

Análisis de las potencialidades turísticas del centro histórico de la ciudad de Riobamba

Analysis of the touristic potential of the historic center of the city of Riobamba

Josselyn Cecilia Cobeña Lamilla*

Profesional Independiente.
El Carmen-Ecuador.
jcobenalamilla@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-0912-0437>

Alex Fabian Samaniego Campoverde

Universidad Nacional de Chimborazo.
Riobamba-Ecuador.
samaniegoalex11@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1696-3808>

Roberto Carlos Vega Bonilla

Universidad Nacional de Chimborazo.
Riobamba-Ecuador.
roberto.vega@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0003-9874-0460>

*Correspondencia:

jcobenalamilla@gmail.com

Cómo citar este artículo:

Cobeña, J., Samaniego, A., & Vega, R. (2024). Análisis de las potencialidades turísticas del centro histórico de la ciudad de Riobamba. *Perspectivas Sociales y Administrativas*, 2(2), 5-12. <https://doi.org/10.61347/psa.v2i2.67>

Recibido: 23 de mayo de 2024

Proceso de evaluación:

26 de mayo al 26 de junio de 2024

Aceptado: 29 de junio de 2024

Publicado: 5 de julio de 2024

Copyright: Derechos de autor 2024 Josselyn Cecilia Cobeña Lamilla, Alex Fabian Samaniego Campoverde, Roberto Carlos Vega Bonilla.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NonComercial 4.0.

Resumen: El análisis de las potencialidades turísticas de un centro histórico resulta fundamental para identificar y comprender los recursos culturales, históricos y arquitectónicos que pueden atraer a los visitantes y contribuir al desarrollo económico local. Asimismo, permite diversificar la oferta turística, revitalizar áreas en declive y diseñar estrategias de desarrollo que preserven el patrimonio cultural y mejoren el bienestar de la comunidad. El objetivo general de esta investigación fue analizar las potencialidades del centro histórico de la ciudad de Riobamba. Esta investigación adoptó un enfoque cuantitativo, utilizó datos numéricos recopilados de fuentes secundarias y primarias, así como las experiencias de los involucrados en el uso de este espacio. Su diseño fue no experimental, ya que no se manipularon deliberadamente las variables, y se clasificó como investigación de campo, ya que la recolección de información se realizó directamente con los participantes del fenómeno estudiado. Riobamba posee un potencial turístico considerable, destacado por la diversidad de atracciones y la satisfacción general de los visitantes. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora, como la atención al cliente, que podrían fortalecer la competitividad turística. La inversión en el turismo puede impulsar la recuperación económica local, y generar empleo y crecimiento en sectores relacionados. Se recomienda un enfoque integral de comunicación para promover la conservación del patrimonio histórico-cultural y aumentar la visibilidad del centro histórico.

Palabras clave: Centro histórico, desarrollo económico, patrimonio cultural, potencialidades turísticas.

Abstract: The analysis of a historic center's tourism potential is essential to identify and understand the cultural, historical and architectural resources that can attract visitors and contribute to local economic development. It also allows diversifying the tourist offer, revitalizing areas in decline and designing development strategies that preserve the cultural heritage and improve the well-being of the community. The general objective of this research was to analyze the potential of the historic center of the city of Riobamba. This research adopted a quantitative approach, using numerical data collected from secondary and primary sources, as well as the experiences of those involved in the use of this space. Its design was non-experimental, since the variables were not deliberately manipulated, and it was classified as field research, since the collection of information was carried out directly with the participants of the phenomenon studied. Riobamba has considerable tourism potential, highlighted by the diversity of attractions and the general satisfaction of visitors. However, areas for improvement were identified, such as customer service, which could strengthen tourism competitiveness. Investment in tourism can drive local economic recovery, and generate employment and growth in related sectors. A comprehensive communication approach is recommended to promote the conservation of the historic-cultural heritage and increase the visibility of the historic center.

Keywords: Cultural heritage, economic development, historic center, tourist potential.

1. Introducción

Sin lugar a dudas, el COVID-19 constituyó una seria amenaza para la salud global. Varios países afectados, siguiendo el ejemplo de China, restringieron reuniones públicas y cerraron escuelas, eventos masivos, deportes y actividades comunitarias. Así también, se suspendieron vuelos y cerraron fronteras, lo que provocó cuantiosas pérdidas para las aerolíneas (Gupta et al., 2020). En consecuencia, el contexto económico mundial enfrentó una crisis sin precedentes con repercusiones sociales y sanitarias (Maldonado-Chávez et al., 2021).

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el producto interno bruto real de la mayoría de los países, excepto China, disminuyó drásticamente en 2020. Coincidentemente, el Fondo Monetario Internacional informó que el COVID-19 golpeó severamente a casi todas las economías, especialmente a las desarrolladas como Francia, Italia y España. Aunque China sufrió mucho, controló inicialmente y de manera efectiva su propagación y revirtió la situación, acto que la convirtió en la primera gran economía en mostrar una recuperación (Wang & Zhang, 2021).

El impacto en América Latina y el Caribe fue similar, pues afectó al comercio, los términos de intercambio y las remesas. El sector turístico fue especialmente golpeado, con una crisis económica sin precedentes. La recuperación de este sector se dividió en tres etapas: cuantificación de pérdidas, recuperación y reactivación. Otros como el comercio, los servicios y la manufactura también se vieron afectados, y registraron múltiples despidos. El turismo influye positivamente en las regiones receptoras, al generar empleo y contribuir a la balanza de pagos a través de gastos directos e indirectos (Proaño-Lucero et al., 2021).

En Ecuador las medidas obligatorias para combatir el virus llevaron a cambios en el estilo de vida y a una crisis económica que provocó el cierre de negocios. La falta de turistas y la cancelación de reservas redujeron drásticamente los ingresos en moneda extranjera y los empleos en la industria turística. A pesar de que el turismo había sido una fuente clave de empleo en décadas anteriores, enfrenta una crisis debido al impacto negativo en toda la cadena de valor de la industria. Aunque fue una situación inesperada, la pandemia también impulsó cambios en la adopción de tecnologías, las motivaciones para viajar y los mercados turísticos. Esto representó una oportunidad y un desafío para hacer que la actividad turística fuera más sostenible en el futuro (Tierra et al., 2022).

El análisis de las potencialidades turísticas es crucial para comprender y aprovechar al máximo los recursos disponibles en una región específica. Así, permite identificar los puntos fuertes de un destino turístico, como su patrimonio cultural, belleza natural, actividades recreativas, entre otros, que pueden atraer a visitantes y contribuir al desarrollo económico local (López et al., 2019). Al explorar estas potencialidades, se puede desarrollar una oferta turística auténtica y diferenciada, que no solo promueva la diversificación de los ingresos, sino que contribuya a la preservación y difusión de las tradiciones y señas de identidad únicas (Arias-Hidalgo & Morant, 2020).

Los centros históricos son importantes para el turismo por varias razones. Primero, representan una riqueza cultural y patrimonial invaluable, que atrae a turistas interesados en la historia, la arquitectura y la cultura de un lugar. Además, su rehabilitación y peatonalización contribuye a la revitalización económica (Salas & López, 2019).

El objetivo de esta investigación es analizar las potencialidades del centro histórico de la ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, situada a una altitud de 2.754 metros sobre el nivel del mar, a una distancia de 175 kilómetros al sur de Quito (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba [GADM], 2015).

El cantón Riobamba se distingue por su diversidad cultural y étnica, la cual representa una de sus principales riquezas, tanto tangible como intangible. Esta amplia oferta se combina con un elevado potencial turístico relacionado con el ferrocarril, la naturaleza y su centro histórico, lo que se traduce en una oportunidad de desarrollo tanto social como económico para la región. En el entorno urbano de Riobamba se encuentran numerosos atractivos turísticos de gran relevancia histórica y valor patrimonial (GADM, 2015).

En la zona urbana, Riobamba ofrece varios sitios de gran relevancia histórica interesantes tanto para visitantes locales como extranjeros. El centro histórico de la ciudad, que se destaca como uno de los más extensos e intrigantes del país, lamentablemente adolece de una cantidad limitada de servicios y comodidades para satisfacer las necesidades de los turistas. Un estudio realizado por el Municipio de Riobamba delineó el perfil de los turistas que visitan el cantón. Estos visitantes suelen ser personas extranjeras, con edades comprendidas entre los 21 y los 40 años, abarcando tanto a hombres como a mujeres. Sus niveles de educación varían desde la secundaria hasta estudios universitarios y de posgrado (GADM, 2015).

2. Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo. Se recolectaron y analizaron datos numéricos de fuentes secundarias y primarias, así como las vivencias de los involucrados en el uso de los espacios del centro histórico de la ciudad de Riobamba. El diseño de la investigación es no experimental, porque no se manipularon las variables deliberadamente. Además, es una investigación de campo, porque la recolección de información se realizó directamente con los involucrados en el fenómeno de estudio.

El muestreo se definió por la naturaleza del fenómeno y la capacidad de recolección y análisis, es de tipo voluntario, por conveniencia. El tamaño de la muestra se realizó por grupo de enfoque como lo indican Hernández et al. (2014), se establecieron grupos de turistas extranjeros y nacionales, con un total de 54 personas, que visitaron la ciudad de Riobamba en los últimos 5 años. Las técnicas de recolección de datos utilizadas en la investigación incluyeron: investigación bibliográfica, observación y entrevista con preguntas cerradas.

3. Resultados

Los datos secundarios recopilados del GAD Municipal del Cantón Riobamba ofrecen una visión integral sobre el turismo en la región desde el año 2016. Entre los diversos ítems estudiados, se destacan las procedencias de los turistas nacionales e internacionales, así como sus características demográficas y los patrones de visita.

En términos de procedencia de los turistas, se revela una marcada preferencia de los nacionales por Riobamba, con la mayoría procedente de ciudades como Quito (47,45 %) y Guayaquil (40,67 %). Por otro lado, los turistas extranjeros muestran una diversidad de origen, con contingentes significativos provenientes de países como Alemania (28,57 %), Colombia (25 %), Estados Unidos (25 %), y Francia (21,48 %). Esta información, esencial para entender las dinámicas de flujo turístico, proporciona una base sólida para la orientación de estrategias de promoción adaptadas a cada mercado en específico.

El análisis demográfico y de género demuestra que la mayoría de los visitantes a Riobamba son de género masculino (55 %), con una distribución de edad predominantemente concentrada en los grupos de 34 a 41 años (37,25 %) y de 26 a 33 años (35,29 %), según los datos acumulados entre 2016 y 2019. Estos hallazgos permiten a las autoridades turísticas adaptar sus servicios y atracciones para satisfacer las preferencias y necesidades de estos grupos demográficos, así como implementar estrategias inclusivas que atraigan a un espectro más amplio de visitantes.

Los meses con mayor afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros, ofrecen una ventana de oportunidad para la planificación de eventos y actividades turísticas. Por ejemplo, para los turistas nacionales, abril destaca como el mes pico (28,57 %), seguido de marzo (24,36 %) y febrero y agosto (ambos con 18,48 %). Por otro lado, los turistas extranjeros muestran una tendencia similar en enero y febrero (21,53 % cada uno), seguidos de abril (18,61 %) y agosto (11,31 %). Estos datos respaldan la necesidad de desarrollar eventos y actividades específicas que atraigan a los visitantes durante estos períodos de alta demanda.

Respecto a los motivos de viaje, se observa que el turismo representa el 34,84 % de los viajes, seguido por tránsito (31,35 %), visitas familiares (13,58 %), otros motivos (13,24 %) y negocios (6,96 %). Esto sugiere una amplia gama de intereses y necesidades entre los visitantes, lo que enfatiza la importancia de ofrecer una variedad de experiencias y servicios turísticos para satisfacer diferentes propósitos de viaje.

En cuanto a las fuentes de información utilizadas por los visitantes, se destaca el papel predominante de Internet (53,07 %), seguido por recomendaciones personales (27,93 %), agencias de viaje (10,61 %) y guías turísticas (8,37 %). Estos datos subrayan la importancia de mantener una presencia sólida en línea y cultivar relaciones interpersonales para promover y atraer a los visitantes a Riobamba.

Finalmente, se identifican los tipos de turismo predominantes, con el turismo de aventura (39,39 %), cultural (28,84 %), urbano (12,72 %), comunitario (12,12 %) y religioso (10,90 %) liderando las preferencias de los visitantes entre 2016 y mayo de 2022. Estos datos son esenciales para orientar las estrategias de desarrollo y promoción del turismo, asegurando que las ofertas se alineen con las preferencias y expectativas de los visitantes.

En la Tabla 1 se observan las percepciones de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Riobamba en los últimos 5 años. Estos datos ofrecen una perspectiva detallada sobre el perfil y comportamiento de dichos visitantes en una variedad de aspectos. En primer lugar, se observa una marcada diferencia en la distribución por género, con un mayor número de visitantes masculinos en comparación con las féminas. Esta disparidad podría influir en la planificación de actividades y servicios turísticos para garantizar la inclusión de ambos grupos. Además, la mayoría de los visitantes son solteros, lo que sugiere que Riobamba podría ser un destino popular entre los viajeros individuales o jóvenes que buscan aventuras.

En términos de origen, la mayoría de los visitantes provienen de Ecuador, lo que indica un fuerte interés por explorar su propio país. Sin embargo, también es notable la presencia de visitantes extranjeros, lo que resalta la importancia de promover a Riobamba como un destino turístico internacional.

La valoración general de la visita a Riobamba es positiva, en su mayoría los turistas la califican como alta o muy alta, dato que indica una satisfacción general con la ciudad y sus atracciones. Los lugares más visitados incluyen el Parque Maldonado, el Parque Sucre y la Catedral, lo que indica el atractivo de los sitios históricos y culturales entre los turistas. Sin embargo, también se identifican áreas de mejora, como San Alfonso y San Francisco, que necesitan atención adicional para mejorar la calidad del servicio y la experiencia del visitante.

La mayoría de los visitantes pasan entre 1 y 5 días en Riobamba, lo que sugiere que la ciudad es vista principalmente como un destino de corta estadía. Esta información es crucial para la planificación de itinerarios y actividades turísticas ajustados a las preferencias de los visitantes de corta duración. Además, la valoración del centro histórico es mayormente positiva, lo que destaca su importancia

como atractivo turístico principal y subraya la necesidad de preservar y promover su patrimonio cultural.

En cuanto a los motivos de viaje, la mayoría de los visitantes viajan por turismo, vacaciones y ocio, lo que refleja la importancia del sector turístico para la economía local. Además, la mayoría gasta más de \$60 durante su visita, lo que contribuye significativamente a la economía local y destaca la importancia del turismo como motor económico para Riobamba.

Tabla 1

Opiniones de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Riobamba en los últimos 5 años

N°	Ítem	Categoría	N	%
1	Frecuencia según género	Masculino	32	59,25%
		Femenino	22	40,74%
2	Frecuencia según país	Ecuador	32	59,25%
		España	6	11,11%
		Estados Unidos	13	24,07%
		Italia	3	5,55%
3	Frecuencia según estado civil	Solteros	31	57,40%
		Casados	21	38,88%
		Divorciados	2	3,70%
4	Frecuencia de extranjeros-nacionales	Nacionales	32	59,25%
		Extranjeros	22	40,74%
5	Valoración visita a la ciudad de Riobamba	5 Muy Alto	14	25,92%
		4 Alto	26	48,14%
		3 Neutral	11	20,37%
		2 Bajo	2	3,70%
		1 Muy bajo	1	1,85%
6	Atractivos visitados	Parque Maldonado	41	23,42%
		Parque Sucre	40	22,85%
		Plaza Roja	33	18,85%
		La Catedral	31	17,71%
		San Alfonso	30	17,14%
7	Días de visita	1 a 5 días	31	57,40%
		6 a 10 días	7	12,96%
		10 a 15 días	5	9,25%
		16 a 20 días	1	1,85%
		Más de 20 días	10	18,51%
8	Valoración visita al centro histórico	5 Muy Alto	11	20,37%
		4 Alto	31	57,40%
		3 Neutral	9	16,66%
		2 Bajo	2	3,70%
		1 Muy bajo	1	1,85%
9	Atractivos más agradables	La Catedral	33	35,10%
		Teatro León	21	22,34%
		Parque Sucre	17	18,08%
		Pileta de Neptuno	13	13,82%
		San Alfonso	10	10,63%

10	Atractivos a mejorar atención y servicio	San Alfonso	22	28,57%
		San Francisco	18	23,37%
		La Merced	13	16,88%
		Parque Sucre	13	16,88%
		Parque Maldonado	11	14,28%
11	Atractivos con mejor servicio y atención	Teatro León	21	26,92%
		La Catedral	18	23,07%
		Parque Sucre	12	15,38%
		Plaza Roja	11	14,10%
		Parque Maldonado	8	10,25%
		Edificio del Municipio de Riobamba	8	10,25%
12	Motivos de viaje	Turismo, vacaciones, ocio	26	38,23%
		Visita familiar y amigos	23	33,82%
		Motivos profesionales	13	19,11%
		Negocios	2	2,94%
		Vive en Riobamba	2	2,94%
		Estudios universitarios	1	1,47%
		Tránsito	1	1,47%
13	Gasto	Más de \$120	17	31,48%
		\$60 a \$90	14	25,92%
		\$0 a \$30	11	20,37%
		\$90 a \$120	8	14,81%
		\$30 a \$60	4	7,40%
14	Negocios visitados	Alimentación	45	31,25%
		Ropa y calzado	24	16,66%
		Artesanías	22	15,27%
		Entrenamiento	18	12,50%
		Transporte	13	9,02%
		Recreación	10	6,94%
		Electrodomésticos	7	4,86%
		Información turística	5	3,47%
15	Medios de información usando	Internet	34	43,03%
		Recomendaciones	32	40,50%
		Agencia de viaje	7	8,86%
		Radio y televisión	3	3,79%
		Guías turísticas	2	2,53%
		Soy de Riobamba	1	1,26%
16	Valoración del costo	Medianamente costoso	37	68,51%
		Barato	12	22,22%
		Costoso	3	5,55%
		Muy barato	1	1,85%
		Muy costoso	1	1,85%

Nota. Fuente Samaniego (2022).

4. Conclusiones

Riobamba cuenta con un potencial turístico significativo, tanto a nivel nacional como internacional. La alta valoración de la visita y la diversidad de atracciones destacan la riqueza cultural e histórica de la ciudad, lo que la posiciona como un destino atractivo para diversos tipos de viajeros. Sin embargo, es necesario abordar áreas de mejora identificadas, como la atención al cliente en ciertos lugares, para optimizar la experiencia y fortalecer la competitividad turística.

La recuperación económica de Riobamba es viable y puede potenciarse mediante el desarrollo y promoción de sus atractivos turísticos. La diversidad de atractivos culturales, históricos y naturales, junto con la satisfacción general de los visitantes, sugiere que invertir en el turismo puede impulsar la actividad económica local, generando empleo y crecimiento en otros sectores relacionados, como la hostelería, la gastronomía y la artesanía.

Para trabajos futuros se sugiere centrar los esfuerzos en un plan de comunicación integral para el centro histórico de Riobamba. Esto incluiría estrategias de marketing digital, campañas publicitarias y actividades de sensibilización para promover la conservación y revitalización del patrimonio histórico-cultural. Un enfoque coordinado y sostenido en la comunicación del centro histórico aumentará su visibilidad, atraerá más visitantes y fomentará un mayor sentido de pertenencia entre los locales.

Referencias

- Arias-Hidalgo, D., & Morant, M. (2020). Patrimonio cultural inmaterial indígena: análisis de las potencialidades turísticas de los simbolismos del cacao del pueblo Bribri (Talamanca, Costa Rica). *Cuadernos de Turismo*, (46), 505-530. <https://doi.org/10.6018/turismo.451941>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba [GADM]. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la ciudad de Riobamba*. GADM. <https://bitly.ws/VDVj>
- Gupta, M., Abdelmaksoud, A., Jafferany, M., Lotti, T., Sadoughifar, R., & Goldust, M. (2020). COVID-19 and economy. *Dermatologic Therapy*, 33(4), e13329-e13329. <https://doi.org/10.1111/dth.13329>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M., Méndez, S., & Mendoza, C. P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6° ed.). Editorial McGraw-Hill. <https://n9.cl/10j5h>
- López, R., Lalanguí, J., Maldonado, A., & Palmero, D. (2019). Validation of an instrument on the tourist destinations to determine the tourist potential in the province of El Oro, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 341-346. <https://n9.cl/gb2kd>
- Maldonado-Chávez, D., Vinueza-Calderón, J., Oviedo-Esparza, J., & Ramírez-Salas, A. (2021). Estrategias para reactivación económica del Ecuador. *FIPCAEC*, 6(1), 685-695. <https://n9.cl/bc7o1>
- Proaño-Lucero, G., López-Paredes, C., & Chérrez-Bahamonde, R. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *FIPCAEC*, 6(1), 29-39. <https://n9.cl/yv3htk>
- Salas, C., & López, Á. (2019). Efectos espaciales de la tematización cultural para la recreación y el turismo en los corredores culturales peatonales del Centro Histórico de la Ciudad de México. *Investigaciones Geográficas*, (98), 00008. <https://doi.org/10.14350/rig.59763>
- Samaniego, A. (2022). *Propuesta y diseño de un plan estratégico de comunicación para la reactivación económica del centro histórico de Riobamba 2021 en pandemia covid-19* [Tesis de maestría, Universidad Europea del Atlántico].

Tierra, N., Chávez, C., & Solís, A. (2022). Planes de sostenibilidad y de responsabilidad social empresarial para establecimientos hoteleros: una propuesta de buenas prácticas en la fase de la post-pandemia del COVID-19. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio RITUREM*, 6(1), 15-40. <https://doi.org/10.21071/riturem.v6i1.13705>

Wang, Q., & Zhang, F. (2021). What does the China's economic recovery after COVID-19 pandemic mean for the economic growth and energy consumption of other countries? *Journal of Cleaner Production*, 295, 126265. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126265>

Transparencia

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existen conflictos de interés que influyan en la objetividad de este estudio.

Fuente de financiamiento

No se recibieron fondos financieros de ninguna organización que pudiera tener interés en los resultados presentados.

Contribución de autoría

Josselyn Cecilia Cobeña Lamilla: Conceptualización, metodología, validación, análisis formal, investigación, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Alex Fabian Samaniego Campoverde: Conceptualización, metodología, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos, supervisión.

Roberto Carlos Vega Bonilla: Conceptualización, software, validación, análisis formal, investigación, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos.

Los autores contribuyeron activamente en el análisis de los resultados, revisión y aprobación del manuscrito final.