<b>9. DATOS DE CONTROL</b>		
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO		
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS	<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/15	
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA	<b>Fecha de revisión:</b>	
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>	
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS		

**Anexo 14.** Ficha de registro de PCI. Bordados- Sra. Mercedes Coello.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000007
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 761200 Y: (Norte ) 9814990 Z: (Altitud) 2754 msnm</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Trajes de niños con bordados. Foto Gisela Ramos 2014		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000007 _1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Bordados-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		

La Sra. Mercedes Coello inició con esta actividad hace 45 años, tuvo la iniciativa de emprender con este negocio puesto que tenía conocimientos en elaboración de ropa de sus en la Cruzada Social, lo que aplicó en la elaboración de trajes de santos, ya que vio que Riobamba es una ciudad muy creyente en la religión católica

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	En las fiestas típicas aumentan las ventas, en especial para lo que es el mes de diciembre los trajes del niño los venden en gran cantidad.			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Es importante para conservar la devoción al niño ya que el adquirir vestidos para que use el niño ha sido durante años una gran tradición de la ciudad. Además las colchas de los toros que también las elaboran pues es un espectáculo tradicional de la ciudad que las personas aprecian mucho.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
X	Manifestaciones Vigentes	Es una tradición que se mantiene vigente en las personas pero en especial adultas, los jóvenes no prestan mayor interés por lo que se va debilitando esta tradición de vestir a los niños			
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
COELLO MERCEDES		GUAYAQUIL 27-35 Y PICHINCHA	N/A	F	2964599
<b>8. ANEXOS</b>					

Textos	Fotografías	Videos	Audio
<b>9. DATOS DE CONTROL</b>			
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO			
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS		<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/11	
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA		<b>Fecha de revisión:</b>	
<b>Aprobado por:</b>		<b>Fecha de aprobación:</b>	
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS			

**Anexo 15.** Ficha de registro del PCI. Elaboración de globos de papel de seda-Sra. Blanca Vizuite.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000008
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 760987 Y: (Norte ) 9814865 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Blanca Vizuite mostrando un globo de seda . Foto Gisela Ramos 2015		
<b>Código fotográfico :</b> IM- 06-01-01-000-14-000008_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Globos de seda -Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		

La familia Cevallos es la más conocida en la ciudad de Riobamba en la elaboración de globos, se encuentran ubicados en el barrio de Santa Rosa. Son muy atractivos puesto que se los encienden y vuelan por los aires. Por esta razón los globos son utilizados en distintos tipos de celebraciones.

Blanca Vizuite menciona que, aprendió este oficio de su suegro, Ángel Cevallos quien fue el que ha transmitido este conocimiento que lo inició con su ingenio, ya que le favoreció su habilidad para el dibujo. Los globos son elaborados de papel de seda en pequeños, grandes y de las figuras que deseen tales como: canguros, payasos, pelotas, coronas, etc. El procedimiento para la realización empieza pegando el papel de seda, luego lo cortan con el modelo deseado y proceden a cerrarlo. Además del papel utilizan, alambre, algodón y diesel con gasolina para encender la mecha.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad				
<input type="checkbox"/>	Anual	Los globos son usados más para festividades				
<input type="checkbox"/>	Continua					
<input checked="" type="checkbox"/>	Ocasional					
<input type="checkbox"/>	Otro					
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>						
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad	
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
<b>6. VALORACIÓN</b>						
<b>Importancia de la comunidad</b>						
Realzan las fiestas, son un elemento característico del barrio de Santa Rosa						
<b>Sensibilidad al cambio</b>						
<input type="checkbox"/>	Manifestaciones Vigentes	No existen muchas personas que realicen estos objetos.				
<input checked="" type="checkbox"/>	Manifestaciones Vigentes Vulnerables					
<input type="checkbox"/>	Manifestaciones de la memoria					
<b>7. INTERLOCUTORES</b>						
Apellidos y nombres		Dirección		Teléfono	Sexo	Edad
VIZUETE BLANCA		CARABOBO 32-35 Y MÉXICO		2360106	F	62
<b>8 ANEXOS</b>						
Textos		Fotografías	Videos	Audio		
Entrevista N. 34				Audio N. 21		
<b>10. DATOS DE CONTROL</b>						

<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO	
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS	<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/16
<b>Revisado por:</b> MAURO MIRANDA-SANDRA MIRANDA	<b>Fecha de revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS	

**Anexo 16.** Ficha de registro del PCI. Torneado en madera-Sr. Segundo Pilco

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000009
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 761060 Y: (Norte ) 9814865 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Sr. Segundo Pilco artesano demostrando como elabora un trompo. Gisela Ramos 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000009_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Elaboración de objetos en madera-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	



#### 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Alrededor del barrio de Santa Rosa ha sido tradicional los diferentes tipos de oficios artesanales, el moldear y torneado en materiales como cacho, tagua ha sido un trabajo que poco a poco se ha ido perdiendo debido a la poca acogida que estos tienen, además cada vez hay menos cantidad de artesanos que se dediquen a este oficio.

Durante 35 años el sr Pilco se ha dedicado a este tradicional oficio, el mismo que por medio de un torno y mucha creatividad va formando objetos de diversos materiales y formas. Antes dice que tenía más acogida los trabajos con tagua pero con el aumento de materiales disminuyó notablemente y la gente ya no los compra.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Anual	Todo el año se venden no tienen fecha específica.
X	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

#### 5. PORTADORES /SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

#### 6. VALORACIÓN

##### Importancia de la comunidad

Estas artesanías manuales han sido tradicionales del barrio de Santa Rosa que le dan un sentido del trabajo y habilidad de sus moradores, es por ello que mantener este tradicional oficio es importante para que el barrio continúe conservando su tradición.

##### Sensibilidad al cambio

	Manifestaciones Vigentes	Este oficio se encuentra disminuyendo ya que las personas prefieren comprar los objetos en otros materiales, además ya no existen muchas personas que quieran dedicarse a este oficio.
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la memoria	

#### 7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
PILCO SEGUNDO	CHILE 26-24 Y GARCÍA MORENO	N/A	M	73

<b>8.ANEXOS</b>			
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>
Entrevista N. 11		Video N. 2	
<b>9. DATOS DE CONTROL</b>			
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO			
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS		<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/14	
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA		<b>Fecha de revisión:</b>	
<b>Aprobado por:</b>		<b>Fecha de aprobación:</b>	
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS			

**Anexo 17.** Ficha de registro del PCI. Torneado en tagua- Marco Sanaguano

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000009
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 761060 Y: (Norte ) 9814865 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Sr Marco Sanaguano elaborando torneando tagua. Gisela Ramos 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000009_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Tagüero-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		

Los trabajos elaborados en tagua empezaron a realizarse en la ciudad, con la llegada del tren en 1907, ya que por medio de este medio se pudo traer la tagua de la costa. Las personas empezaron a usar su creatividad en la realización de souvenirs con este material, para comercializar a los turistas que llegaban a Riobamba en tren.

El Sr. Marco Sanaguano se dedica a este oficio desde hace 40 años, elabora objetos en tagua, oficio que aprendió en el taller de César Ortega, inclinándose a una corta edad por el gusto que sentía al ver realizar este trabajo.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año se venden no tienen fecha específica.			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Estas artesanías manuales han sido tradicionales del barrio de Santa Rosa que le dan un sentido del trabajo y habilidad de sus moradores, es por ello que mantener este tradicional oficio es importante para que el barrio continúe conservando su tradición.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes	Este oficio se encuentra disminuyendo ya que las personas prefieren comprar los objetos en otros materiales, además ya no existen muchas personas que quieran dedicarse a este oficio.			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
SANAGUANO MARCO		Cdla Leonidas Proaño Mz. A Casa N° 19 (Sector parque Lineal Chibunga)	N/A	M	54
<b>8. ANEXO</b>					

<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>
Entrevista N. 11		Video N. 2	
<b>9. DATOS DE CONTROL</b>			
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO			
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS		<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/14	
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA		<b>Fecha de revisión:</b>	
<b>Aprobado por:</b>		<b>Fecha de aprobación:</b>	
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS			

## Anexo 18. Ficha de registro del PCI. Talabartería- Luis Apugllón

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000010
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 760740 Y: (Norte ) 9815391 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Obras exhibidas en el taller de talabartería. Gisela Ramos 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000010_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Talabartería-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		

El trabajo de la talabartería se remonta de la época de los españoles, usaban mucho los hacendados para el frío usaban lo de mejor calidad mientras que los empleados usaban sus rechazos, en la actualidad ya no hay esta costumbre de usar esta vestimenta.

Luis Apugllón es un talabartero que aprendió la técnica de moldear el cuero hace 25 años, trabajando con el sr Ángel Tenenpaguay, su maestro como así lo llama, la materia prima trae de Ambato pero lo que es pieles de borrego le proveen en Riobamba mismo, la materia prima ya la compra procesada de ahí que solo le diseña, estas piezas son utilizadas por las personas del campo y para fiestas tradicionales de pueblo, para chagras como vulgarmente se le dice. Actualmente trabaja Luis solo, puesto que ya no compran mucho las personas, el trabajo que realiza es manual.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
<input type="checkbox"/>	Anual	Desde el mes de diciembre hasta febrero tienen mejor acogida			
<input checked="" type="checkbox"/>	Continua				
<input type="checkbox"/>	Ocasional				
<input type="checkbox"/>	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Es importante mantener la tradición pues son vestimentas importantes para fiestas populares					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
<input type="checkbox"/>	Manifestaciones Vigentes	Debido a que ya casi no se utiliza el caballo como medio de transporte ya que esta vestimenta no es muy usada como antes. También por el factor económico			
<input checked="" type="checkbox"/>	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
<input type="checkbox"/>	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
APUGLLÓN LUIS		UNIDAD NACIONAL 31-23 Y FRANCIA	0967955130	M	42
<b>8. ANEXOS</b>					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
Entrevista N. 8				Audio N. 4	
<b>9. DATOS DE CONTROL</b>					

<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO	
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS	<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/17
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA	<b>Fecha de revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS	



## Anexo 19. Ficha de registro del PCI. Talabartería- Segundo Choto


<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000011
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Maldonado		
<b>Localidad:</b> centro		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 760740 Y: (Norte ) 9815391 Z: (Altitud) 2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Sr Choto mostrando una montura de caballo. Gisela Ramos 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-004-14-000011_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Talabartería-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		

El Sr. Segundo Choto posee su taller durante 10 años, antes trabajaba ayudando en este oficio, dedicándose a la talabartería 20 años, actualmente trabaja con un hermano. Lo que más vende son los trajes de jinete que son con cuero y las máscaras que son con lana de llamingo que se usan mayormente en las comparsas de carnaval.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Desde el mes de diciembre hasta febrero tienen mejor acogida			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Es importante mantener la tradición pues son vestimentas importantes para fiestas populares					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes	Debido a que ya casi no se utiliza el caballo como medio de transporte ya que esta vestimenta no es muy usada como antes. También por el factor económico			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
CHOTO SEGUNDO		VELOZ 31-20 Y JUAN DE VELASCO	2947 812	M	45
<b>8. ANEXOS</b>					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
Entrevista N. 8				Audio N. 4	
<b>9. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS			<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/20		
<b>Revisado por:</b> MAURO MIRANDA Y SANDRA			<b>Fecha de revisión:</b>		

MIRANDA	
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS	

**Anexo 20.** Ficha de registro del PCI. Elaboración de objetos de bronce-Sr. Enrique Guerrero.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000012
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro oeste		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 760800 Y: (Norte ) 9814544 Z: (Altitud) 2754 msnm</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Campana de bronce. Foto Gisela Ramos 2014		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000012_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Elaboración de objetos en bronce-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		

Las campanas de bronce son utilizadas por lo general en las iglesias para convocar a los fieles a misa, éstas tienen más acogida en otras ciudades como lo dice Enrique Guerrero, artesano de las campanas, ya que en Riobamba pocos son los pedidos, éste arte lo aprendió de su padre quien al igual que él se dedicaba a la realización de campanas.

Para la realización de las campanas se usa barro y tierra negra traída de Cacha para hacer la forma de la campana y con la ayuda de soguilla se le va moldeando, para que esta capa salga de la soguilla se la quema. Se pone una corona de cera y en el vacío que queda en el molde es insertado el bronce, luego viene la fundición y por último se entierra a la campana ya que el bronce tiene presión y para que éste no se vaya a abrir, enterrada la tierra la aprisiona. Para la fundición se utiliza un ventilador eléctrico.

Dependa el tamaño de las campanas pero si son un tamaño pequeño realiza cinco a la semana y el precio es quince dólares.


Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año realiza campanas pero bajo pedidos			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
La realización de objetos con bronce ha sido un oficio tradicional y característico del barrio de Santa Rosa la elaboración de varios objetos entre ellos campanas las mismas que han servido para antes de celebrar las eucaristías se convoque a las personas por medio del sonido de estas, dándole un dinamismo a la iglesia para que las personas acudan presurosas					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes	Se está perdiendo esta realización de las campanas puesto que a las personas no les gusta dedicarse a este oficio debido a que es duro el trabajo.			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
GUERRERO ENRIQUE		11 DE NOVIEMBRE 26-42 Y	2940428	M	76

	GARCÍA MORENO				
<b>8. ANEXOS</b>					
<b>Textos</b>		<b>Fotografías</b>		<b>Videos</b>	
Entrevista N. 4				Video N. 01	

**10. DATOS DE CONTROL**

<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO	
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS	<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/20
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA	<b>Fecha de revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS	

**Anexo 21.** Ficha de registro del PCI. Elaboración de objetos de bronce-Sr. Carlos Ruiz.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000013
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> sur		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 757579 Y: (Norte ) 9816453 Z: (Altitud) 2754 msnm</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Sr Carlos Ruiz elaborando una campana de bronce. Foto Gisela Ramos 2014		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000013_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Elaboración de objetos en bronce-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		

Para la realización de las campanas se usa barro y tierra negra traída de Cacha para hacer la forma de la campana y con la ayuda de soguilla se le va moldeando, para que esta capa salga de la soguilla se la quema. Se pone una corona de cera y en el vacío que queda en el molde es insertado el bronce, luego viene la fundición y por último se entierra a la campana ya que el bronce tiene presión y para que éste no se vaya a abrir, enterrada la tierra la aprisiona. Para la fundición se utiliza un ventilador eléctrico.

Dependa el tamaño de las campanas pero si son un tamaño pequeño realiza cinco a la semana y el precio es quince dólares.

El Sr. Carlos Ruiz es un artesano que se dedica a este oficio desde 1990, empezó con esta actividad a partir de que se graduó en la Espoch como ingeniero mecánico y decidió aplicar estos conocimientos para tecnificar la producción de bronce.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año realiza campanas eso sí bajo pedidos			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
La realización de objetos con bronce ha sido un oficio tradicional y característico del barrio de Santa Rosa la elaboración de varios objetos entre ellos campanas las mismas que han servido para antes de celebrar las eucaristías se convoque a las personas por medio del sonido de estas, dándole un dinamismo a la iglesia para que las personas acudan presurosas					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes	Se está perdiendo esta realización de las campanas puesto que a las personas no les gusta dedicarse a este oficio debido a que es duro el trabajo.			
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
RUIZ CARLOS		AV. PEDRO VICENTE MALDONADO Y VASCO	0995161032	M	54



	CONTRERAS				
<b>8. ANEXOS</b>					
<b>Textos</b>		<b>Fotografías</b>		<b>Videos</b>	
Entrevista N. 4				Video N. 01	

**10. DATOS DE CONTROL**

<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO	
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS	<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/21
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA	<b>Fecha de revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS	

**Anexo 22.** Ficha de registro del PCI. Escultura- Sr. Xavier Lliguín.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000014
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> sur		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 761547 Y: (Norte ) 9814667 Z: (Altitud) 2754 msnm</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> El Sr Xavier Lliguín elaborando una artesanía. <b>Foto:</b> Gisela Ramos 2014		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000014_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Escultura-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	imaginería	

#### 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

El Sr. Xavier Llinguín es un escultor de imágenes religiosas, considera que su arte no lo aprendió sino más bien nació con este don, puesto que en cierta ocasión en su antiguo trabajo en la escuela La Providencia, debido a que era conocida su habilidad le pidieron que repare una imagen, siendo ésta su primer trabajo en cuanto a escultura se trata.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Anual	Todo el año se vende pero en lo que es diciembre y enero la venta aumenta
X	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

#### 5. PORTADORES /SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

#### 6. VALORACIÓN

##### Importancia de la comunidad

Las esculturas son importantes para fomentar la religiosidad de las personas.

##### Sensibilidad al cambio

X	Manifestaciones Vigentes	Ya que la fe a pesar de que ha disminuido en las personas, aún existen muchas que tienen devoción en las imágenes entonces si adquieren bastante las mismas.
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la memoria	

#### 7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
LLIGUÍN XAVIER	OLMEDO 14-27 ENTRE 5 DE JUNIO Y TARQUI	0983183983	M	43

#### 8. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio
Entrevista N. 42			Audio N. 29

<b>10. DATOS DE CONTROL</b>	
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO	
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS	<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/22
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA	<b>Fecha de revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS	

**Anexo 23.** Ficha de registro del PCI. Escultura-Sr Byron Robalino.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-01-000-14-000015
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Lizarzaburu		
<b>Localidad:</b> centro oeste		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 769073 Y: (Norte ) 9816027 Z: (Altitud)2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Byron Robalino, escultor mostrando su obra de arte. Foto Gisela Ramos 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-01-000-14-000015_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Escultura-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	imagería	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		
Tradicionalmente los devotos acuden a dejar sus esculturas donde estos artesanos que las reconstruyen en casos de accidentes, la reparación de las imágenes muchas de las veces resulta más costoso que adquirir una		

nueva, sin embargo tanto es el amor que tienen por ellas que prefieren arreglarlas.

Byron Robalino es un escultor que ya viene trabajando alrededor de 25 años en la escultura, este oficio lo aprendió de su padre quien era uno de los escultores más conocidos dentro y fuera de la provincia, falleció hace pocos meses pero dejó la enseñanza en sus hijos, y la tradición en las esculturas continua.

Los materiales que utilizan para tener estas imágenes son madera y Yeso, el yeso se trabajaba en cantidad antes pero en la actualidad los Cristo se trabaja en madera fibra de vidrio y resina.


Si es una imagen antigua todo es manual, pero si es nueva dependiendo del material se puede utilizar moldes, plantillas, para hacer más rápido el procedimiento, en lo que es madera ahí si el tallado es manual, aunque si se utiliza unos moldes pero es solo para dar la proporción ya que depende del tamaño. Los materiales son los mismos que se utilizaban en la antigüedad, y pues por ejemplo la madera se tiene comprado por troncos, y se le da el tratamiento ya que muchas de las veces viene fresca, húmeda, y hay que hacer secar, darle tratamiento contra los gusanos, hongos, ensamblarle y recortarla.

No cabe duda que se vive tiempos de secularización donde la religión ha perdido espacio, sin embargo hay nuevas generaciones que profesan la fe católica y tienen sus imágenes como símbolos de grupo, y es por eso que se mantiene este oficio ya que de todas maneras son las mismas personas que demandan las restauraciones, las imágenes nuevas, etc.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año se vende pero en lo que es diciembre y enero la venta aumenta			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo o actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Las esculturas son importantes para fomentar la religiosidad de las personas.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
X	Manifestaciones Vigentes	Ya que la fe a pesar de que ha disminuido en las personas, aún existen muchas que tienen devoción en las imágenes entonces si adquieren bastante las mismas.			
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				

<b>7. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
ROBALINO VITERI BYRON	CENTRO COMERCIAL LA CONDAMINE LOCAL 25 PISO 2. CARABOBO Y ESMERALDAS	2366654/956556 53	F	41
<b>8. ANEXOS</b>				
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
Entrevista N. 14			Audio N. 9	
<b>10. DATOS DE CONTROL</b>				
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZAO				
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS		<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/22		
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA		<b>Fecha de revisión:</b>		
<b>Aprobado por:</b>		<b>Fecha de aprobación:</b>		
<b>Registro fotográfico:</b> GISELA RAMOS				

**Anexo 24.** Ficha de registro del PCI. Sombrerería- Sr. Segundo Vilema.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</b>		<b>CÓDIGO</b>
		IM- 06-01-03-000-14-000016
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Chimborazo	<b>Cantón:</b> Riobamba	
<b>Parroquia:</b> Maldonado		
<b>Localidad:</b> centro este		
<b>Coordenadas WGS84 Z175-UTM: X(Este) 761603 Y: (Norte ) 9815093 Z: (Altitud)2754</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Artesano elaborando sombrero de paño. Foto Gisela Ramos 2014.		
<b>Código fotográfico:</b> IM- 06-01-03-000-14-000016_1.JPG		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>		
Sombrerería-Riobamba-Chimborazo		
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Mestizo	español	
<b>Ámbito</b>		
Técnicas artesanales tradicionales		
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
Técnicas artesanales tradicionales	otros	
<b>4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN</b>		



El Sr. Segundo Vilema inició con el oficio una vez que su padre le inclinó a la sastrería hace unos 40 años y en vista de que no le gustó optó por la realización de sombreros, claro que la habilidad la adquirió en la sastrería y el perfeccionamiento en varios cursos que tomó en Medellín y Caracas. Elabora sombreros de todo tipos y materiales

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Todo el año realizan los sombreros			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
<b>5. PORTADORES /SOPORTES</b>					
Tipo	Nombre	Edad/tiempo actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Colectividades	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Instituciones	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>6. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia de la comunidad</b>					
Mantener una prenda típica de la vestimenta de la ciudad					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Manifestaciones Vigentes		La confección de sombreros en Riobamba es poca ya que esta prenda ya no es usada cotidianamente por las personas.		
X	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la memoria				
<b>7. INTERLOCUTORES</b>					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
VILEMA SEGUNDO		COLÓN 16-33 Y VELOZ	2968407	M	74
<b>8. ANEXOS</b>					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
<b>10. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora:</b> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
<b>Registrado por:</b> GISELA RAMOS			<b>Fecha de registro:</b> 2015/07/25		
<b>Revisado por:</b> PAULINA MORENO-SULEMA LARA			<b>Fecha de revisión:</b>		

<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha de aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico: GISELA RAMOS</b>	