



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

Título

**“TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO
HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en Gestión Turística
y Hotelera

Autor:

Cinthyá Isabel Mejía Andrade

Tutor:

Dr. Diego Mauricio Calvopiña Andrade

Riobamba – Ecuador

2021

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Cinthya Isabel Mejía Andrade, con cédula de ciudadanía 060480803-0, autora del trabajo de investigación titulado: “TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, 25 de marzo de 2022



Cinthya Isabel Mejía Andrade

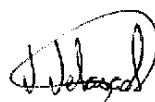
C.I: 060480803-0

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Tutor y Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, presentado por Cinthya Isabel Mejía Andrade, con cédula de identidad número 060480803-0, certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha asesorado durante el desarrollo, revisado y evaluado el trabajo de investigación escrito y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.


De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba, 25 de marzo de 2022

Dr. Víctor Medardo Velasco Samaniego
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE
GRADO**



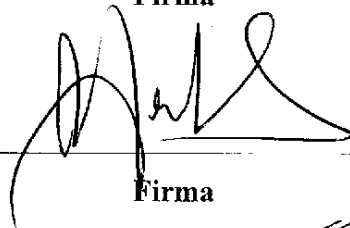
Firma

Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE
GRADO**



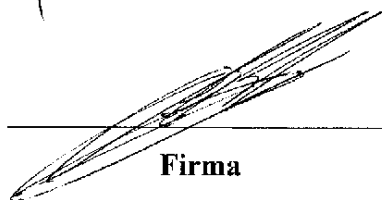
Firma

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE
GRADO**




Firma

Dr. Diego Mauricio Calvopiña Andrade
TUTOR



Firma



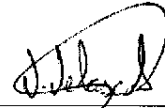
Cinthya Isabel Mejía Andrade

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, presentado por Cinthya Isabel Mejía Andrade, con cédula de identidad número 060480803-0, bajo la tutoría de Dr. Diego Mauricio Calvopiña Andrade; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba, 25 de marzo de 2022

Dr. Víctor Medardo Velasco Samaniego
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE
GRADO**



Firma

Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE
GRADO**



Firma

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE
GRADO**



Firma

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



CERTIFICACIÓN

Que, **MEJÍA ANDRADE CINTHYA ISABEL** con CC: **060480803-0**, estudiante de la Carrera **GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, NO VIGENTE**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el 5 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 23 de FEBRERO de 2022

DR. Diego Calvopiña
TUTOR (A)

DEDICATORIA

Esta investigación la dedico a Dios por regalarme un día más de vida, a mis padres por apoyarme y ayudarme en lo que necesito, quienes me motivan día a día a continuar y esforzarme para cumplir mis metas planteadas, a mi hijo por ser mi mayor motivación de ser una profesional y hacer todo lo posible por alcanzar y conseguir todo lo que me planteo y a mi tutor quien me ha sabido guiar en todo el desarrollo del presente proyecto de investigación.

Cinthy Isabel Mejía Andrade

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi alma mater y a todos mis compañeros quienes formaron parte de esta trayectoria, donde se aprendió a ser un mejor profesional, con el apoyo de todos los docentes quienes impartieron su conocimiento y permitieron el desarrollo efectivo de esta investigación.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DE TRIBUNAL	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO.....	
ÍNDICE GENERAL.....	
ÍNDICE DE CUADROS	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN.....	
ABSTRACT.....	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	16
1.1. Situación problemática	19
1.2. Formulación del problema	20
1.2.1. Problema general	20
1.2.2. Problemas específicos	20
1.3. Justificación.....	20
1.3.1. Justificación teórica	21
1.3.2. Justificación metodológica.....	22
1.4. Objetivos	23
1.4.1. Objetivo general.....	23
1.4.2. Objetivos específicos	23
1.5. Hipótesis	23
1.5.1. Hipótesis general.....	23
1.5.2. Hipótesis específicas.....	23
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.	24
2.1. Antecedentes de investigación	24
2.2. Marco Filosófico o Epistemológico de la investigación	25
2.2.1. Epistemológico de Turismo Creativo	25
2.2.2. Epistemológico de Actividades Turísticas	25
2.3. Estado del arte	26
2.3.1. Estado del arte variable independiente: turismo creativo	26
2.3.2. Estado del arte variable dependiente: actividades turísticas	28
2.4. Bases teóricas	29
2.4.1. Marco teórico variable independiente: turismo creativo	29
2.4.2. Aprendizaje	29
2.4.3. Experimentación	29
2.4.4. Participación.....	30

2.4.5.	Patrimonio cultural	30
2.4.6.	Turismo.....	30
2.4.7.	Turismo cultural.....	30
2.5.1.	Marco teórico variable dependiente: actividades turísticas	31
2.5.2.	Accesibilidad.....	31
2.5.3.	Actividades.....	31
2.5.4.	Actividades recreativas.....	31
2.5.5.	Hospitalidad	31
2.5.6.	Oferta	32
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....		33
3.1.	Tipo y diseño de Investigación	33
3.1.1.	Tipo de Investigación	33
3.1.1.1.	Investigación exploratoria	33
3.1.1.2.	Investigación descriptiva.....	33
3.1.1.3.	Investigación correlacional	33
3.1.2.	Diseño de Investigación	33
3.1.2.1.	Diseño trasversal.....	33
3.1.2.2.	Diseño no experimental.....	33
3.1.2.3.	Muestreo no probabilístico por conveniencia.....	34
3.2.	Unidad de análisis	34
3.3.	Población de estudio.....	34
3.4.	Tamaño de la muestra.....	35
3.5.	Selección de la muestra	36
3.6.	Operacionalización de variables	37
3.6.1.	Matriz variable independiente y dependiente	37
Cuadro 2. Matriz variable independiente y dependiente		37
3.6.2.	Matriz de consistencia	39
Cuadro 3. Matriz de consistencia		39
3.7.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	41
3.7.1.	Técnicas.....	41
3.7.2.	Instrumentos	41
3.8.	Validez de los instrumentos	41
3.8.1.	Selección de expertos	41
Cuadro 4. Validación de expertos		41
3.9.	Confiabilidad de los instrumentos	42
3.9.1.	Alpha de Cronbach variable independiente turismo creativo	42
3.9.2.	Alpha de Cronbach variable dependiente actividades turísticas	42
3.10.	Análisis e interpretación de la información	43
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		44

4.1.	Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	44
4.2.	Pruebas de hipótesis	54
4.2.1.	Prueba de hipótesis general	54
4.2.2.	Prueba de hipótesis específicas	55
4.2.2.1.	Hipótesis específica 1	55
4.2.2.2.	Hipótesis específica 2	56
4.2.2.3.	Hipótesis específica 3	56
4.3.	Presentación de resultados	57
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		58
5.1.	Conclusiones	58
5.2.	Recomendaciones	59
BIBLIOGRAFÍA.....		60
ANEXOS		65
Anexo 1. La propuesta.....		65
1.	Título de la propuesta	65
2.	Introducción	65
3.	Objetivos	66
4.	Fundamentación científica técnica	66
5.	Desarrollo de la propuesta.....	68
5.1.	Recolectar evidencias	68
5.1.1.	Atractivos turísticos	69
5.1.2.	Actividades turísticas.....	71
5.1.3.	Puesta en valor	73
5.2.	Selección de las evidencias	75
5.3.	Reflexiones sobre las evidencias	76
Anexo 2. Árbol de problemas		81
Anexo 3. Modelo de encuestas de la variable independiente: turismo creativo.....		82
Anexo 4. Modelo de encuestas de la variable dependiente: actividades turísticas.....		83
Anexo 5. Matriz de validación de expertos, variable independiente: turismo creativo		84
Anexo 6. Matriz de validación de expertos, variable dependiente: actividades turísticas		88
Anexo 7. Oficio dirigido a la Dirección de Gestión de Turismo del GADM-Riobamba.....		92
Anexo 8. Oficio de aceptación para la realización de la investigación.....		93
Anexo 9. Presentación de resultados variable independiente: turismo creativo		94
Anexo 10. Presentación de resultados variable dependiente: actividades turísticas		106

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Población de estudio	34
Cuadro 2. Matriz variable independiente y dependiente.....	37
Cuadro 3. Matriz de consistencia.....	39
Cuadro 4. Validación de expertos.....	41
Cuadro 5. Criterios de fiabilidad, alfa de Cronbach.....	42
Cuadro 6. Confiabilidad del instrumento (turismo creativo).....	42
Cuadro 7. Confiabilidad del instrumento (actividades turísticas).....	42
Cuadro 8. Resumen, interpretación y análisis de resultados del turismo creativo.....	44
Cuadro 9. Resumen, interpretación y análisis de resultados de actividades turísticas ..	49
Cuadro 10. Grado de relación de Rho de Spearman	54
Cuadro 11. Comprobación de hipótesis general	55
Cuadro 12. Comprobación de hipótesis específica experimentación.....	55
Cuadro 13. Comprobación de hipótesis específica participación.....	56
Cuadro 14. Comprobación de hipótesis específica participación.....	57
Cuadro 15. Actividades turísticas	71
Cuadro 16. Puesta en valor	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Género	94
Tabla 2. Edad.....	95
Tabla 3. Nivel de educación	96
Tabla 4. Estudio	97
Tabla 5. Probar.....	98
Tabla 6. Examinar.....	99
Tabla 7. Intervenir	100
Tabla 8. Compartir.....	101
Tabla 9. Aportar.....	102
Tabla 10. Conocimiento	103
Tabla 11. Habilidad	104
Tabla 12. Experiencia.....	105
Tabla 13. Género	106
Tabla 14. Edad	107
Tabla 15. Nivel de educación	108
Tabla 16. Bienes y servicios.....	109
Tabla 17. Mercado	110
Tabla 18. Precio	111
Tabla 19. Necesidades	112
Tabla 20. Beneficios	113
Tabla 21. Consumo	114
Tabla 22. Acciones	115
Tabla 23. Procesos	116
Tabla 24. Producción.....	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Desarrollo de la Propuesta.....	68
Gráfico 2. Atractivos turísticos del centro histórico.....	69
Gráfico 3. Árbol de problemas	81
Gráfico 4. Género	94
Gráfico 5. Edad	95
Gráfico 6. Nivel de educación	96
Gráfico 7. Estudio	97
Gráfico 8. Probar.....	98
Gráfico 9. Examinar.....	99
Gráfico 10. Intervenir	100
Gráfico 11. Compartir.....	101
Gráfico 12. Aportar	102
Gráfico 13. Conocimiento	103
Gráfico 14. Habilidad	104
Gráfico 15. Experiencia.....	105
Gráfico 16. Género	106
Gráfico 17. Edad	107
Gráfico 18. Nivel de educación	108
Gráfico 19. Bienes y servicios	109
Gráfico 20. Mercado	110
Gráfico 21. Precio	111
Gráfico 22. Necesidades	112
Gráfico 23. Beneficios	113
Gráfico 24. Consumo	114

Gráfico 25. Acciones	115
Gráfico 26. Procesos	116
Gráfico 27. Producción.....	117

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar como el turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, mediante una investigación exploratoria, descriptiva y correlacional, con un diseño transversal, no experimental. Para la obtención de resultados de las dos variables turismo creativo y actividades turísticas se utilizó un instrumento de evaluación de nueve preguntas en la escala de Likert.

Para la variable independiente se obtuvo un total de 239 encuestas sin embargo se aproximó a 240 encuestas que se aplicó a los pobladores del centro histórico de la ciudad de Riobamba, mediante las siguientes dimensiones: experimentación, participación y aprendizaje; mientras que para la variable dependiente se encuestó a 165 prestadores de servicios turísticos del centro histórico de la ciudad de Riobamba, mediante las siguientes dimensiones: oferta, productos, servicios y actividades.

Mediante el estadístico de Rho Spearman y los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, se realizó la prueba de hipótesis, concluyendo que el turismo creativo si contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón, por lo que se plantea como propuesta la creación de un portafolio de actividades turísticas del centro histórico de la ciudad, para así dar a conocer de mejor manera la historia del lugar siendo creativos e innovadores con las actividades donde se pueda integrar todo tipo de público.

Palabras claves: turismo creativo, actividades turísticas, innovación, oferta.

ABSTRACT

The main objective of this research is to analyze how creative tourism contributes to the development of tourism activities in the historic center of the canton of Riobamba through exploratory, descriptive and correlational analysis, with a cross-sectional, non-experimental design. Used an evaluation instrument of nine questions on a Likert scale to obtain the results of the two variables, creative tourism and tourism activities.

For the independent variable, a total of 239 surveys have obtained; however, the total was close to 240 surveys that were applied to the inhabitants of the historic center of the city of Riobamba, using the following dimensions: experimentation, participation, and learning; while for the dependent variable, 165 tourism service providers of the historic center of the city of Riobamba were surveyed, using the following dimensions: supply, products, services, and activities.

Using the Rho Spearman statistic and the results obtained from the surveys applied, the hypothesis had been tested, concluding that creative tourism does contribute to the development of tourism activities in the historic center of the canton. Hence, the proposal is to create a portfolio of tourism activities in the city's historic center to make the history of the place better known by being creative and innovative with actions that can integrate all types of the public.

Key words: creative tourism, tourist activities, innovation, offer.

MONICA
ALEXANDRA
CASTELO
REYNA

Firmado digitalmente
por MONICA
ALEXANDRA
CASTELO REYNA
Fecha: 2022.03.16
23:39:04 +01'00'

Reviewed by:
Mgs. Castelo Reyna Mónica.
ENGLISH PROFESSOR
C.C: 060453982-5

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.

Esta investigación está alineada hacia el análisis de una problemática dentro de la ciudad de Riobamba, la cual responde a las deficientes actividades turísticas del sector, esta investigación tiene como objetivo principal el analizar como el turismo creativo contribuye al desarrollo del centro histórico del cantón Riobamba.

Considerando al turismo creativo o turismo naranja como el medio para el óptimo aprovechamiento de bienes y recursos, con el propósito de responder a la necesidad del sector.

La investigación se desarrolló por el interés de conocer porque las actividades turísticas de la ciudad de Riobamba son deficientes y el efecto que ha surgido en el aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos, por otro lado, se contribuye a la comunidad mediante alternativas de mejora.

La investigación se realizó aplicando el método descriptivo y correlacional, recabando información, analizando sus características y procesos y el cómo es percibido por los prestadores de servicios turísticos del lugar.

Se analizó como la oferta de actividades turísticas que permiten el aprovechamiento de tiempo de ocio se relacionan con el turismo creativo que consiste en experimentar, participar, aprender en el destino turístico.

Además de que se analizó la hipótesis general que es: el turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Se procedió a recolectar la información necesaria mediante la técnica de la encuesta, que fue aplicada a la población del centro histórico de la ciudad de Riobamba,

así como a los prestadores de servicios turísticos tales como: dueños de hoteles, restaurantes, agencias de viajes, entre otros.

1.1. Situación problemática

Los atractivos turísticos del cantón Riobamba no han sido aprovechados plenamente, dado que, durante muchos años se han desarrollado actividades poco novedosas y llamativas, por tal motivo, el cantón no cuenta con una oferta diversificada, que atraiga la atención de los turistas nacionales y extranjeros.

A pesar de que la ciudad de Riobamba posee diferentes atractivos y recursos turísticos tanto naturales como culturales y es considerada como la ciudad de las primicias debido a que en ella se han originado los primeros hechos de la historia; muchos turistas y pobladores consideran a Riobamba como una ciudad de paso debido a las escasas actividades turísticas que puedan desarrollarse o consolidarse como destino turístico.

El aprovechamiento de facilidades y recursos no es eficiente ni demuestra creatividad debido a lo limitada que se oferta, lo cual ha generado una deficiente experimentación, participación y empeño por parte de los actores involucrados.

La limitada oferta disminuye la posibilidad de aprovechar todo lo que posee el lugar de una mejor manera mediante la creatividad, lo que ha condicionado el desarrollo de una experimentación e innovación dentro del área.

Por otra parte, la persistencia o continuar con los mismos servicios, así como la rigidez en el desarrollo de estos imposibilita la innovación, participación y el aprendizaje de las personas involucradas del sector.

Se plantea el tema de investigación como un medio de apoyo, con la finalidad de impulsar a que se desarrollen actividades innovadoras, creativas y atractivas para los turistas, mediante el desarrollo de actividades novedosas, promocionando la cultura e historia del cantón Riobamba.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo el turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo la experimentación contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

¿Cómo la participación contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

¿Cómo el aprendizaje contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.3. Justificación

Conveniente: el desarrollo de esta investigación es conveniente para el resurgimiento del turismo en el sector y por ende al mejoramiento de la situación económica del turismo en el ámbito de estudio, a su vez permite el progreso de la comunidad hacia un futuro innovador y creativo, con la seguridad de que podrán disfrutar de actividades recreativas, servicios y productos novedosos que le brindarán una experiencia única e inigualable.

Lo que desencadena de igual forma la atracción y difusión de estas experiencias a miles de turistas, logrando que la ciudad incida en una mayor permanencia por parte de los visitantes.

Relevancia social: donde los beneficiarios en primera instancia son la comunidad del cantón de Riobamba ya que colaborará al desarrollo adecuado del turismo e incremento de ingresos para el sector turístico; de igual manera se beneficia

la Universidad Nacional de Chimborazo ya que podrá tener a su disposición mayor información de las variables a tratarse.

Finalmente, en lo personal esta investigación aparte de permitir la aprobación del trabajo de titulación también propone sugerencias y soluciones a los problemas presentados.

1.3.1. Justificación teórica

Se pudo identificar que el turista actualmente busca vivir nuevas experiencias, disfrutar de nuevas costumbres, tradiciones, paisajes y demás atracciones, pero de igual manera busca involucrarse con la comunidad, convivir con ellos y se ven atraídos hacia actividades novedosas e innovadoras.

El turismo tiene un gran impacto en el entorno social, cultural y económico, por lo cual es fundamental adoptar un enfoque de desarrollo asociado con la creatividad, integrando de igual forma actividades, productos y servicios turísticos innovadores; procesos dinámicos, creativos para el mejor desarrollo del turismo como tal, aprovechando de una forma correcta los recursos y medios que se tiene a disposición.

Esta investigación se efectuó con la finalidad de aportar conocimiento a futuras investigaciones que se puedan desarrollar sobre la relación que tiene el turismo creativo con el desarrollo de actividades turísticas en el centro histórico de Riobamba el mismo que posee gran potencial, lo cual representa una oportunidad para que los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo puedan abordar este ámbito investigativo.

1.3.1. Justificación práctica

Esta investigación se ha desarrollado porque existe la necesidad de proponer actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba mediante el turismo creativo.

La misma que permitirá conocer más a detalle cómo se están llevando a cabo el desarrollo de las actividades y de igual manera permitirá conocer más del turismo creativo ya que es una rama novedosa para muchos, lo que a su vez aportará con información valiosa, generando la ejecución de las respectivas oportunidades para el mejoramiento del cantón Riobamba.

Mediante los objetivos se podrá plantear soluciones precisas a los problemas encontrados dentro del cantón, los cuales influyen en las actividades turísticas, permitirá diseñar estrategias que ayuden a mejorar su desarrollo mediante la creatividad e innovación de procesos.

1.3.2. Justificación metodológica

La investigación planteada se direcciona al método descriptivo, el cual busca evaluar características y obtener datos precisos que se pueden aplicar en cálculos estadísticos, al igual que el método correlacional, el cual pretende describir la relación que existe entre 2 variables, como en este caso es el turismo creativo y actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba en un momento determinado.

Para el logro de los objetivos planteados se emplearon cuestionarios con el fin de obtener información de las variables, de tal manera que los resultados de la investigación estén apoyados en técnicas y métodos válidos, la metodología aplicada servirá de referencia para el desarrollo de nuevas y similares investigaciones.

Los resultados de esta investigación serán de gran importancia para el desarrollo del destino turístico, así como para los turistas que lo visitan, esto promueve el mejoramiento del desarrollo de actividades, a la innovación y creación de nuevas maneras de turismo que llamen la atención de los turistas.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar como el turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.4.2. Objetivos específicos

- Descubrir como el experimentar contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Descubrir como el participar contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Descubrir como el aprender contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

El turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.5.2. Hipótesis específicas

- El experimentar contribuye a las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- El participar contribuye a las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- El aprender contribuye a las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes de investigación

Una cuestión muy importante del turismo creativo es conocer en que se basa fundamentalmente. “El turismo creativo se basa en experimentar, participar y aprender, a partir del hecho que los visitantes desarrollan sus capacidades interactuando con el lugar, con su cultura y con las personas que viven allí, desempeñando un rol activo” (Vargas Sánchez, 2019a, párr.2).

Debido a que el turismo creativo debe estar vinculado a la cultura, las expresiones culturales particulares serán idiosincráticas de cada lugar. En este sentido, cualquier municipio que cuente con rasgos culturales muy característicos, definitorios de una personalidad diferenciada, cabe considerarlo como un candidato potencial a desarrollar esta modalidad turística. (Vargas Sánchez, 2019b, párr.4).

Raymond y Richard (como se citó en Sánchez, 2019) plantea que el turismo creativo es un turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante la participación activa en cursos y experiencias de aprendizaje, que son características del destino vacacional que se visita. Jelincic y Zuvela (como se citó en Sánchez, 2019) dice que el turismo creativo es una nueva forma de turismo en el que los recursos naturales, culturales y personales no son explotados, sino valorizados y optimizados. A grandes rasgos, se entiende como una práctica turística que permite a los viajeros adentrarse y comprender la cultura local participando en actividades artísticas y creativas con los residentes, y que, apuesta por la diversificación de la oferta, el interés por la cultura, la atemporalidad y la combinación con otras prácticas turísticas. (Batlle Cardona, 2020, párr.3)

De igual manera se debe conocer cuáles son los posibles alcances del turismo como tal. “El turismo se configura como uno de los principales motores económicos a nivel

internacional, cobrando más fuerza en zonas en vías de desarrollo, siendo estas áreas geográficas ricas en recursos culturales y naturales” (Orgaz y Moral, 2016, párr.30)

2.2. Marco Filosófico o Epistemológico de la investigación

2.2.1. Epistemológico de Turismo Creativo

Richards y Raymond (como se citó en Vargas Sánchez, 2019c) manifiesta que es aquel turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo a través de la participación activa en cursos y experiencias de aprendizaje, las cuales son características del destino de vacaciones donde son acogidos.

Se evidencian nuevas formas de hacer turismo (“Turismo creativo”, 2015). Es un tipo de turismo que se desarrolla gracias al despojo de propiedades, el desplazamiento de la comunidad y a la forzada de establecimientos industriales junto a sitios patrimoniales y arqueológicos de calidad. Hoy en día con la llegada de nuevas generaciones, también surgen nuevas formas de hacer turismo, mismas que exigen una participación más activa por parte del visitante y la necesidad de inmersión en la cultura que se está visitando. Son conocidos el turismo cultural, el turismo sustentable, el turismo rural, el turismo de aventura y otros tantos que permiten además de una colaboración directa con el lugar visitado y la gente que habita en él, una participación responsable y consciente. Y este mismo sentido, surge el turismo creativo.

2.2.2. Epistemológico de Actividades Turísticas

En España, las Comunidades autónomas tienen competencias cedidas para regular en su territorio en materia de turismo. Según el Reglamento General de Turismo de La Rioja aprobado el 17 de marzo de 2017, una actividad turística es cualquier actividad destinada a proporcionar a los usuarios los servicios de alojamiento, intermediación, restauración, información, acompañamiento, ocio o

cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo. (Juan del Real, 2017, párr.1)

RIET (como se citó en UNWTO, s.f.) Actividades características del turismo: Las actividades características del turismo son aquellas que generan típicamente productos característicos del turismo. Dado que el origen industrial de un producto (la industria de la CIIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos con una categoría similar en la CCP, no existe una relación estricta partida a partida entre los productos y las industrias que los elaboran como sus principales productos.

2.3. Estado del arte

Para realizar el presente trabajo se ha procedido a revisar investigaciones previas de diferentes autores, que consideran al turismo creativo como una alternativa que se debe aprovechar para una mejora en el desarrollo y crecimiento económico de un lugar o país en particular, fomentando la creatividad e innovación en las personas.

Las que se enuncian a continuación:

2.3.1. Estado del arte variable independiente: turismo creativo

La tesis doctoral elaborada por José García en el año 2017 con el tema: la capacidad de crear en turismo. Propuesta de un índice sintético para medir la creatividad en destinos turísticos, llegó a la siguiente conclusión:

Existe una correlación lineal muy alta entre la creatividad en los destinos turísticos y su competitividad. Resulta también de gran interés dimensional esta conclusión de forma que la creatividad ambiental de un destino se relaciona linealmente de forma muy fuerte con su competitividad turística, y también, aunque en menor medida que la anterior, la competitividad turística está correlacionada con la creatividad institucional y espacial del sistema en cuestión. (García Suárez, 2017, p.157)

La investigación elaborada por Fabricio Alberca en el año 2019 con el tema: el turismo creativo. Conceptualización y características, llego a la siguiente conclusión:

Las características de la sociedad actual ofrecen condiciones para el desarrollo del turismo creativo, erigiéndolo en oportunidad para los destinos turísticos del Perú. Como consecuencia, el turista cultural en general, según sus características, encuentra en el turismo creativo una alternativa. (Alberca Sialer, 2019 p.158)

El trabajo de titulación elaborado por Geomara Chapi y Andrea Salazar en el año 2020 con el tema: turismo naranja y su potencialidad en el centro histórico de Quito: caso de estudio museos de la orden franciscana, menciona como conclusión lo siguiente. “El turismo naranja engloba la cultura y la creatividad, considerando como eje central la participación activa de los turistas quienes se encuentran en la capacidad de integrarse en la cultura local con el fin de vivir una experiencia diferente” (Chapi y Salazar, 2020,p.103).

La investigación elaborada por Sergio Molina en el año 2015 con el tema: turismo creativo el fin de la competitividad, manifiesta que: “El turismo creativo implica un cambio en la trayectoria hacia el desarrollo de hecho, el turismo creativo es el resultado de una interpretación de una cultura y de una sociedad en particular” (Molina Espinoza, 2015 párr.29).

La investigación elaborada por Sergio Molina en el año 2016 con el tema: turismo creativo estudios y prácticas, expresa lo siguiente.

El turismo creativo abre las compuertas para que las comunidades aprendan sobre sus modos de ser, entender y actuar en relación al desarrollo, progreso y bienestar. Así es como activan sus vidas, orientan sus aspiraciones, y movilizan sus habilidades y talentos. Si la industria turística busca legitimar la invariante, el turismo creativo representa el dato de lo diverso, busca crecer y evolucionar en base a otros códigos y paradigmas. (Molina, 2016, p.215)

El trabajo final de master elaborado por Francisco González en el año 2016 con el tema: el turismo creativo y la planificación estratégica de ciudad: el caso de la gastronomía como motor de desarrollo en Lima, presenta lo siguiente.

El turismo creativo se presenta como una alternativa que genera valor a las experiencias de los turistas nacionales e internacionales, haciéndoles vivir el destino con experiencias únicas, a su vez genera valor a la localidad al crear puestos de trabajo, creando un ecosistema creativo y propiciando el desarrollo de las economías locales, todo basado en un recurso sostenible como la creatividad. (González, 2016,p.79)

2.3.2. Estado del arte variable dependiente: actividades turísticas

El informe final de graduación elaborado por Fernando Pérez en el año 2016 con el tema: las áreas naturales existentes en el corredor del río Ambato tramo Tilulún – Puente Negro y su influencia en la generación de actividades turísticas recreacionales del cantón Ambato provincia de Tungurahua, llevo a la siguiente conclusión.

Las actividades turísticas que se generan en zonas rurales y naturales han ido evolucionando hasta generar un turismo de respeto y sustentabilidad hacia los patrimonios que se han ido deteriorando a través del tiempo y que en la actualidad necesitan mejor trato de parte de los turistas. (Pérez López, 2016,p.110)

El trabajo de titulación elaborado por Maleny Nevárez en el año 2018 con el tema: plan de desarrollo turístico sostenible para el fortalecimiento de la actividad turística post terremoto en la región costa norte de Manabí, manifiesta lo siguiente.

En la actualidad la importancia de desarrollar las actividades turísticas de una manera responsable con el medio ambiente y la comunidad receptora es de vital importancia, por ello el turismo alternativo ha notado una evolución significativa, puesto que cada

vez son más los turistas que optan por este tipo de viaje responsable y activo. (Nevárez Vélez, 2018, p.14)

El trabajo de titulación elaborado por Evelin Wila en el año 2018 con el tema: análisis de las potencialidades turísticas para la aplicación de nuevas actividades recreativas en el Balneario Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas, menciona que:

Las actividades recreativas ayudan al desenvolvimiento integral de las personas, con ello se motiven y asegura un buen bienestar en todos los aspectos de la vida, también con las prácticas de estas actividades se pueden liberar tensiones provocadas por muchos factores entre ellas las obligaciones diarias, además reduce el cansancio y el estrés. (Wila Alvarado, 2018,p.11)

2.4. Bases teóricas

2.4.1. Marco teórico variable independiente: turismo creativo

2.4.2. Aprendizaje

Se entiende por aprendizaje al proceso a través del cual el ser humano adquiere o modifica sus habilidades, destrezas, conocimientos o conductas, como fruto de la experiencia directa, el estudio, la observación, el razonamiento o la instrucción. Dicho en otras palabras, el aprendizaje es el proceso de formar experiencia y adaptarla para futuras ocasiones: aprender. (“Aprendizaje”, 2020, párr.1)

2.4.3. Experimentación

Es un método de investigación científico, tal vez el más reconocible, en un espectro de métodos que también incluye la descripción, la comparación y modelaje.

Mientras que todos estos métodos comparten un enfoque científico común, la experimentación es única ya que implica la manipulación de ciertos aspectos de

un sistema real y la observación de los efectos de esta manipulación. (Carpi y Egger, 2008, párr.4)

2.4.4. Participación

A continuación, se detalla el concepto. “Es la acción de involucrarse en cualquier tipo de actividad de forma intuitiva o cognitiva. Una participación intuitiva es impulsiva, inmediata y emocional, en cambio una participación cognitiva es premeditada y resultante de un proceso de conocimiento” (“Participación”, 2013, párr.7).

2.4.5. Patrimonio cultural

El patrimonio es el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras. Con la Convención de 1972 para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural la UNESCO establece que ciertos lugares de la Tierra tienen un “valor universal excepcional” y pertenecen al patrimonio común de la humanidad, como la selva de Serengueti en el África oriental, las pirámides de Egipto, la Gran Barrera de Coral en Australia y las catedrales barrocas de América Latina. (UNESCO, 2021, párr.1)

2.4.6. Turismo

Es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio. (“Turismo”, s.f., párr.1)

2.4.7. Turismo cultural

Es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. Este artículo argumenta que los procesos de generación de productos culturales conducen a nuevas

formas de interpretar la autenticidad y expresan el dinamismo e imaginación de los grupos locales para adaptarse a las exigencias de la demanda. (Talavera, 2003, párr.1)

2.5.1. Marco teórico variable dependiente: actividades turísticas

2.5.2. Accesibilidad

Permite que cualquier persona pueda disponer y utilizar las edificaciones, servicios o productos en igualdad de condiciones que los demás. También se entiende como la relación con las tres formas básicas de actividad humana: movilidad, comunicación y comprensión; las tres sujetas a limitación como consecuencia de la existencia de barreras. (López, 2003, párr.1)

2.5.3. Actividades

“Son todas aquellas tareas o labores que cada individuo ejerce diariamente, están las actividades laborales, las actividades escolares, las actividades recreativas, las actividades físicas, etc” (“Actividades”, 2021, párr.1).

2.5.4. Actividades recreativas

La acción que desarrolla un ser vivo o una entidad puede recibir el nombre de actividad. Recreativo, por su parte, es un adjetivo que alude a aquello que ofrece recreación (entretenimiento, diversión o distracción). Las actividades recreativas, de este modo, son aquellas acciones que permiten que una persona se entretenga o se divierta. Se trata de actividades que un individuo no realiza por obligación, sino que las lleva a cabo porque le generan placer. (Pérez y Merino, s.f., párr.1)

2.5.5. Hospitalidad

Es un valor ético (difícil de definir, por la misma razón), que evoca la apertura a un “nosotros” que genere en las personas la experiencia de que “nada humano me es ajeno”. Evoca realidades próximas como la responsabilidad, la compasión,

la solidaridad, la acogida. Lévinas define la hospitalidad como la acogida de aquel diferente a mí. Y la acogida es una práctica que requiere el reconocimiento de las necesidades del otro, de su dignidad y su diversidad. La acogida puede considerarse como tal cuando el ser humano es tratado como un fin en sí mismo y no es cosificado. (Bermejo Higuera, 2011, párr.1)

2.5.6. Oferta

“Es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado” (Thompson, 2006, párr.1)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

3.1. Tipo y diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

3.1.1.1. Investigación exploratoria

Es un tipo de investigación que ayuda a estudiar un problema en especial, que no está claramente definido, y gracias a la misma se lo puede comprender de mejor manera, sin proporcionar resultados concluyentes.

3.1.1.2. Investigación descriptiva

Se observa y puntúa las características de la población que se está estudiando, brindando información del qué, cómo, cuándo y dónde, sin dar prioridad a responder el por qué ocurre dicho problema.

3.1.1.3. Investigación correlacional

Pretende visualizar cómo se relacionan o no se relacionan los fenómenos entre sí, cómo se comporta una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada. Busca evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o el grado de relación entre dos variables.

3.1.2. Diseño de Investigación

3.1.2.1. Diseño transversal

La recolección de los datos informativos de la investigación se llevó a cabo en un cierto tiempo, para lo que se considera conveniente un estudio de tipo no experimental y transversal.

3.1.2.2. Diseño no experimental

Se utiliza este diseño porque se basó en la observación de los fenómenos tal y como se dan de forma natural para después ser analizados.

3.1.2.3. Muestreo no probabilístico por conveniencia

Este tipo de muestreo se utilizó debido a que consiste en seleccionar una muestra poblacional accesible, es decir son los individuos a los que se puede acceder fácilmente, además de que los mismos pertenecen a la población de interés para la investigación.

3.2. Unidad de análisis

a) Variable independiente: Turismo creativo

Para el estudio del turismo creativo se tomó en cuenta a pobladores del centro histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

b) Variable dependiente: Actividades turísticas

Para el estudio de las actividades turísticas se consideró a los prestadores de servicios turísticos del centro histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

3.3. Población de estudio

A continuación, se detalla la población de estudio

Cuadro 1. Población de estudio

GRUPO	NÚMERO
Población centro histórico (Cantón Riobamba)	9.086
Prestadores de servicios turísticos del centro histórico (Cantón Riobamba)	506

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

Población 1: para el estudio de la variable “Turismo Creativo” la población está constituida por 9.086 habitantes promedio del centro histórico de la ciudad de Riobamba, la que se encuentra distribuida dentro de las parroquias: Veloz, Maldonado y Lizarzaburu, dato que ha sido tomado del Plan de Uso y Gestión del Suelo del cantón Riobamba.

Población 2: para el estudio de la variable “Actividades Turísticas” la población está conformada por 506 prestadores de servicios turísticos, dato que consta dentro del catastro turístico de la ciudad, proporcionado por el Departamento de Regulación y

Control de la ciudad de Riobamba del año 2021, tomando en cuenta restaurantes, operadoras turísticas, agencias de viajes, entre otras.

3.4. Tamaño de la muestra

a) Variable independiente: turismo creativo

Conformada por un total de 9086 habitantes quienes se encuentran dentro del centro histórico de la ciudad de Riobamba, dato que fue tomado del Plan de Uso y Gestión del Suelo del cantón Riobamba, se procederá a identificar la muestra, para lo que se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra (?)

Z= nivel de confianza (95% -- 1.96)

p= probabilidad de ocurrencia (0.80)

q= probabilidad de no ocurrencia (0.20)

N= tamaño de la población (9086)

E= error máximo aceptable (0.05)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.80) \cdot (0.20) \cdot (9086)}{(9086) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.80) \cdot (0.20)}$$
$$n = 239$$

b) Variable dependiente: actividades turísticas

Conformada por los prestadores de servicios turísticos, que se encuentran en el catastro turístico proporcionado por el Departamento de Regulación y Control de la

ciudad de Riobamba, muestra que se tomó de un total de 506 establecimientos, se procederá a identificar la muestra, para lo que se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra (?)

Z= nivel de confianza (95% -- 1.96)

p= probabilidad de ocurrencia (0.80)

q= probabilidad de no ocurrencia (0.20)

N= tamaño de la población (506)

E= error máximo aceptable (0.05)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.80) \cdot (0.20) \cdot (506)}{(506) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.80) \cdot (0.20)}$$
$$n = 165$$

3.5. Selección de la muestra

Se parte de lo general a lo específico, utilizando la medición numérica, así como programas estadísticos como lo es el programa del SPSS, para el análisis y aprobación de hipótesis, se recopiló información de ciertos establecimientos con las medidas de seguridad adecuadas debido a la crisis sanitaria en la que se está viviendo ahora.

Se aplicó la debida fórmula para la obtención de la muestra para poblaciones finitas lo que en la variable independiente “Turismo Creativo” fue de 239 habitantes y en la variable dependiente “Actividades turísticas” fue de 165 habitantes a los que se aplicó las encuestas.

3.6. Operacionalización de variables

3.6.1. Matriz variable independiente y dependiente

Cuadro 2. Matriz variable independiente y dependiente

Variable	Concepto	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Método, técnica e instrumento
Variable I Turismo creativo	Turismo creativo: se basa en <u>experimentar</u> , <u>participar</u> , <u>aprender</u> , en el que los visitantes desarrollan sus capacidades interactuando con el lugar, con su cultura y con las personas que viven allí, desempeñando un rol activo (Vargas, 2019).	Turismo creativo: es un turismo basado en la creatividad, innovación, participación activa de la comunidad en general debidamente organizada que va aprendiendo día con día.	Experimentación Participación Aprendizaje	Estudiar Probar Examinar Intervenir Compartir Aportar Conocimiento Habilidad Experiencia	Diseño: No experimental, Transversal y correlacional Método: Científico Descriptivo, Analítico Técnica: Encuestas a la población y a los prestadores de servicios turísticos del centro histórico del cantón Riobamba
Variable II Actividades turísticas	Actividades turísticas: encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forman parte de la <u>oferta</u> turística y comprende toda una serie de <u>productos</u> , <u>servicios</u> y <u>actividades</u> en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar (Gobierno de Canarias, 2016).	Actividades turísticas: son todas las actividades realizadas por la persona en sus tiempos libres que le proporcionan placer, los que forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos y servicios.	Oferta Productos y servicios	Bienes y servicios Mercado Precio Necesidades Beneficios Consumo	

	Actividades	Acciones Procesos Producción	Instrumento: Cuestionario
--	-------------	------------------------------------	------------------------------

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

3.6.2. Matriz de consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones
¿Cómo el turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?	Analizar como el turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	El turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	Variable Independiente	Experimentación Participación Aprendizaje
			“Turismo creativo: se basa en experimentar, participar, aprender, en el que los visitantes desarrollan sus capacidades interactuando con el lugar, con su cultura y con las personas que viven allí, desempeñando un rol activo” (Vargas Sánchez, 2019, párr.2)	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable Dependiente	Oferta Productos y servicios Actividades
¿Cómo el experimentar contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?	Descubrir como el experimentar contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	El experimentar contribuye a las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	Actividades turísticas: encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar.	
¿Cómo el participar contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?	Descubrir como el participar contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	El participar contribuye a las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.		

<p>del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?</p> <p>¿Cómo el aprender contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?</p>	<p>cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.</p> <p>Descubrir como el aprender contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.</p>	<p>Riobamba, provincia de Chimborazo.</p> <p>El aprender contribuye a las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.</p>	<p>(“Actividades Turísticas”,s.f., párr.1)</p>	
---	--	---	--	--

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

3.7. Técnicas e instrumentos de investigación

3.7.1. Técnicas

“Son el conjunto de herramientas, procedimientos e instrumentos utilizados para obtener información y conocimiento. Se utilizan de acuerdo a los protocolos establecidos en cada metodología determinada” (“Técnicas de investigación”, s.f.).

Encuesta: Mediante la cual se formuló las diferentes preguntas que permiten obtener información relevante de los prestadores de servicios turísticos, así como de los pobladores del centro histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

3.7.2. Instrumentos

Cuestionario: Se utilizó dos tipos de cuestionarios uno para cada variable, mismos que constan de 9 preguntas cada una, realizadas en base a la escala de medición de Likert con los siguientes valores:

3.8. Validez de los instrumentos

Para determinar la validez de los instrumentos de la investigación se realiza la consulta a los expertos.

3.8.1. Selección de expertos

Es necesario seleccionar un grupo de expertos quienes gracias a su conocimiento validen el instrumento a ser utilizado para la recolección de datos, se detallan a continuación los expertos:

Cuadro 4. Validación de expertos

Nº	Nombres y apellidos	Cargo	Asignación del tribunal
1	Dr. Diego Mauricio Calvopiña Andrade	Docente de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera	Tutor
2	Dr. Víctor Velasco Samaniego	Docente de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera	Presidente

3	Mgs. Danilo Paúl Quintana Puga	Docente de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera	Miembro 1
4	Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez	Docente de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera	Miembro 2

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

3.9. Confiabilidad de los instrumentos

Analizando la confiabilidad de los datos del instrumento a ser utilizado se podrá determinar si cumple los parámetros necesarios para la aplicación del mismo, tomando en referencia los valores obtenidos por el software Statistical and Service Solutions (SPSS), y el coeficiente de Cronbach.

Cuadro 5. Criterios de fiabilidad, alfa de Cronbach

Coeficiente	Criterios
Alfa > 9	Es excelente
Alfa > 8	Es bueno
Alfa > 7	Es aceptable
Alfa > 6	Es cuestionable
Alfa > 5	Es pobre
Alfa < 5	Es inaceptable

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

3.9.1. Alpha de Cronbach variable independiente turismo creativo

Cuadro 6. Confiabilidad del instrumento (turismo creativo)

Alfa de Cronbach	N de elementos
,993	9

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

Al ingresar los datos y utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach el dato que se obtiene para el instrumento de la variable independiente “turismo creativo” tiene un criterio de excelente puesto que es mayor que 0,9.

3.9.2. Alpha de Cronbach variable dependiente actividades turísticas

Cuadro 7. Confiabilidad del instrumento (actividades turísticas)

Alfa de Cronbach	N de elementos
,991	9

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

Al ingresar los datos y utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach el dato que se obtiene para el instrumento de la variable dependiente “actividades turísticas” tiene un criterio de excelente puesto que es mayor que 0,9.

3.10. Análisis e interpretación de la información

Una vez realizada la validación de expertos, la determinación de confiabilidad del instrumento, se puede aplicar el instrumento, a la muestra que se obtuvo que fue aplicada en base a la población del centro histórico y los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, cuyos datos se reflejan en una tabla expresando sus porcentajes, así como los resultados obtenidos para el estudio de cada una de las variables.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas con respecto a la variable independiente “Turismo creativo” y a la variable dependiente “Actividades turísticas”, los cuales se pueden apreciar en la parte de anexos con su respectiva tabla y gráfico donde constan los porcentajes correspondientes, así como su interpretación.

Cuadro 8. Resumen, interpretación y análisis de resultados del turismo creativo

Variable Independiente: Turismo creativo		
N°	Ítems	Interpretación
A.	Género	De acuerdo a la categoría de género se aprecia que un 50,83% son hombres y un 49,17% son mujeres. Se observa que la mayor parte de la población del centro histórico que fue encuestada es de género masculino, aunque la diferencia es mínima, por 4 habitantes de diferencia lo que indica que existe casi iguales cantidades de personas que fueron encuestadas tanto hombres como mujeres.
B.	Edad	En cuanto a la edad de la población encuestada se tiene que el 16,25% tiene una edad entre los 20 y 24 años, el 27.08% tiene entre 25 y 29 años, el 23,75% tiene entre 30 y 34 años, el 14.58% tiene entre 35 y 39 años y finalmente el 18.33% tiene más de 40 años de edad. La mayor parte de los habitantes del centro histórico tienen una edad entre los 25 y 29 años de edad, lo que manifiesta que está dentro de una población aún joven y madura.

- C. Nivel de educación
- Con respecto al nivel de educación de las personas encuestadas podemos apreciar que el 18.33% tienen el nivel de primaria, el 32.92% el nivel de secundaria, el 19.17% el nivel superior no universitaria, el 24.17% el nivel superior universitaria y finalmente el 5.42% el nivel de maestría. En mayor porcentaje la población tiene un nivel de educación de secundaria, lo que tal vez se deba a las debidas ocupaciones y limitadas oportunidades que se tiene para continuar con los estudios.

Experimentación

1. ¿Existen recursos apropiados para el estudio del turismo creativo en el cantón Riobamba?
- En base a esta pregunta se aprecian los siguientes valores 18.33% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 22.92% en desacuerdo, 20% imparcial, 20.83% de acuerdo y 17.92% están totalmente de acuerdo. Se determina que la mayor parte de los habitantes está mayormente en desacuerdo con el hecho de que existen recursos apropiados para estudiar el turismo creativo dentro del centro histórico de la ciudad, lo que quiere decir que no se consta con suficientes recursos para el progreso efectivo de la investigación, al ser la misma limitada por las existencias.

De acuerdo a la pregunta realizada se obtiene que el 5% de la población está totalmente en desacuerdo, el 12.92% en desacuerdo, el 18.33% imparcial, el 23.33% de acuerdo y el 40.42% totalmente de acuerdo. Lo que da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo con que la innovación genera mayores ingresos económicos y desarrollo local puesto que la gente quiere creatividad, algo nuevo y novedoso para consumir y así ésto genera la reactivación económica del cantón Riobamba.

2. ¿La innovación en el turismo creativo genera mayores ingresos económicos para el desarrollo local?

En base a la evaluación de actividades se obtiene que el 10% de la población está totalmente en desacuerdo, el 8.33% en desacuerdo, el 16.25% imparcial, el 21.67% de acuerdo y el 43.75% totalmente de acuerdo. Lo que da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo con que la evaluación de las actividades aporta al desarrollo del turismo creativo puesto que se debe controlar y evaluar los procesos que se desarrollan con el fin de minimizar problemas o dificultades en su proceso.

3. ¿La evaluación de las actividades aporta al desarrollo del turismo creativo?

Participación

Respecto a esta pregunta se tiene las siguientes respuestas el 7.08% de la población está totalmente en desacuerdo, el 6.25% en desacuerdo, el 17.5 % imparcial, el 26.67% de

4. ¿La intervención de los actores sociales aporta al desarrollo turístico local?

acuerdo y el 42.5% totalmente de acuerdo. Lo que manifiesta que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo con que la intervención de los actores sociales aporta al desarrollo turístico local, para lo que se pide el apoyo y acompañamiento de parte de las autoridades y demás personas implicadas.

5. ¿El acto de compartir experiencias turísticas debe ser recíproco para el desarrollo de la sociedad?

Tenemos los siguientes datos el 5.83% de la población está totalmente en desacuerdo, el 12.08% en desacuerdo, el 17.08 % imparcial, el 23.75% de acuerdo y el 41.25% totalmente de acuerdo. Lo que manifiesta que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo que el acto de compartir experiencias turísticas debe ser recíproco para el desarrollo de la sociedad, es decir compartir lo aprendido para con los demás creciendo en conocimiento y como personas a su vez.

6. ¿El turismo creativo aporta al desarrollo y prosperidad del cantón?

Se tiene los siguientes datos el 9.17% de los habitantes está totalmente en desacuerdo, el 7.08% en desacuerdo, el 12.92% imparcial, el 23.33% de acuerdo y el 47.5% totalmente de acuerdo. Mediante lo que se puede apreciar que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que el turismo creativo aporta al desarrollo y prosperidad del cantón, para lo que se considera óptimo seguir con la investigación y efectuar acciones novedosas e innovadoras para mejorar en el ámbito turístico para el progreso del cantón.

Aprendizaje

- Sobre el compartir conocimientos nuevos sobre turismo tenemos que el 10.42% de los habitantes está totalmente en desacuerdo, el 7.5% en desacuerdo, el 9.58% imparcial, el 22.5% de acuerdo y el 50% totalmente de acuerdo.
7. ¿Adquirir conocimientos nuevos sobre turismo es positivo para el cantón?
- Mediante lo que se puede apreciar que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que adquirir conocimientos nuevos sobre turismo es positivo para el cantón, puesto aprender siempre es bueno, para enriquecer el conocimiento propio que ya se tiene.
- En base a esta pregunta tenemos que el 9.17% de los habitantes está totalmente en desacuerdo, el 12.08% en desacuerdo, el 14.58% imparcial, el 23.33% de acuerdo y el 40.83% totalmente de acuerdo. Lo que manifiesta que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que la habilidad social de la población coopera con el desarrollo económico de Riobamba?
8. ¿La habilidad social de la población coopera con el desarrollo económico de Riobamba?
- Tenemos los siguientes valores el 7.08% de los habitantes está totalmente en desacuerdo, el 5.42% en desacuerdo, el 13.33% imparcial, el 24.17% de acuerdo y el 50% totalmente de acuerdo. Lo que manifiesta que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de
9. ¿Las nuevas y mejores experiencias que se brindan a los turistas ayudan al crecimiento

económico y productivo del cantón? acuerdo en que las nuevas y mejores experiencias que se brindan a los turistas ayudan al crecimiento económico y productivo del cantón, pues al brindar algo novedoso y adecuado al turista este se sentirá satisfecho y deseoso de regresar.

Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Cuadro 9. Resumen, interpretación y análisis de resultados de actividades turísticas

Variable Dependiente: Actividades turísticas		
N°	Ítems	Interpretación
A.	Género	De acuerdo a la categoría de género se aprecia que un 49.7% son hombres y un 50.3% son mujeres. Se observa que la mayor parte de la población del centro histórico que fue encuestada es de género masculino, aunque la diferencia es mínima, por 1 habitante de diferencia lo que indica que existen similares cantidades de personas tanto hombres como mujeres.
B.	Edad	En cuanto a la edad de la población encuestada se tiene que el 19.39% tiene una edad entre los 20 y 24 años, el 24.24% tiene entre 25 y 29 años, el 16.97% tiene entre 30 y 34 años, el 18.18% tiene entre 35 y 39 años y finalmente el 21.21% tiene más de 40 años de edad. La mayor parte de los habitantes del centro histórico tienen una edad entre los 25 y 29 años de edad, lo que manifiesta que está dentro de una población aún joven y madura.

- C. Nivel de educación
- Con respecto al nivel de educación de las personas encuestadas podemos apreciar que el 18.79% tienen el nivel de primaria, el 29.09% el nivel de secundaria, el 22.42% el nivel superior no universitaria, el 25.45% el nivel superior universitaria y finalmente el 4.24% el nivel de maestría. En mayor porcentaje la población tiene un nivel de educación de secundaria, lo que tal vez se deba a las debidas ocupaciones y limitadas oportunidades que se tiene para continuar con los estudios.

Oferta

- En base a esta pregunta se aprecia los siguientes valores
1. ¿Existen bienes y servicios adecuados para el estudio de las actividades turísticas en el cantón?
- 14.55% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 16.36% en desacuerdo, 23.03% imparcial, 29.09% de acuerdo y 16.97% están totalmente de acuerdo. Se determina que la mayor parte de los habitantes está de acuerdo con que existen bienes y servicios adecuados para el estudio de las actividades turísticas en el cantón, lo que manifiesta que si se cree que existen los medios adecuados para analizar las actividades turísticas.

2. ¿La oferta de las actividades turísticas dentro del mercado debe ser innovadora y creativa con el fin de obtener
- Se tienen los siguientes valores 6.67% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 5.45% en desacuerdo, 13.23% imparcial, 24.24% de acuerdo y 50.3% están totalmente de acuerdo. Se determina que la mayor parte de los habitantes está en su mayoría totalmente de acuerdo en que la oferta de las actividades turísticas dentro del

- resultados de impacto y mercado debe ser innovadora y creativa con el fin de eficacia para la localidad? obtener resultados de impacto y eficacia para la localidad, puesto que se debe mejorar, abiar y no quedarse con lo cotidiano.
3. ¿Está de acuerdo con el precio de los servicios turísticos ofertados en el cantón?
- Se tienen los siguientes valores 9.7% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 17.58% en desacuerdo, 20% imparcial, 22.42% de acuerdo y 30.3% están totalmente de acuerdo. Se observa que la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo con los precios de los servicios turísticos ofertados en el cantón, ya que de igual manera se entiende que debido a la crisis sanitaria los precios varían pues se debe de alguna manera subsistir hoy en día.

Productos y servicios

4. ¿Satisfacer las necesidades de los turistas ayudan al crecimiento económico de la localidad?
- Se tienen los siguientes datos 6.06% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 7.27% en desacuerdo, 7.88% imparcial, 29.09% de acuerdo y 49.7% están totalmente de acuerdo. Se aprecia que la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo en que satisfacer las necesidades de los turistas ayuda al crecimiento económico de la localidad, pues al sentirse cómodo el turista el mismo va a querer regresar al lugar.

5. ¿Considera usted que existen beneficios adecuados para la investigación de las actividades turísticas en el cantón?

Se tienen los siguientes datos 7.27% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 15.76% en desacuerdo, 24.85% imparcial, 21.21% de acuerdo y 30.91% están totalmente de acuerdo. Se aprecia que la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo en que existen beneficios adecuados para la investigación de las actividades turísticas en el cantón, pues se cree que existen los recursos adecuados para el análisis de la variable.

6. ¿El consumo de las actividades turísticas del cantón es idóneo para un crecimiento económico efectivo?

Se tienen los siguientes datos 5.45% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 7.88% en desacuerdo, 13.94% imparcial, 29.09% de acuerdo y 43.64% están totalmente de acuerdo. Se aprecia que la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el consumo de las actividades turísticas del cantón es idóneo para un crecimiento económico efectivo, mismo que debe ser adecuado para el turista.

Actividades

7. ¿Considera usted que la innovación es idónea para el desarrollo económico del cantón?

De acuerdo a la pregunta realizada se obtiene que el 7.27% de la población está totalmente en desacuerdo, el 5.45% en desacuerdo, el 11.52% imparcial, el 20.61% de acuerdo y el 55.15% totalmente de acuerdo. Lo que nos da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo con que la innovación es idónea para el desarrollo económico del cantón, pues

se debe establecer actividades novedosas y curativas para llamar la atención de los turistas.

- ¿Los procesos implementados en las actividades turísticas son suficientes para el progreso de la localidad?
8. De acuerdo a la pregunta realizada se obtiene que el 10.3% de la población está totalmente en desacuerdo, el 20% en desacuerdo, el 17.58% imparcial, el 18.18% de acuerdo y el 33.94% totalmente de acuerdo. Lo que da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que los procesos implementados en las actividades turísticas son suficientes para el progreso de la localidad, sin embargo, esto tal vez y no sea cierto puesto que los procesos no son innovadores, sino estáticos comunes lo que no ayuda al cantón como tal.

- ¿La producción y desarrollo de actividades turísticas son positivas para la localidad?
9. De acuerdo a la pregunta realizada se obtiene que el 5.45% de la población está totalmente en desacuerdo, el 7.27% en desacuerdo, el 9.7% imparcial, el 24.85% de acuerdo y el 52.73% totalmente de acuerdo. Lo que da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que la producción y desarrollo de actividades turísticas son positivas para la localidad, puesto que al crear actividades novedosas se deben ejecutar de manera adecuada y controlar las mismas.

Fuente: Encuestas aplicadas (2021)
Elaborado por: Mejía, C. (2021)

4.2. Pruebas de hipótesis

Se aplicó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, siendo la más utilizada la siguiente:

Cuadro 10. Grado de relación de Rho de Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa grande muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación negativa nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

4.2.1. Prueba de hipótesis general

Planteamiento de la hipótesis

H0: El turismo creativo no contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H1: El turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Cuadro 11. Comprobación de hipótesis general

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	362,272 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	324,187	16	,000
Asociación lineal por lineal	141,091	1	,000
N de casos válidos	165		

Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Decisión: Con el valor de 0.000, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1). “El turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, es decir estadísticamente existe una correlación negativa nula.

4.2.2. Prueba de hipótesis específicas

4.2.2.1. Hipótesis específica 1

H0: La experimentación no cooperará con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H1: La experimentación cooperará con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Cuadro 12. Comprobación de hipótesis específica experimentación

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	406,417 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	346,538	16	,000
Asociación lineal por lineal	140,185	1	,000
N de casos válidos	165		

Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Decisión: Con el valor de 0.000, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1). “La experimentación cooperará con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, es decir estadísticamente existe una correlación negativa nula.

4.2.2.2. Hipótesis específica 2

H0: La participación no cooperará con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H1: La participación cooperará con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Cuadro 13. Comprobación de hipótesis específica participación

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	305,881 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	286,936	16	,000
Asociación lineal por lineal	137,909	1	,000
N de casos válidos	165		

Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Decisión: Con el valor de 0.000, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1). “La participación cooperará con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, es decir estadísticamente existe una correlación negativa nula.

4.2.2.3. Hipótesis específica 3

H0: El aprendizaje no cooperará con las actividades turísticas recreativas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H1: El aprendizaje cooperará con las actividades turísticas recreativas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Cuadro 14. Comprobación de hipótesis específica participación

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	337,707 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	309,802	16	,000
Asociación lineal por lineal	142,328	1	,000
N de casos válidos	165		

Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Decisión: Con el valor de 0.000, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1). “El aprendizaje cooperará con las actividades turísticas recreativas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, es decir estadísticamente existe una correlación negativa nula.

4.3. Presentación de resultados

Con ayuda de la correlación de Rho de Spearman se obtuvo resultados que ayudaron en la toma de decisiones, para bien de la investigación a continuación se presenta las hipótesis planteadas.

Hipótesis general “El turismo creativo contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, se acepta debido a que cumple con el nivel de significancia establecido $0.000 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 1 “La experimentación cooperará con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, se acepta debido a que cumple con el nivel de significancia establecido $0.000 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 2 “La participación cooperará con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, se acepta debido

a que cumple con el nivel de significancia establecido $0.000 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 3 “El aprendizaje cooperará con las actividades turísticas recreativas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, se acepta debido a que cumple con el nivel de significancia establecido $0.000 < 0.05$ por lo que se rechaza la hipótesis nula.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El turismo creativo si contribuye al desarrollo de las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo ya que se obtuvo el resultado de ,000; debido a que se necesita se implemente mejoras y actividades novedosas dentro del cantón.

La experimentación si coopera con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, ya que se obtuvo el resultado de ,000; debido a que, si se debe innovar, crear y brindar experiencias nuevas y agradables para el turista.

La participación si coopera con las actividades turísticas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, ya que se obtuvo el resultado de ,000; debido a que, si se debe integrar a los participantes, a la comunidad como tal para una mejora y progreso en común.

El aprendizaje si coopera con las actividades turísticas recreativas del centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, ya que se obtuvo el resultado de ,000; debido a que, si se debe conocer más sobre temas nuevos, aspectos positivos que ayuden al progreso y mejoramiento del cantón.

5.2. Recomendaciones

Continuar realizando investigaciones en base a lo que es el turismo creativo o turismo naranja, con el fin de mejorar los conocimientos obtenidos y desarrollar nuevas estrategias de mejora para la comunidad como tal.

Realizar nuevas propuestas para el desarrollo de un turismo creativo, encaminado hacia la creación y difusión de actividades turísticas innovadoras y creativas que se puedan llegar a implementar en el cantón, con el fin de que se innove y mejore las acciones ya establecidas, para el progreso efectivo del mismo.

Investigar, aprender y conocer más sobre innovación y como llevarlo a cabo con los recursos que se tiene a disposición, para así poder expandir nuestros conocimientos y habilidades con el fin de realizar nuevas investigaciones que ayuden al desarrollo adecuado de un sector determinado.

Entrevistar o recolectar mayor información del resto del cantón Riobamba en base a las opiniones que tiene la población con respecto a lo que saben sobre el turismo creativo y sobre las actividades turísticas, ya que no se pudo encuestar a toda la población por lo grande que es el cantón como tal.

BIBLIOGRAFÍA

- Actividades. (2021). Concepto Definición. <https://conceptodefinicion.de/actividades/>
- Actividades Turísticas / Inicio de la Actividad. (s.f.). Consejería de Turismo, Industria y Comercio.
http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementerias/index.html
- Alberca Sialer, F. (Agosto de 2019). El turismo creativo. Conceptualización y características. chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.revistacultura.com.pe%2Fvistas%2FRUCU_33_turismo-creativo.pdf&clen=86435&chunk=true
- Aprendizaje. (2020). Concepto. <https://concepto.de/aprendizaje-2/>
- Batlle Cardona, M. (20 de Septiembre de 2020). Los destinos que están apostando por el turismo creativo. https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/destinos-que-estan-apostando-por-turismo-creativo_15912
- Bermejo Higuera, J. C. (2011). Hospitalidad.
<https://www.josecarlosbermejo.es/hospitalidad/>
- Carpi, A., & Egger, A. (2008). La Experimentación en la Investigación Científica.
[https://www.visionlearning.com/es/library/Proceso-de-la-Ciencia/49/La-Experimentaci%C3%B3n-en-la-Investigacion-Cient%C3%ADfica/150#:~:text=La%20experimentaci%C3%B3n%20es%20un%20m%C3%A9todo,%2C%20Comparaci%C3%B3n%2C%20y%20Modelaje\).](https://www.visionlearning.com/es/library/Proceso-de-la-Ciencia/49/La-Experimentaci%C3%B3n-en-la-Investigacion-Cient%C3%ADfica/150#:~:text=La%20experimentaci%C3%B3n%20es%20un%20m%C3%A9todo,%2C%20Comparaci%C3%B3n%2C%20y%20Modelaje).)
- Chapi Victoria, G. L., & Salazar Reinoso, A. S. (2020). Turismo naranja y su potencialidad en el Centro Histórico de Quito: caso de estudio museos de la Orden Franciscana . [Trabajo de titulación, Universidad De Las Fuerzas Armadas de Sangolquí].

Repositorio Dspace. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Frepositorio.espe.edu.ec%2Fbitstream%2F21000%2F21687%2F1%2FT-ESPE-043386.pdf&cflen=1755433

García Suárez, J. (2017). La capacidad de crear en turismo. Propuesta de un índice sintético para medir la creatividad en destinos turísticos. [Tesis doctoral, Universidad de Jaén]. Ruja: Repositorio Institucional de Producción Científica. <https://ruja.ujaen.es/jspui/handle/10953/941>

González, F. (Septiembre de 2016). El Turismo Creativo y la Planificación Estratégica de ciudad: El caso de la Gastronomía como motor de desarrollo en Lima. [Trabajo final de Máster, Universitat de Barcelona]. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fdiposit.ub.edu%2Fdspace%2Fbitstream%2F2445%2F123307%2F1%2FTFM%2520Francisco%2520GK.pdf&cflen=5612208

López, A. (2003). ¿Qué es "accesibilidad"?

http://www.webmati.es/index.php?option=com_content&view=article&id=12:que-es-accesibilidad

Molina Espinoza, S. (2015). Turismo creativo: El fin de la competitividad.

<https://www.redalyc.org/journal/1934/193435584009/html/>

Molina, S. (Junio de 2016). Turismo creativo.

<http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/download/95/89>

Nevárez Vélez, M. M. (Junio de 2018). Plan de desarrollo turístico sostenible para el fortalecimiento de la actividad turística post terremoto en la región costa del norte de Manabí. [Tesis, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí “Manuel

Félix López”]. Repositorio Dspace. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2F repositorio.espam.edu.ec%2Fxmlui%2Fbitstream%2Fhandle%2F42000%2F732%2FTT81.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&clen=1338772

Orgaz Aguera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008#aff2

Participación. (2013). Significados.

<https://www.significados.com/participacion/#:~:text=Participaci%C3%B3n%20es%20la%20acci%C3%B3n%20de,de%20un%20proceso%20de%20conocimiento.>

Pérez López, F. (2016). Fernando Israel. [Informe final de graduación, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2F repositorio.uta.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F23443%2F1%2FTESIS%2520Fernando%2520P%25c3%25a9rez%2520con%2520firmas.pdf&clen=2491581

Pérez Porto, J., & Merino, M. (s.f.). Actividades recreativas.

<https://definicion.de/actividades-recreativas/#:~:text=Las%20actividades%20recreativas%2C%20de%20este,cabo%20porque%20le%20generan%20placer.>

Real, J. M. (Marzo de 2017). Qué es una actividad turística.

<https://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/que-es-una-actividad-turistica/>

Suárez Pazos, M. (2006). El portafolio del estudiante. <https://educrea.cl/el-portafolio-del-estudiante/>

Talavera, A. S. (Octubre de 2003). Turismo cultural, culturas turísticas.

<https://www.scielo.br/j/ha/a/bPNDRqnv5mDzhQy54zVDbvF/abstract/?lang=es#:~:text=El%20turismo%20cultural%20es%20concebido,ofertados%20en%20el%20mercado%20tur%C3%ADstico.>

Técnicas de investigación. (s.f.). Concepto. [https://concepto.de/tecnicas-de-](https://concepto.de/tecnicas-de-investigacion/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,establecidos%20en%20cada%20metodolog%C3%ADa%20determinada.&text=Para%20esto%20%C3%BAltimo%20se%20necesita%20una%20metodolog%C3%ADa%20o%20un%20m%C3%A)

[investigacion/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,establecidos%20en%20cada%20metodolog%C3%ADa%20determinada.&text=Para%20esto%20%C3%BAltimo%20se%20necesita%20una%20metodolog%C3%ADa%20o%20un%20m%C3%A](https://concepto.de/tecnicas-de-investigacion/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,establecidos%20en%20cada%20metodolog%C3%ADa%20determinada.&text=Para%20esto%20%C3%BAltimo%20se%20necesita%20una%20metodolog%C3%ADa%20o%20un%20m%C3%A)

Thompson, I. (Mayo de 2006). Definición de Oferta.

[https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-](https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html#:~:text=En%20un%20sentido%20general%2C%20la,mercado%20a%20un%20precio%20determinado.)
[oferta.html#:~:text=En%20un%20sentido%20general%2C%20la,mercado%20a%20un%20precio%20determinado.](https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html#:~:text=En%20un%20sentido%20general%2C%20la,mercado%20a%20un%20precio%20determinado.)

Turismo creativo: participación activa en la cultura del destino. Entorno Turístico.

<https://www.entornoturistico.com/turismo-creativo-participacion-activa-en-la-cultura-del-destino/>

Turismo. (s.f.). Concepto. <https://concepto.de/turismo/>

UNESCO. (2021). Patrimonio cultural.

<https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

UNWTO. (s.f.). Glosario de términos de turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Vargas Sánchez, A. (29 de Marzo de 2019). Un proyecto de turismo creativo para quien lo quiera desarrollar. https://www.hosteltur.com/comunidad/003387_un-proyecto-de-turismo-creativo-paraquien-lo-quiera-desarrollar.html

Wila Alvarado, E. R. (Julio de 2018). Análisis de las potencialidades turísticas para la aplicación de nuevas actividades recreativas en el balneario Las Palmas en la ciudad de Esmeraldas. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas]. Repositorio Digital PUCESE. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Frepositorio.pucese.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F1644%2F1%2FWILA%2520ALVARADO%2520EVELIN%2520RAQUEL.pdf&cIen=1180019

ANEXOS

Anexo 1. La propuesta

1. Título de la propuesta

Portafolio de actividades turísticas del centro histórico de la ciudad de Riobamba

2. Introducción

A la ciudad de Riobamba se la conoce con diferentes nombres tales como: Sultana de los Andes o Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana, debido al gran significado histórico que posee, a lo que se le suman paisajes espectaculares, permitiendo apreciar de igual forma los diferentes volcanes entre los que se destacan el nevado Chimborazo y el Altar.

El centro histórico de la ciudad a pesar de ser pequeño posee una gran variedad de atractivos representativos de la misma, que forman parte de igual manera de las atracciones que son visitadas con mayor frecuencia por parte de turistas nacionales como extranjeros, pues conforma un grupo de museos, parques, iglesias, entre otros edificios emblemáticos e importantes que caracterizan a la ciudad.

Para lo cual la elaboración de este portafolio permitirá al centro histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo y a los diferentes atractivos turísticos identificarse y dar a conocer de una mejor manera la historia y demás hechos importantes que se han desarrollado en el transcurso de los años, de una manera directa e innovadora para llamar así la atención y el interés de parte de la población como tal y de parte de los turistas extranjeros, puesto que primero debemos conocer lo que tenemos para poder transmitir después a los demás.

3. Objetivos

Objetivo general

Diseñar el portafolio de actividades turísticas del centro histórico de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo

Objetivos específicos

- Identificar los atractivos turísticos donde se puedan desarrollar las actividades
- Proponer actividades turísticas que se puede realizar en el centro histórico
- Poner en valor la historia de Riobamba en las actividades turísticas

4. Fundamentación científica técnica

Portafolio de actividades turísticas

El Portafolio es un método de enseñanza, aprendizaje y evaluación que consiste en la aportación de producciones de diferente índole por parte del estudiante a través de las cuáles se pueden juzgar sus capacidades en el marco de una disciplina o materia de estudio. Estas producciones informan del proceso personal seguido por el estudiante, permitiéndole a él y los demás ver sus esfuerzos y logros, en relación a los objetivos de aprendizaje y criterios de evaluación establecidos previamente. (Suárez Pazos, 2006, p.1)

El portafolio como modelo de enseñanza - aprendizaje, se fundamenta en la teoría de que la evaluación marca la forma cómo un estudiante se plantea su aprendizaje.

El portafolio del estudiante responde a dos aspectos esenciales del proceso de enseñanza aprendizaje, implica toda una metodología de trabajo y de estrategias didácticas en la interacción entre docente y discente; y, por otro lado, es un método de evaluación que permite unir y coordinar un conjunto de evidencias para emitir una valoración lo más ajustada a la realidad que es difícil de adquirir con otros

instrumentos de evaluación más tradicionales que aportan una visión más fragmentada. (Suárez Pazos, 2006, p.1)

Objetivos:

- Destacar la importancia del desarrollo individual, e intentar integrar los conocimientos previos en la situación de aprendizaje.
- Resaltar lo que un estudiante sabe de sí mismo y en relación al curso.
- Desarrollar la capacidad para localizar información, para formular, analizar y resolver problemas.

Ventajas:

- Promociona la autonomía del estudiante y el pensamiento crítico reflexivo que por una parte asegura el aprendizaje mínimo y por otra aquél que cada uno desea adquirir y profundizar.
- Proporciona buenos hábitos cognitivos y sociales al alumno
- Tiene un gran componente motivador y de estímulo para los estudiantes al tratarse de un trabajo continuado donde se van comprobando rápidamente los esfuerzos y resultados conseguidos.

Fases:

- Recolectar evidencias
- Seleccionar evidencias
- Reflexionar sobre las evidencias
- Publicar el portafolio

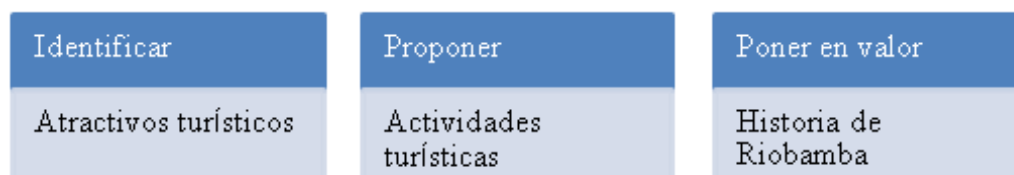
5. Desarrollo de la propuesta

Hay que ser innovadores a la hora de generar nuevas actividades turísticas, puesto que así los turistas estarán interesados en conocer más de estas actividades, al igual que aprender sobre las culturas y tradiciones del lugar, por lo que se debe brindar la información respectiva de una manera dinámica y atractiva para el turista por diferentes medios tales como en páginas web, fotografías, entre otros.

Por medio del portafolio digital de actividades turísticas se puede promocionar de mejor manera el lugar como tal y sus culturas, lo que permitirá que el centro histórico de la ciudad de Riobamba pueda exponer al público sobre sus historias, tradiciones y culturas haciéndolo atractivo para los turistas.

Portafolio de actividades turísticas que consiste en seleccionar los atractivos y las diferentes actividades a desarrollarse, dándoles un valor agregado, siendo innovadoras donde el turista pueda interactuar de manera directa con la cultura e historia del lugar, realizando actividades turísticas donde el propósito sea el disfrute y la adquisición de nuevos conocimientos de las diferentes historias que tiene la ciudad.

Gráfico 1. Desarrollo de la Propuesta



5.1. Recolectar evidencias

Aquí se plasman diferentes evidencias tales como descripciones, imágenes de los atractivos, actividades a ser desarrolladas en el centro histórico de la ciudad de Riobamba, evidencias que vienen determinadas por los objetivos anteriormente planteados.

5.1.1. Atractivos turísticos

Gráfico 2. Atractivos turísticos del centro histórico

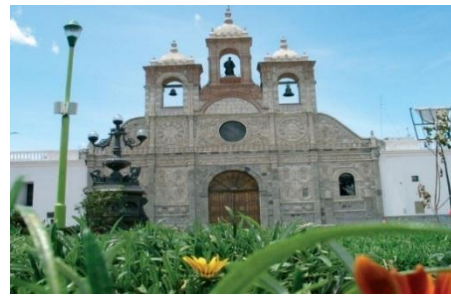
Atractivos e imágenes

Parque la Libertad



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Iglesia la Catedral



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Basílica del Sagrado Corazón de Jesús



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Capilla Santa Bárbara



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Parque Pedro Vicente Maldonado



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Palacio municipal



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Estación del tren



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Casa Museo de la Ciudad



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Correos del Ecuador



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Parque Antonio José de Sucre



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Edificio del Colegio Maldonado



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Teatro Daniel León Borja



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Plaza Roja



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Museo de Arte Religioso de la Concepción



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Parque 21 de Abril



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

Parque Barriga



Fuente: Lugares turísticos de Riobamba

5.1.2. Actividades turísticas

Cuadro 15. Actividades turísticas

Actividades	
Nombre y lugar	Descripción
Serán “Exposiciones de anécdotas”, en el Parque La Libertad	Se desarrollará con la colaboración de la gente adulta del lugar donde ellos podrán transmitir a las nuevas generaciones sobre las culturas y tradiciones que existían tiempo atrás en la ciudad, en un ambiente adecuado para todo tipo de público.
	
<i>Fuente:</i> Contando cuentos	
Una “Representación dramática”, en la Plaza Roja	Se ejecutará la representación de la historia de ese lugar, la razón de su nombre y demás aspectos importantes enfocado en resaltar la importancia de ese y demás atractivos de la ciudad, con la colaboración de la ciudadanía y autoridades.
	
<i>Fuente:</i> Teatro de calle	
Una “Competencia de dibujo”, en la Casa Museo De La Ciudad	Dirigido para niños y jóvenes que deberán dibujar y adivinar pistas sobre los elementos del museo, llamando así su atención y por ende adquiriendo conocimientos nuevos, que podrán ser transmitidos a las futuras generaciones.
	
<i>Fuente:</i> Niños pintan	

Competencia “Juegos de cartas de mesa”, en el Parque Barriga



Fuente: Abuelos felices

Participar en “Videos foros”, en el Museo de Arte Religioso de la Concepción



Fuente: Cine

Los “Murales culturales”, cerca de los Correos del Ecuador



Fuente: Murales

Consiste en jugar adivinando las características de los personajes a tratarse y así ir ganando más puntos y conociendo más sobre la historia de los personajes representativos e importantes de la ciudad de Riobamba.

El video foro consiste en ver una película y después introducir el debate de un tema de interés para la audiencia que en este caso sería en base a las tradiciones y culturas de la ciudad para así poder expresar las emociones y lo que piensa la gente al respecto.

Consiste en hacer una competencia donde la gente pueda plasmar lo más representativo de la ciudad según su opinión, eligiendo los mejores para poder modificar los murales actuales y plasmar los nuevos en diferentes partes de la ciudad fomentando la libre expresión y creatividad de la gente.

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

5.1.3. Puesta en valor

Cuadro 16. Puesta en valor

Actividad	Contenido
Exposiciones de anécdotas	Historias de los adultos mayores sobre la antigua Riobamba, historias tales como: que fue la primera ciudad fundada por españoles en tierras de lo que hoy es Ecuador, fue una de las ciudades más grandes y bellas de Las Américas, tenía muchos edificios, iglesias con mucho esplendor y renombre cultural. Hasta que el sábado 4 de febrero de 1797 un terremoto destruyó la ciudad.
Representación dramática	Se ejecutarán representaciones sobre la cultura de Riobamba como: La nueva Riobamba comenzó a edificarse con la activa participación de las autoridades de ese entonces, para poder mudarse a la actual llanura de Tapi más segura frente a fenómenos naturales, con una envidiable vista panorámica natural, como un balcón para admirar los volcanes y nevados que la rodean.
Competencia de dibujo	Se plasmarán mediante dibujos, y demás juegos sobre el contenido de las historias y lo que posee el museo, conociendo así más de la ciudad que en este caso pueden ser sobre: las fiestas de abril, el Pawkar Raymi, fiesta de los Reyes Magos, entre otras.
Juegos de cartas de mesa	Consiste en adivinar y ganar puntos y competencias con diferentes juegos como adivinar el personaje histórico representativo de la ciudad tales como Magdalena Dávalos, Isabel de Godín, entre otros.
Videos foros	Se presentarán videos o películas sobre leyendas, culturas y demás aspectos importantes de la ciudad como por ejemplo la leyenda del luterano, que explica el origen de la cabeza que descansa en el escudo de Riobamba conociendo así más sobre la importancia y características importantes de la ciudad.

Murales culturales

Se desarrollará competencias de arte donde la gente plasmara lo que es para ellos la ciudad el cómo se identificarían con la misma, donde se elegirían los mejores y se procedería a la modificación de los murales tales como: el mural de la calle 10 de agosto que queda en la cuadra de los Correos del Ecuador, además de plasmar nuevos murales en diferentes partes de la ciudad.

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

5.2. Selección de las evidencias

En esta fase se eligen las mejores actividades a ejecutarse, actividades que muestran un adecuado desarrollo ante la problemática que se pretende resolver.

Atractivos	Actividades	Contenido
<p>Estación del tren</p>  <p><i>Fuente:</i> Estación del tren</p>		<p>El terremoto del 4 de febrero de 1797</p> <p>La antigua ciudad de Riobamba</p>
<p>Parque Pedro Vicente Maldonado</p>  <p><i>Fuente:</i> Parque Maldonado</p>	<p>Exposiciones de anécdotas</p> <p>Representación dramática</p>	<p>La batalla de independencia de la ciudad</p>
<p>Teatro Daniel León Borja</p>  <p><i>Fuente:</i> Teatro Daniel León Borja</p>	<p>Videos foros</p>	<p>Leyenda del descabezado de Riobamba</p> <p>Leyenda del Luterano y el escudo de Riobamba</p>
<p>Iglesia la Catedral</p>  <p><i>Fuente:</i> Iglesia la Catedral</p>		<p>La ronda de los no nacidos</p>

5.3. Reflexiones sobre las evidencias

Esta fase es importante puesto que aquí se analiza la propuesta como tal y se puede establecer acciones de mejora, a continuación, se presentan las reflexiones sobre las actividades planteadas:

- Se considera óptimo y apropiado llamar la atención de la población de la ciudad, con el fin de que se conozca más de Riobamba, sus culturas, sus historias y de que mejor manera si no es la visual donde todo el público pueda ser partícipe de estas actividades y con esto aprender y conocer más de la ciudad en la que viven.
- De igual manera cabe mencionar que el transmitir la historia, conocimientos de la población a las nuevas generaciones es fundamental para un desarrollo adecuado de la ciudad y que la cultura de la misma no se vaya perdiendo con el pasar de los años. }
- Se debe colaborar y formar parte del desarrollo y progreso de la ciudad formando parte activa de las actividades creativas que se puedan llegar a ejecutar.
- Finalmente se puede decir que se deben desarrollar mayores y mejores actividades turísticas en las que todo público participe y pueda conocer más de la ciudad y sus riquezas históricas, culturales y naturales que tiene a disposición.

5.4. Publicación del portafolio

Aquí se presenta el portafolio de actividades turísticas del Centro Histórico de la Ciudad de Riobamba.



Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)



Ven y conoce a la Sultana de los Andes en todo su esplendor

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

Representación dramática

Ven y conoce sobre la historia de Riobamba

La antigua Riobamba	Independencia de Riobamba
El gran terremoto	Primicias de Riobamba
Llanura de Tapi	
Emancipación política de Riobamba	

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

Anécdotas

Leyendas urbanas
Historias
Cuentos

Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)



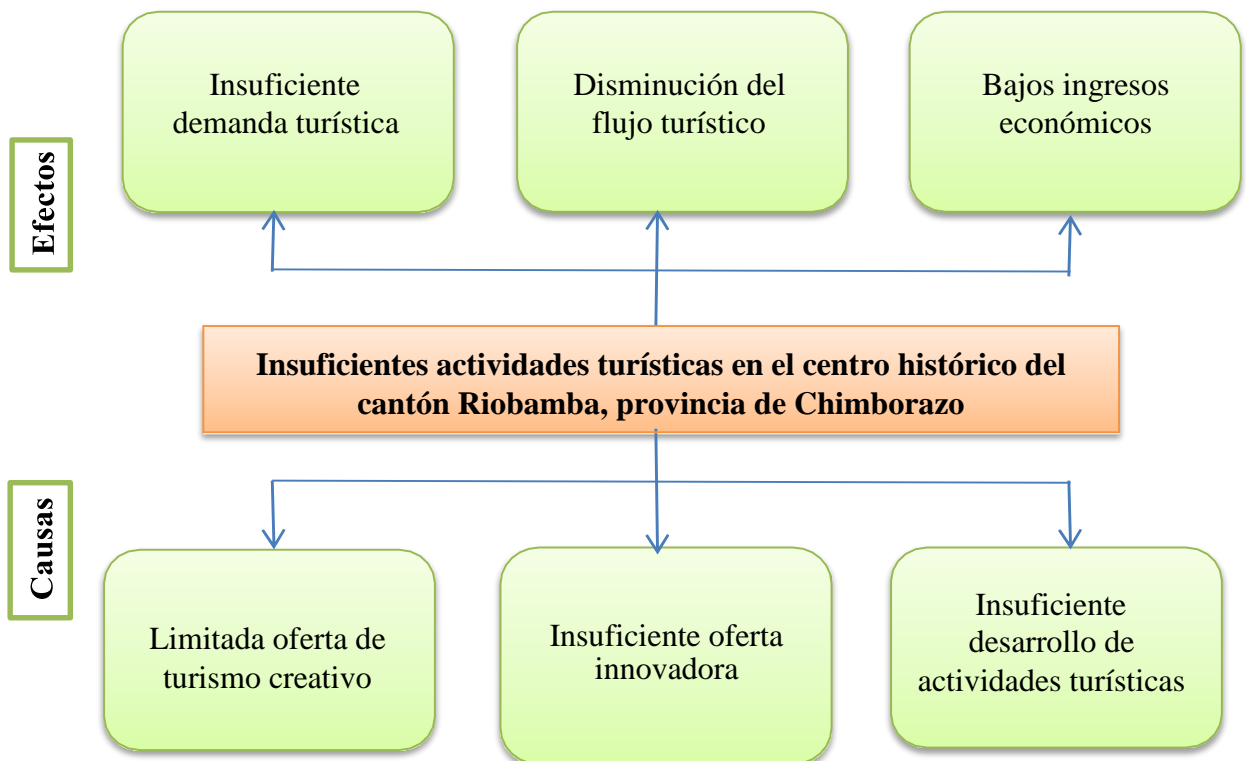
Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)



Fuente y elaborado por: Mejía, C. (2021)

Anexo 2. Árbol de problemas

Gráfico 3. Árbol de problemas



Anexo 3. Modelo de encuestas de la variable independiente: turismo creativo



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

ENCUESTA
Dirigido a: Población del Centro Histórico del cantón Riobamba

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

Formulario N° ___ **Fecha:** ___/___/___ **Encuestador:** Cinthya Mejía

OBJETIVO				
Obtener información estadística que ayude a la investigación de la variable “TURISMO CREATIVO”				
CONFIDENCIALIDAD				
Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son estrictamente confidenciales				
INSTRUCCIONES GENERALES				
<ul style="list-style-type: none"> Conteste con honestidad Marque con una “X” su respuesta Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda en base a la siguiente valoración 				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Imparcial	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

DATOS GENERALES

Género	Masculino		Femenino		
Edad	20-24	25-29	30-34	35-39	Más de 40
Nivel de educación	Primaria	Secundaria	Superior no universitaria	Superior universitaria	Maestría

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
Dimensión: Experimentación						
1	¿Existen recursos apropiados para el estudio del turismo creativo en el cantón Riobamba?					
2	¿La innovación en el turismo creativo genera mayores ingresos económicos para el desarrollo local?					
3	¿La evaluación de las actividades aporta al desarrollo del turismo creativo?					
Dimensión: Participación						
4	¿La intervención de los actores sociales aporta al desarrollo turístico local?					
5	¿El acto de compartir experiencias turísticas debe ser recíproco para el desarrollo de la sociedad?					
6	¿El turismo creativo aporta al desarrollo y prosperidad del cantón?					
Dimensión: Aprendizaje						
7	¿Adquirir conocimientos nuevos sobre turismo es positivo para el cantón?					
8	¿La habilidad social de la población coopera con el desarrollo económico de Riobamba?					
9	¿Las nuevas y mejores experiencias que se brindan a los turistas ayudan al crecimiento económico y productivo del cantón?					
	Total:					

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

Anexo 4. Modelo de encuestas de la variable dependiente: actividades turísticas



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

ENCUESTA
 Dirigido a: Prestadores de servicios turísticos del Centro Histórico del cantón Riobamba

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTORICO DEL CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

Formulario N° _____ Fecha: / / _____ Encuestador: Cinthya Mejía

OBJETIVO

Obtener información estadística que ayude a la investigación de la variable “ACTIVIDADES TURÍSTICAS”

CONFIDENCIALIDAD

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son estrictamente confidenciales

INSTRUCCIONES GENERALES

- Conteste con honestidad
- Marque con una “X” su respuesta
- Lea detenidamente cada una de las preguntas y responda en base a la siguiente valoración:

5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Imparcial	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

DATOS GENERALES

Género	Masculino				Femenino			
Edad	20-24	25-29	30-34	35-39	Más de 40			
Nivel de educación	Primaria	Secundaria	Superior no universitaria	Superior universitaria	Maestría			

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Nº	Preguntas	1	2	3	4	5
Dimensión: Oferta						
1	Existen bienes y servicios adecuados para el estudio de las actividades turísticas en el cantón					
2	La oferta dentro del mercado debe ser innovadora, creativa con el fin de obtener resultados de impacto y eficacia para la localidad					
3	El precio va acorde con las actividades turísticas del cantón					
Dimensión: Productos y servicios						
4	Cubrir las necesidades de los turistas ayudan al crecimiento económico productivo para la localidad					
5	Existen beneficios idóneos para la investigación de actividades turísticas en el cantón					
6	El consumo de las actividad turística del cantón es adecuado para un progreso económico					
Dimensión: Actividades						
7	Las acciones innovadoras es positivo para el cantón					
8	Los procesos implementados son adecuados para el desarrollo económico local					
9	La producción y desarrollo de actividades turísticas es positivo para la localidad					
	Total:					

“GRACIAS POR SU COLABORACION”



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Quintana Puga Danilo Paúl

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 08/02/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Turismo creativo”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre **“Turismo creativo”**

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:				

Sugerencias:

DANILO
PAUL
QUINTANA
PUGA

Firma digitalmente
por DANILO PAUL
QUINTANA PUGA
DN: cn=DANILO PAUL,
ou=QUINTANA PUGA, o=SECURITY DATA S.A.,
c=EC
CERTIFICACIÓN DE
INFORMACIÓN



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dr. Calvopiña Andrade Diego Mauricio

Título/grado:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magister.....	()

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 08 de febrero de 2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Turismo creativo”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre **“Turismo creativo”**

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Herrera Chávez Renato Hernán

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 28/01/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: **“Turismo creativo”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre **“Turismo creativo”**

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firmado electrónicamente por:
**RENATO HERNAN
HERRERA CHAVEZ**

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Dr. Calvopiña Andrade Diego Mauricio

Título/grado:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 08 de febrero de 2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “**Actividades turísticas**”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “**Actividades turísticas**”

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Herrera Chávez Renato Hernán

Título/grado:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 28/01/2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “**Actividades turísticas**”
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “**Actividades turísticas**”

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firmado electrónicamente por:
**RENATO HERNAN
HERRERA CHAVEZ**

del experto

**Anexo 7. Oficio dirigido a la Dirección de Gestión de Turismo del GADM-
Riobamba**



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS



Riobamba, 3 de marzo de 2021
Oficio No. 117-TT-CGYH/T-2021

Ingeniero.
Renato Dillon
**DIRECTOR DE TURISMO DEL
GADM RIOBAMBA**
Presente

De mi consideración:

Me dirijo a usted extendiéndole un afectuoso saludo a nombre de la Carrera de Turismo/
Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, la presente tiene por
objeto solicitarle autorice se entregue la información para la realización del proyecto de
Investigación Titulado "TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO
HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO", que lo está
realizando la Señorita Cinthya Isabel Mejía Andrade, estudiante de la Carrera.

Atentamente,

VICTOR
MEDARDO
VELASCO
SAMANIEGO

Firmado digitalmente por VICTOR
MEDARDO VELASCO SAMANIEGO
DN: cn=VICTOR MEDARDO
VELASCO SAMANIEGO, o=EC,
ou=INSTITUCIÓN DE INVESTIGACIÓN
DE INVESTIGACIÓN
Módulo SGC, el autor de esta
firmación
Fecha: 2021.03.04 10:28:05.00

Ing. Víctor Velasco S. Dr.
**DIRECTOR DE CARRERA GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA/TURISMO - UNACH**



Copia Archivo
Elaborado por Ximena Yambay
Revisado por Víctor Velasco

Anexo 8. Oficio de aceptación para la realización de la investigación



Municipio de
Riobamba

Dirección de Gestión
de Turismo

Riobamba, 18 de marzo de 2021
Oficio No. GADMR-GT-2021-019-OE

Doctor
Victor Velasco
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
UNIVERSIDA NACIONAL DE CHIMBORAZO**
En su despacho.-

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo a nombre de la Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba.

En atención al Oficio S/N de fecha 01 de marzo de 2021, me permito emitir para los fines consiguientes el presente documento que representa una "CARTA DE ACEPTACIÓN Y AVAL" para el desarrollo del Proyecto de Integración Curricular titulado "TURISMO CREATIVO Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO" de la Srta. Cinthya Isabel Mejía Andrade, con Cédula de Identidad Nro. 0604808030, estudiante de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo y se brindará las facilidades previa coordinación entre las partes; designándole como Tutora a la Ing. María Alicia Noboa Técnica de Turismo, contacto: 0992549502- noboam@gadmriobamba.gob.ec

Por su gentil atención, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Renato Dillon Gallegos

DIRECTOR GENERAL DE GESTIÓN DE TURISMO



Cc: Ing. Napoleón Cadena
Alcalde del cantón Riobamba

Ing. María Alicia Noboa
TÉCNICA DE TURISMO - GADMR

RD/jn.

032947389
turismo@gadmriobamba.gob.ec
www.gadmriobamba.gob.ec

Anexo 9. Presentación de resultados variable independiente: turismo creativo

A. DATOS GENERALES

Género

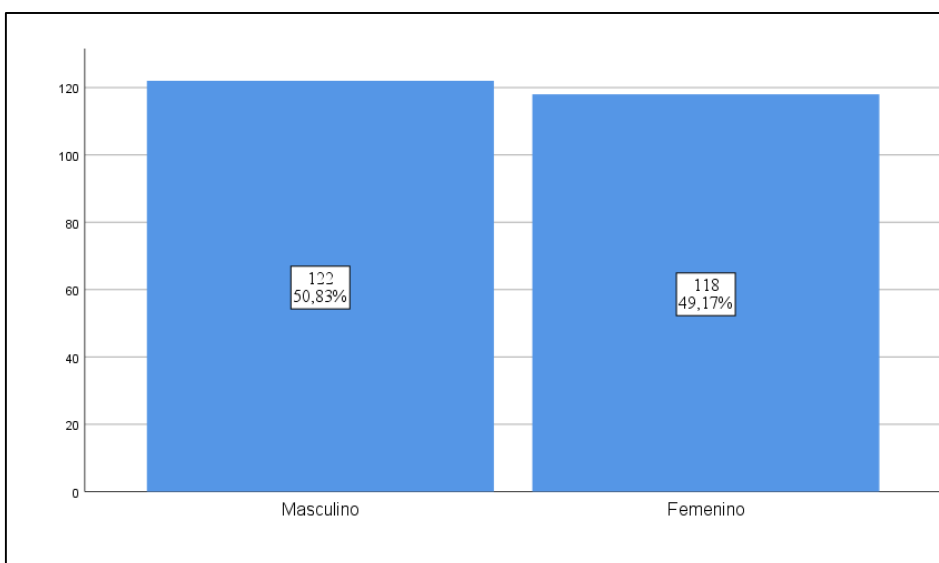
Tabla 1. Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	122	50,8	50,8	50,8
Femenino	118	49,2	49,2	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 4. Género



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

De acuerdo a la categoría de género se aprecia que un 50,83% son hombres y un 49,17% son mujeres. Se observa que la mayor parte de la población del centro histórico que fue encuestada es de género masculino, aunque la diferencia es mínima, por 4 habitantes de diferencia lo que nos indica que existe casi iguales cantidades de personas que fueron encuestadas tanto hombres como mujeres.

Edad

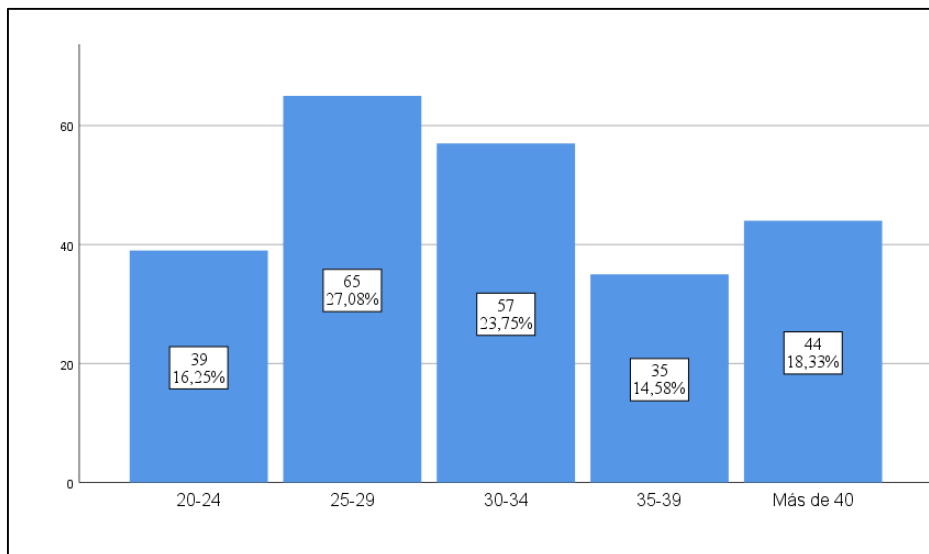
Tabla 2. Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 20-24	39	16,3	16,3	16,3
25-29	65	27,1	27,1	43,3
30-34	57	23,8	23,8	67,1
35-39	35	14,6	14,6	81,7
Más de 40	44	18,3	18,3	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 5. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

En cuanto a la edad de la población encuestada se tiene que el 16,25% tiene una edad entre los 20 y 24 años, el 27,08% tiene entre 25 y 29 años, el 23,75% tiene entre 30 y 34 años, el 14,58% tiene entre 35 y 39 años y finalmente el 18,33% tiene más de 40 años de edad. La mayor parte de los habitantes del centro histórico tienen una edad entre los 25 y 29 años de edad, lo que nos manifiesta que está dentro de una población aún joven y madura.

Nivel de educación

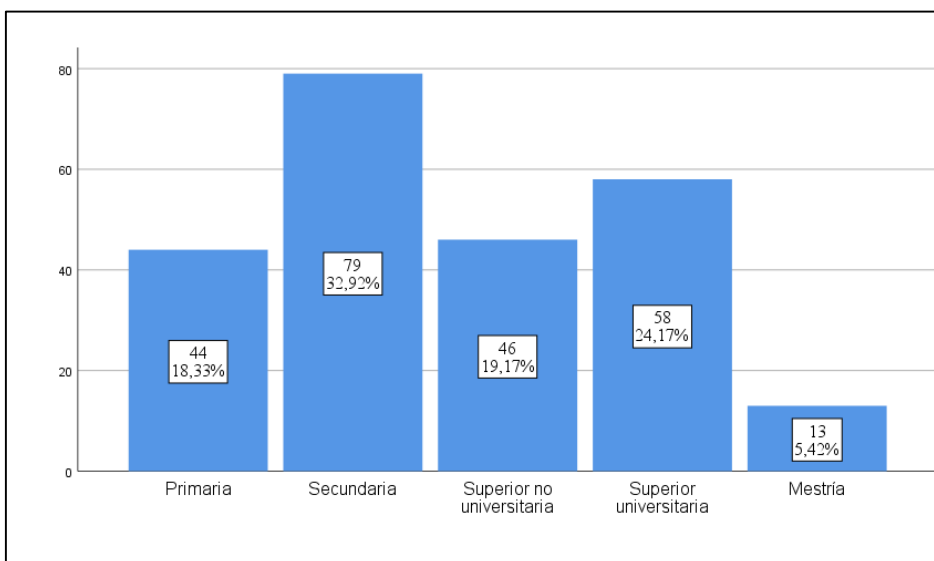
Tabla 3. Nivel de educación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Primaria	44	18,3	18,3	18,3
Secundaria	79	32,9	32,9	51,2
Superior no universitaria	46	19,2	19,2	70,4
Superior universitaria	58	24,2	24,2	94,6
Maestría	13	5,4	5,4	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 6. Nivel de educación



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Con respecto al nivel de educación de las personas encuestadas podemos apreciar que el 18.33% tienen el nivel de primaria, el 32.92% el nivel de secundaria, el 19.17% el nivel superior no universitaria, el 24.17% el nivel superior universitaria y finalmente el 5.42% el nivel de maestría. En mayor porcentaje la población tiene un nivel de educación de secundaria, lo que tal vez se deba a las debidas ocupaciones y limitadas oportunidades que se tiene para continuar con los estudios.

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿Existen recursos apropiados para el estudio del turismo creativo en el cantón Riobamba?

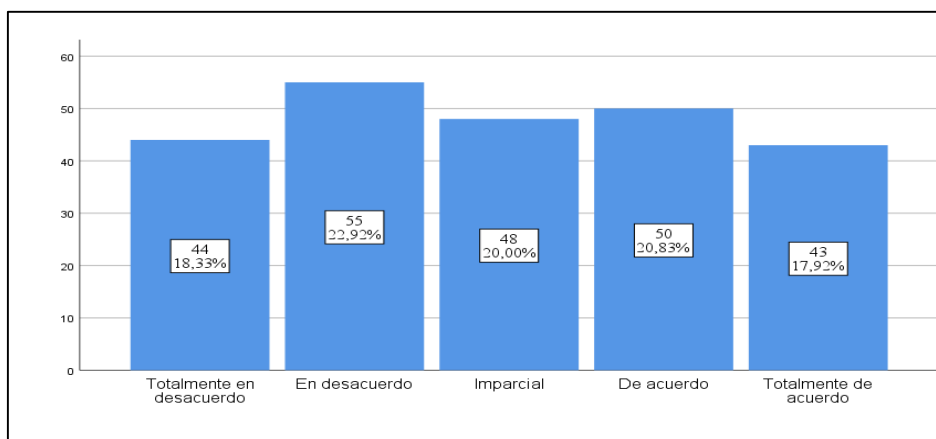
Tabla 4. Estudio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	44	18,3	18,3	18,3
En desacuerdo	55	22,9	22,9	41,3
Imparcial	48	20,0	20,0	61,3
De acuerdo	50	20,8	20,8	82,1
Totalmente de acuerdo	43	17,9	17,9	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 7. Estudio



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

En base a esta pregunta se aprecia los siguientes valores 18.33% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 22.92% en desacuerdo, 20% imparcial, 20.83% de acuerdo y 17.92% están totalmente de acuerdo. Se determina que la mayor parte de los habitantes está en desacuerdo con el hecho de que existen recursos apropiados para estudiar el turismo creativo dentro del centro histórico de la ciudad, lo que nos quiere decir que no se consta con suficientes recursos para el progreso efectivo de la investigación, al ser la misma limitada por las existencias.

2. ¿La innovación en el turismo creativo genera mayores ingresos económicos para el desarrollo local?

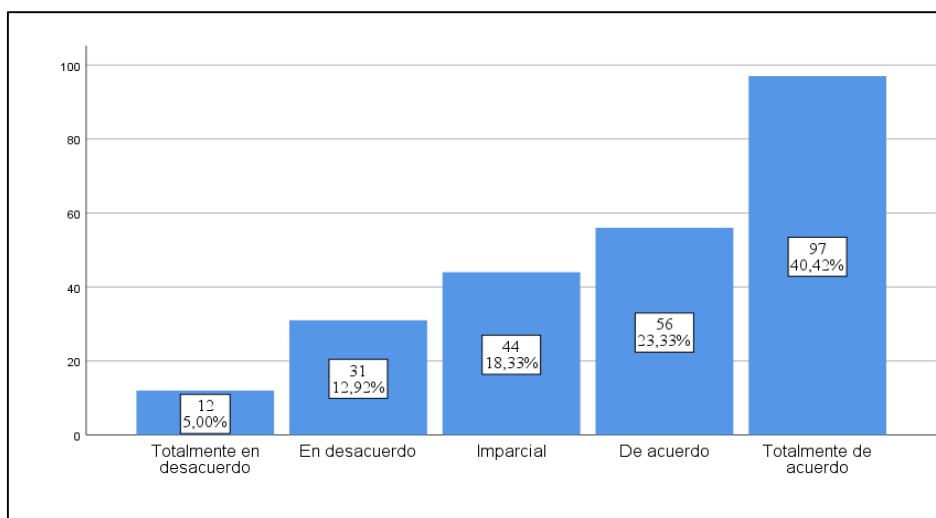
Tabla 5. Probar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	12	5,0	5,0	5,0
En desacuerdo	31	12,9	12,9	17,9
Imparcial	44	18,3	18,3	36,3
De acuerdo	56	23,3	23,3	59,6
Totalmente de acuerdo	97	40,4	40,4	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 8. Probar



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

De acuerdo a la pregunta realizada se obtiene que el 5% de la población está totalmente en desacuerdo, el 12.92% en desacuerdo, el 18.33% imparcial, el 23.33% de acuerdo y el 40.42% totalmente de acuerdo. Lo que nos da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo con que la innovación genera mayores ingresos económicos y desarrollo local puesto que la gente quiere creatividad, algo nuevo y novedoso para consumir y así esto genera la reactivación económica del cantón.

3. ¿La evaluación de las actividades aporta al desarrollo del turismo creativo?

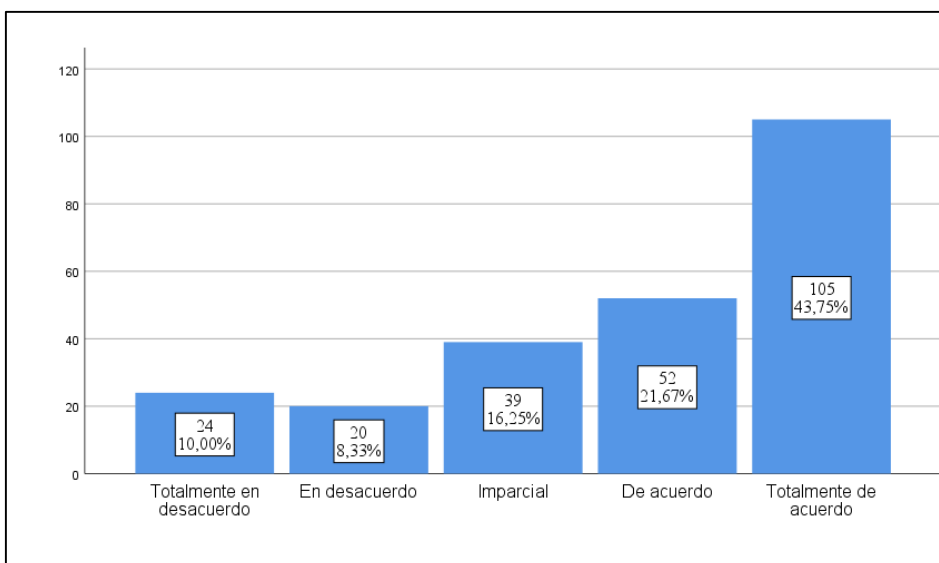
Tabla 6. Examinar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	24	10,0	10,0	10,0
En desacuerdo	20	8,3	8,3	18,3
Imparcial	39	16,3	16,3	34,6
De acuerdo	52	21,7	21,7	56,3
Totalmente de acuerdo	105	43,8	43,8	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 9. Examinar



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

En base a la evaluación de actividades se obtiene que el 10% de la población está totalmente en desacuerdo, el 8.33% en desacuerdo, el 16.25% imparcial, el 21.67% de acuerdo y el 43.75% totalmente de acuerdo. Lo que nos da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo con que la evaluación de las actividades aporta al desarrollo del turismo creativo puesto que se debe controlar y evaluar los procesos que se desarrolla con el fin de mejorar y evitar problemas o dificultades en su proceso.

4. ¿La intervención de los actores sociales aporta al desarrollo turístico local?

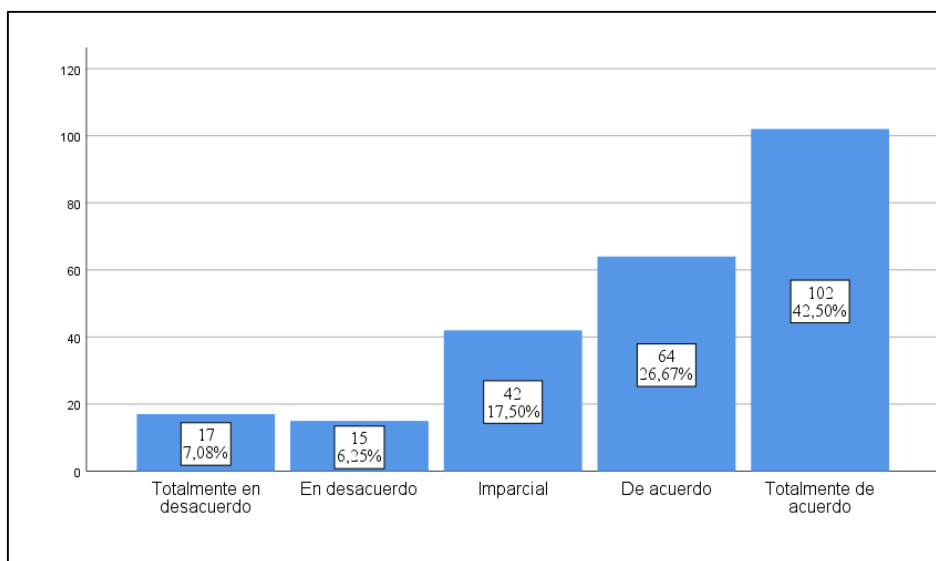
Tabla 7. Intervenir

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	7,1	7,1	7,1
	En desacuerdo	15	6,3	6,3	13,3
	Imparcial	42	17,5	17,5	30,8
	De acuerdo	64	26,7	26,7	57,5
	Totalmente de acuerdo	102	42,5	42,5	100,0
	Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 10. Intervenir



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Respecto a esta pregunta tenemos las siguientes respuestas el 7.08% de la población está totalmente en desacuerdo, el 6.25% en desacuerdo, el 17.5 % imparcial, el 26.67% de acuerdo y el 42.5% totalmente de acuerdo. Lo que nos manifiesta que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo con que la intervención de los actores sociales aporta al desarrollo turístico local, para lo que se pide el apoyo y acompañamiento de parte de las autoridades y demás personas implicadas.

5. ¿El acto de compartir experiencias turísticas debe ser recíproco para el desarrollo de la sociedad?

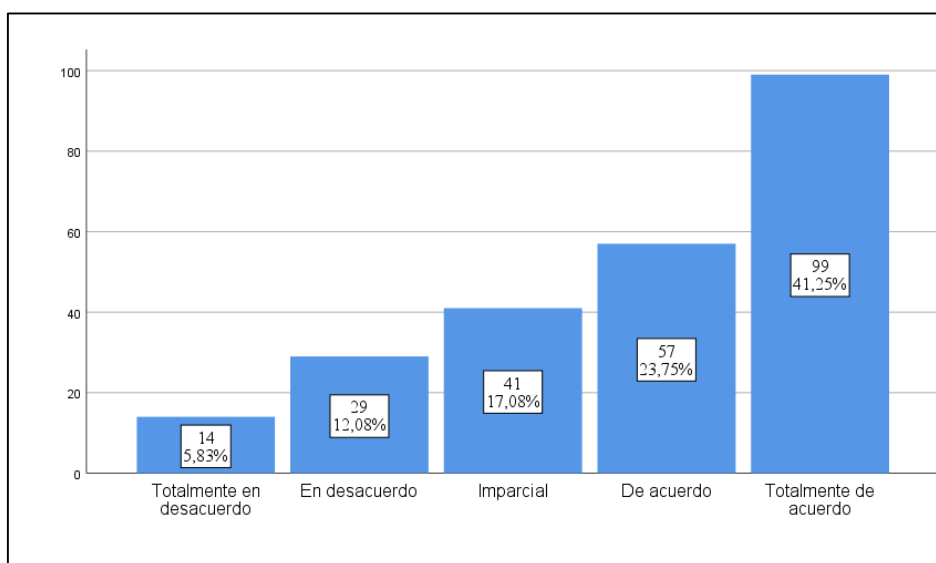
Tabla 8. Compartir

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	14	5,8	5,8	5,8
En desacuerdo	29	12,1	12,1	17,9
Imparcial	41	17,1	17,1	35,0
De acuerdo	57	23,8	23,8	58,8
Totalmente de acuerdo	99	41,3	41,3	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 11. Compartir



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Tenemos los siguientes datos el 5.83% de la población está totalmente en desacuerdo, el 12.08% en desacuerdo, el 17.08 % imparcial, el 23.75% de acuerdo y el 41.25% totalmente de acuerdo. Lo que nos manifiesta que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo que el acto de compartir experiencias turísticas debe ser recíproco para el desarrollo de la sociedad, es decir compartir lo aprendido para con los demás creciendo en conocimiento y como personas a su vez.

6. ¿El turismo creativo aporta al desarrollo y prosperidad del cantón?

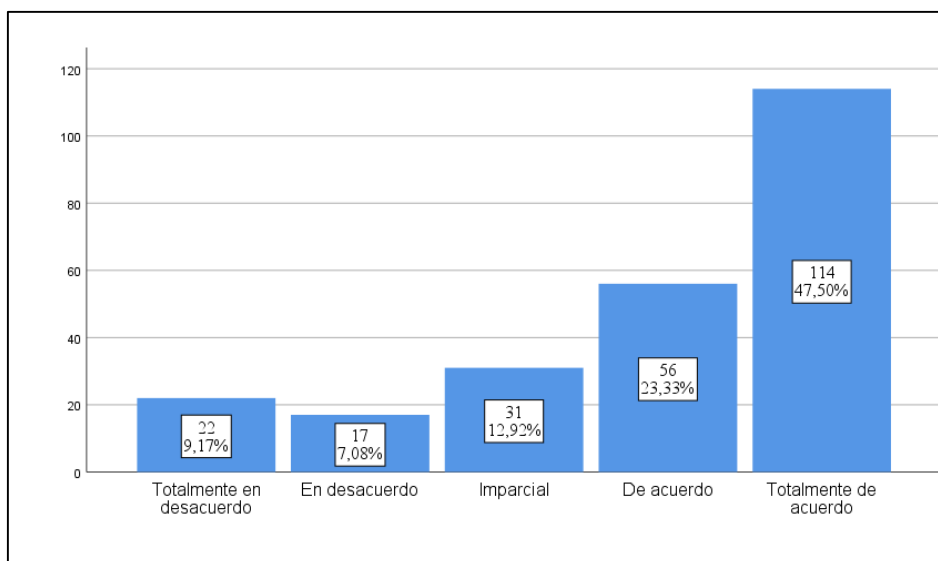
Tabla 9. Aportar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	22	9,2	9,2	9,2
En desacuerdo	17	7,1	7,1	16,3
Imparcial	31	12,9	12,9	29,2
De acuerdo	56	23,3	23,3	52,5
Totalmente de acuerdo	114	47,5	47,5	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 12. Aportar



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Se tiene los siguientes datos el 9.17% de los habitantes está totalmente en desacuerdo, el 7.08% en desacuerdo, el 12.92% imparcial, el 23.33% de acuerdo y el 47.5% totalmente de acuerdo. Mediante lo que se puede apreciar que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que el turismo creativo aporta al desarrollo y prosperidad del cantón, para lo que se considera óptimo seguir con la investigación y efectuar acciones novedosas e innovadoras para mejorar en el ámbito turístico para el progreso del cantón.

7. ¿Adquirir conocimientos nuevos sobre turismo es positivo para el cantón?

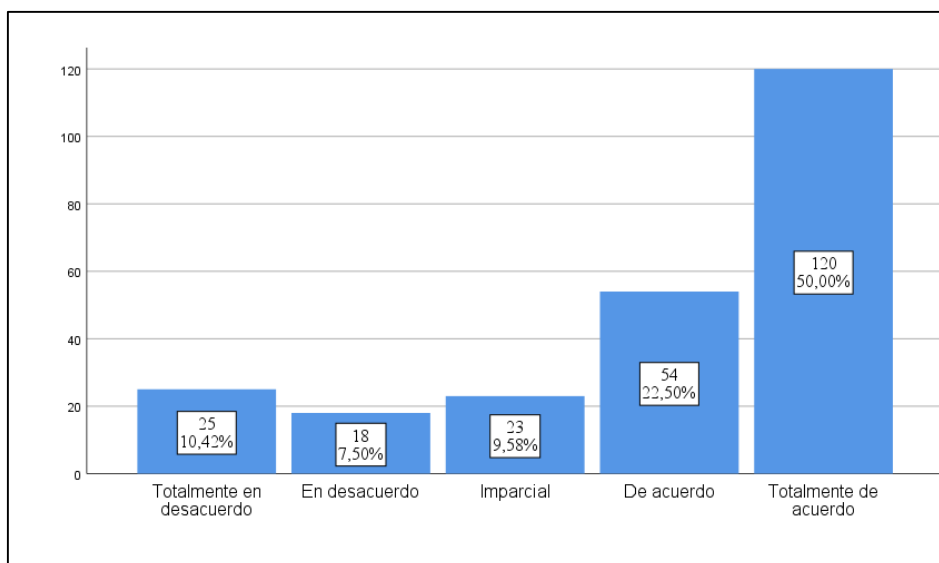
Tabla 10. Conocimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	25	10,4	10,4	10,4
En desacuerdo	18	7,5	7,5	17,9
Imparcial	23	9,6	9,6	27,5
De acuerdo	54	22,5	22,5	50,0
Totalmente de acuerdo	120	50,0	50,0	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 13. Conocimiento



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Sobre el compartir conocimientos nuevos sobre turismo tenemos que el 10.42% de los habitantes está totalmente en desacuerdo, el 7.5% en desacuerdo, el 9.58% imparcial, el 22.5% de acuerdo y el 50% totalmente de acuerdo. Mediante lo que se puede apreciar que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que adquirir conocimientos nuevos sobre turismo es positivo para el cantón, puesto aprender siempre es bueno, para enriquecer el conocimiento propio que ya se tiene.

8. ¿La habilidad social de la población coopera con el desarrollo económico de Riobamba?

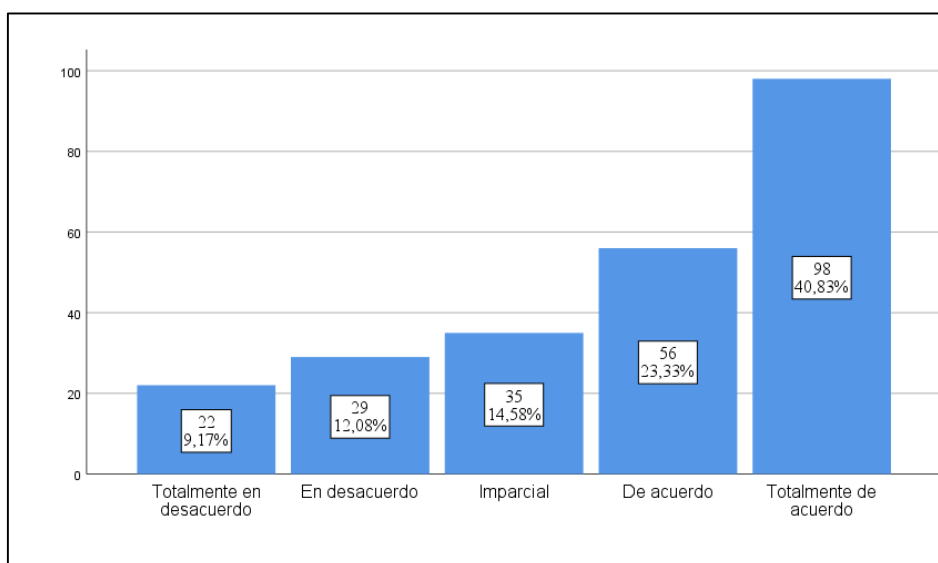
Tabla 11. Habilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	22	9,2	9,2	9,2
En desacuerdo	29	12,1	12,1	21,3
Imparcial	35	14,6	14,6	35,8
De acuerdo	56	23,3	23,3	59,2
Totalmente de acuerdo	98	40,8	40,8	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 14. Habilidad



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

En base a esta pregunta tenemos que el 9.17% de los habitantes está totalmente en desacuerdo, el 12.08% en desacuerdo, el 14.58% imparcial, el 23.33% de acuerdo y el 40.83% totalmente de acuerdo. Lo que nos manifiesta que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que la habilidad social de la población coopera con el desarrollo económico, puesto que la participación y presencia como tal de la población ayuda al progreso del cantón hacia un futuro económico positivo.

9. ¿Las nuevas y mejores experiencias que se brindan a los turistas ayudan al crecimiento económico y productivo del cantón?

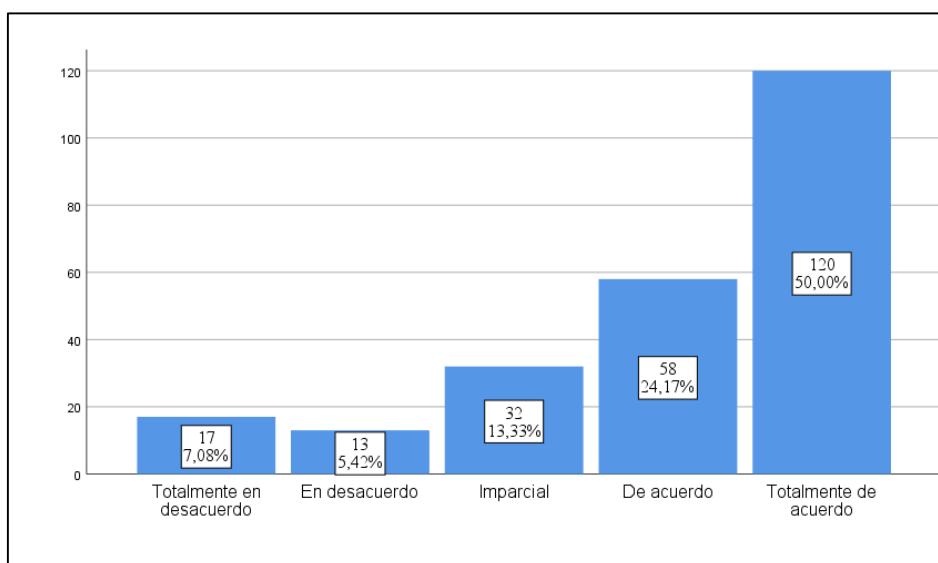
Tabla 12. Experiencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	17	7,1	7,1	7,1
En desacuerdo	13	5,4	5,4	12,5
Imparcial	32	13,3	13,3	25,8
De acuerdo	58	24,2	24,2	50,0
Totalmente de acuerdo	120	50,0	50,0	100,0
Total	240	100,0	100,0	

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VI Turismo Creativo

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 15. Experiencia



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Tenemos los siguientes valores el 7.08% de los habitantes está totalmente en desacuerdo, el 5.42% en desacuerdo, el 13.33% imparcial, el 24.17% de acuerdo y el 50% totalmente de acuerdo. Lo que nos manifiesta que los encuestados están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que las nuevas y mejores experiencias que se brindan a los turistas ayudan al crecimiento económico y productivo del cantón, pues al brindar algo novedoso y adecuado al turista este se sentirá satisfecho y deseoso de regresar.

Anexo 10. Presentación de resultados variable dependiente: actividades turísticas

A. DATOS GENERALES

Género

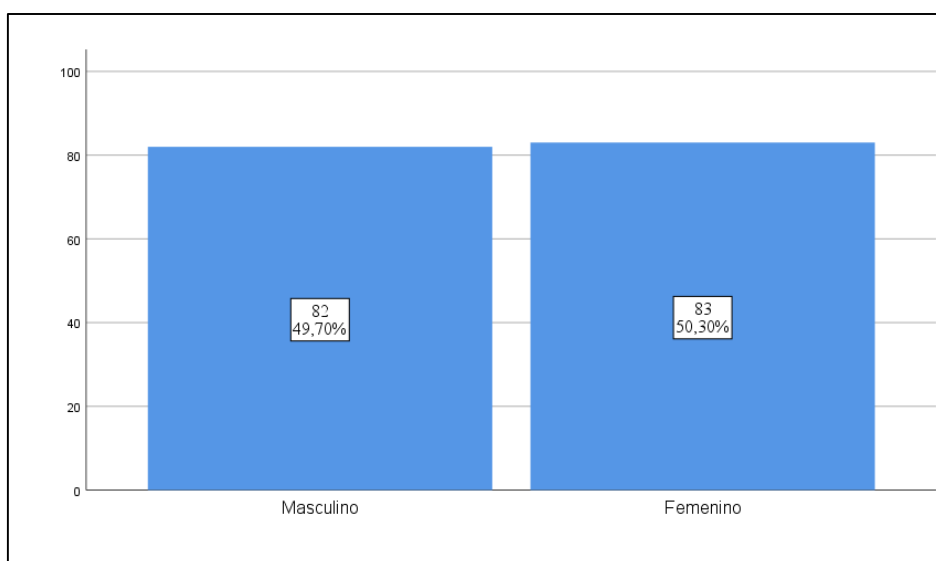
Tabla 13. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	82	34,2	49,7	49,7
	Femenino	83	34,6	50,3	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 16. Género



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

De acuerdo a la categoría de género se aprecia que un 49.7% son hombres y un 50.3% son mujeres. Se observa que la mayor parte de la población del centro histórico que fue encuestada es de género masculino, aunque la diferencia es mínima, por 1 habitante de diferencia lo que nos indica que existen similares cantidades de personas tanto hombres como mujeres.

Edad

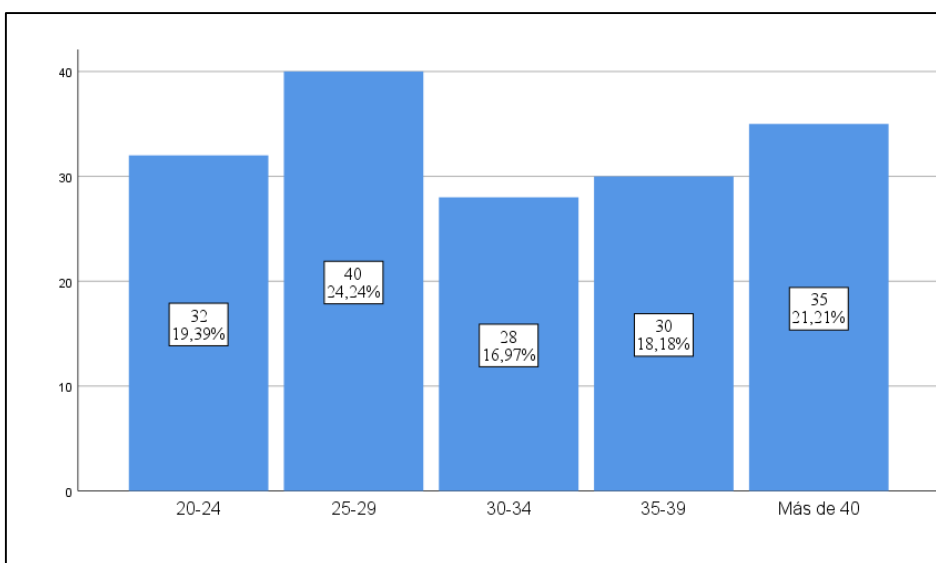
Tabla 14. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-24	32	13,3	19,4	19,4
	25-29	40	16,7	24,2	43,6
	30-34	28	11,7	17,0	60,6
	35-39	30	12,5	18,2	78,8
	Más de 40	35	14,6	21,2	100,0
	Total		165	68,8	100,0
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 17. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

En cuanto a la edad de la población encuestada se tiene que el 19.39% tiene una edad entre los 20 y 24 años, el 24.24% tiene entre 25 y 29 años, el 16.97% tiene entre 30 y 34 años, el 18.18% tiene entre 35 y 39 años y finalmente el 21.21% tiene más de 40 años de edad. La mayor parte de los habitantes del centro histórico tienen una edad entre los 25 y 29 años de edad, lo que nos manifiesta que está dentro de una población aún joven y madura.

Nivel de educación

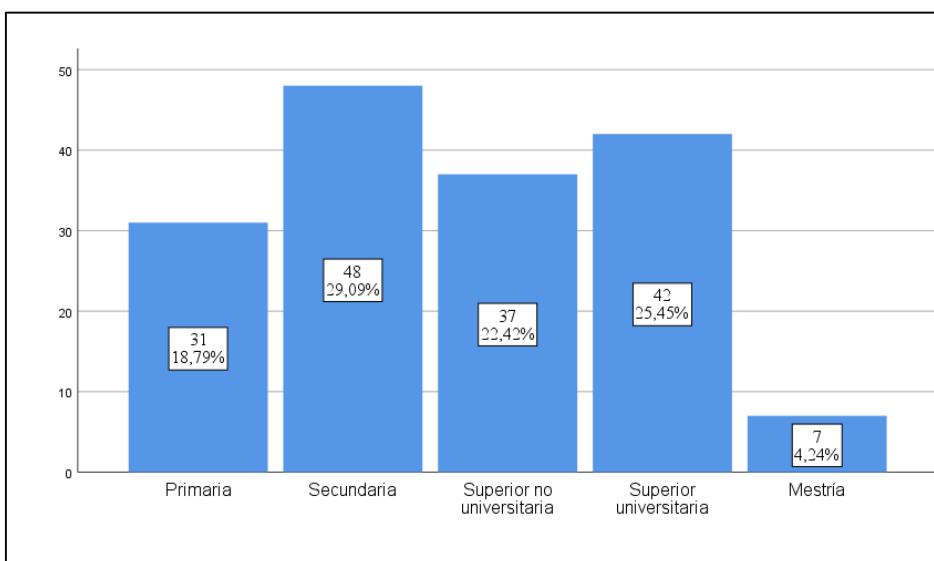
Tabla 15. Nivel de educación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	31	12,9	18,8	18,8
	Secundaria	48	20,0	29,1	47,9
	Superior no universitaria	37	15,4	22,4	70,3
	Superior universitaria	42	17,5	25,5	95,8
	Mestría	7	2,9	4,2	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 18. Nivel de educación



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Con respecto al nivel de educación de las personas encuestadas podemos apreciar que el 18.79% tienen el nivel de primaria, el 29.09% el nivel de secundaria, el 22.42% el nivel superior no universitaria, el 25.45% el nivel superior universitaria y finalmente el 4.24% el nivel de maestría. En mayor porcentaje la población tiene un nivel de educación de secundaria, lo que tal vez se deba a las debidas ocupaciones y limitadas oportunidades que se tiene para continuar con los estudios.

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿Existen bienes y servicios adecuados para el estudio de las actividades turísticas en el cantón?

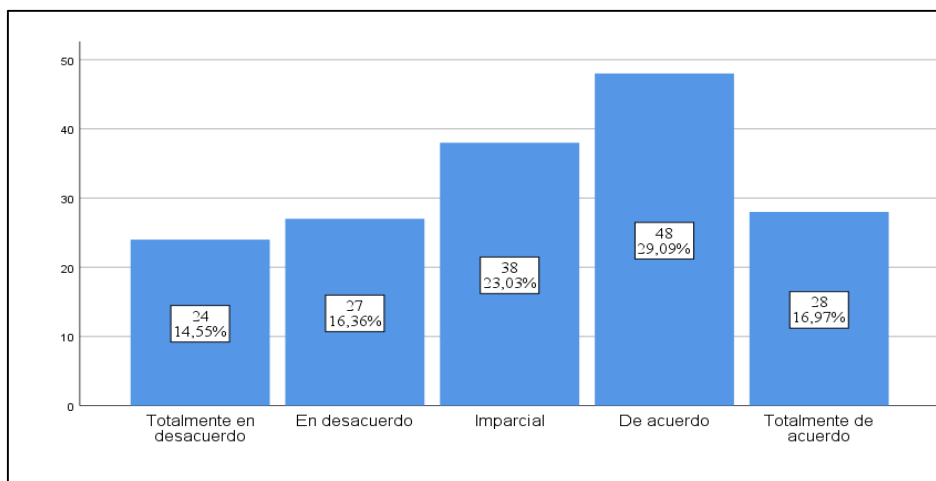
Tabla 16. Bienes y servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	24	10,0	14,5	14,5
	En desacuerdo	27	11,3	16,4	30,9
	Imparcial	38	15,8	23,0	53,9
	De acuerdo	48	20,0	29,1	83,0
	Totalmente de acuerdo	28	11,7	17,0	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 19. Bienes y servicios



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

En base a esta pregunta se aprecia los siguientes valores 14.55% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 16.36% en desacuerdo, 23.03% imparcial, 29.09% de acuerdo y 16.97% están totalmente de acuerdo. Se determina que la mayor parte de los habitantes está de acuerdo con que existen bienes y servicios adecuados para el estudio de las actividades turísticas en el cantón, lo que nos manifiesta que si se cree que existen los medios adecuados para analizar las actividades turísticas.

2. ¿La oferta de las actividades turísticas dentro del mercado debe ser innovadora y creativa con el fin de obtener resultados de impacto y eficacia para la localidad?

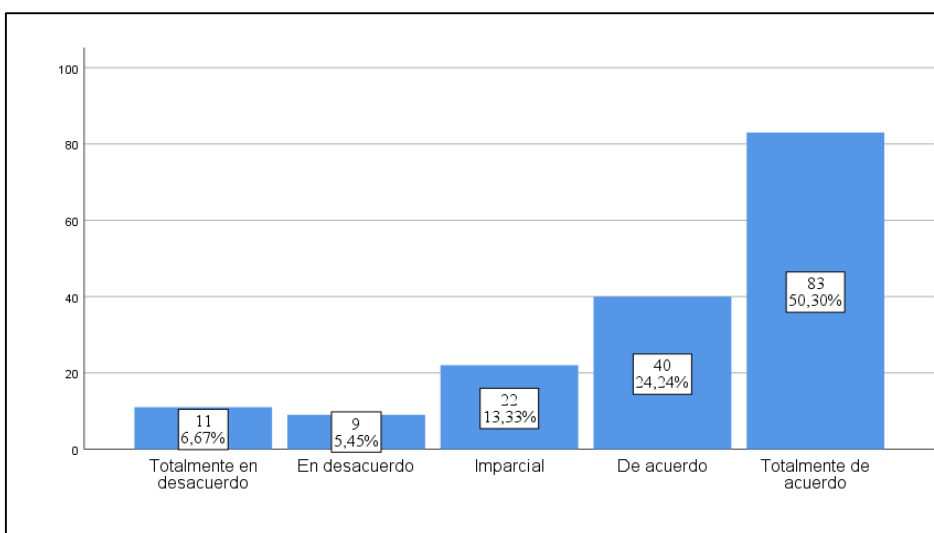
Tabla 17. Mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	4,6	6,7	6,7
	En desacuerdo	9	3,8	5,5	12,1
	Imparcial	22	9,2	13,3	25,5
	De acuerdo	40	16,7	24,2	49,7
	Totalmente de acuerdo	83	34,6	50,3	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 20. Mercado



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Se tiene los siguientes valores 6.67% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 5.45% en desacuerdo, 13.23% imparcial, 24.24% de acuerdo y 50.3% están totalmente de acuerdo. Se determina que la mayor parte de los habitantes está totalmente de acuerdo en que la oferta de las actividades turísticas dentro del mercado debe ser innovadora y creativa con el fin de obtener resultados de impacto y eficacia para la localidad, puesto que se debe mejorar, cambiar y no quedarse con lo cotidiano.

3. ¿Está de acuerdo con el precio de los servicios turísticos ofertados en el cantón?

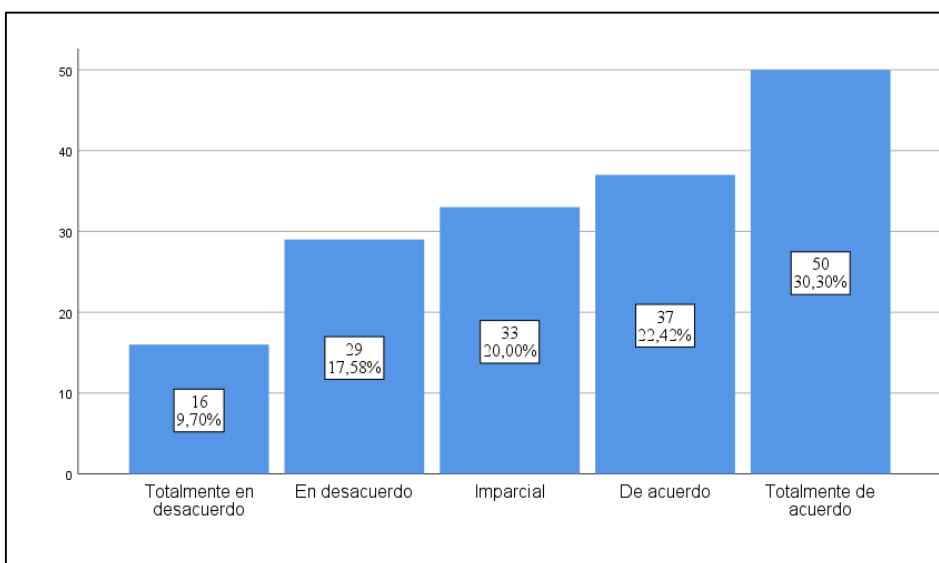
Tabla 18. Precio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	6,7	9,7	9,7
	En desacuerdo	29	12,1	17,6	27,3
	Imparcial	33	13,8	20,0	47,3
	De acuerdo	37	15,4	22,4	69,7
	Totalmente de acuerdo	50	20,8	30,3	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 21. Precio



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Se tiene los siguientes valores 9.7% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 17.58% en desacuerdo, 20% imparcial, 22.42% de acuerdo y 30.3% están totalmente de acuerdo. Se observa que la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo con los precios de los servicios turísticos ofertados en el cantón, ya que de igual manera se entiende que debido a la crisis sanitaria los precios varían pues se debe de alguna manera subsistir hoy en día.

4. ¿Satisfacer las necesidades de los turistas ayudan al crecimiento económico de la localidad?

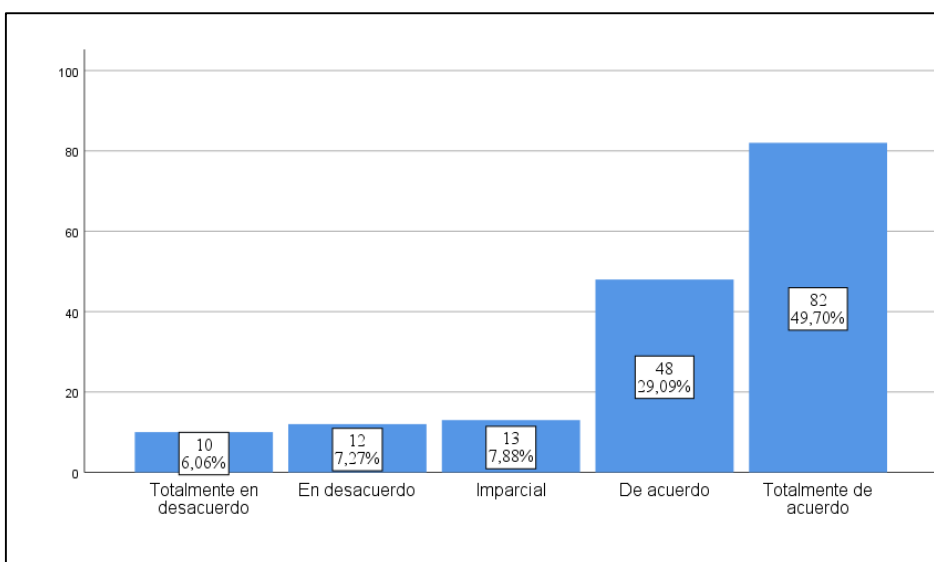
Tabla 19. Necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	4,2	6,1	6,1
	En desacuerdo	12	5,0	7,3	13,3
	Imparcial	13	5,4	7,9	21,2
	De acuerdo	48	20,0	29,1	50,3
	Totalmente de acuerdo	82	34,2	49,7	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 22. Necesidades



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Se tiene los siguientes datos 6.06% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 7.27% en desacuerdo, 7.88% imparcial, 29.09% de acuerdo y 49.7% están totalmente de acuerdo. Se aprecia que la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo en que satisfacer las necesidades de los turistas ayuda al crecimiento económico de la localidad, pues al sentirse cómodo el turista el mismo va a querer regresar al lugar.

5. ¿Considera usted que existen beneficios adecuados para la investigación de las actividades turísticas en el cantón?

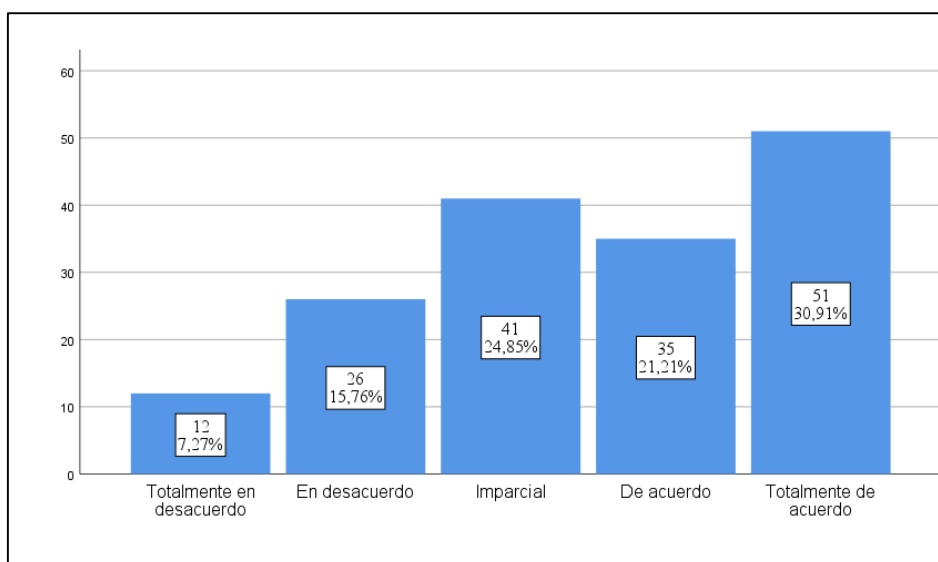
Tabla 20. Beneficios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	5,0	7,3	7,3
	En desacuerdo	26	10,8	15,8	23,0
	Imparcial	41	17,1	24,8	47,9
	De acuerdo	35	14,6	21,2	69,1
	Totalmente de acuerdo	51	21,3	30,9	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 23. Beneficios



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Se tiene los siguientes datos 7.27% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 15.76% en desacuerdo, 24.85% imparcial, 21.21% de acuerdo y 30.91% están totalmente de acuerdo. Se aprecia que la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo en que existen beneficios adecuados para la investigación de las actividades turísticas en el cantón, pues se cree que existen los recursos adecuados para el análisis de la variable.

6. ¿El consumo de las actividades turísticas del cantón es idóneo para un crecimiento económico efectivo?

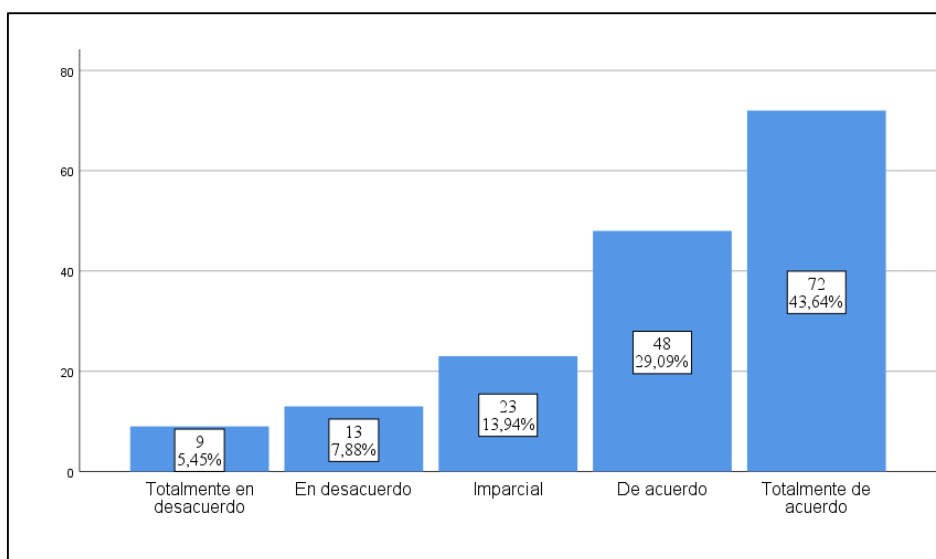
Tabla 21. Consumo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	3,8	5,5	5,5
	En desacuerdo	13	5,4	7,9	13,3
	Imparcial	23	9,6	13,9	27,3
	De acuerdo	48	20,0	29,1	56,4
	Totalmente de acuerdo	72	30,0	43,6	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 24. Consumo



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Se tiene los siguientes datos 5.45% habitantes que están totalmente en desacuerdo, 7.88% en desacuerdo, 13.94% imparcial, 29.09% de acuerdo y 43.64% están totalmente de acuerdo. Se aprecia que la mayor parte de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el consumo de las actividades turísticas del cantón es idóneo para un crecimiento económico efectivo, mismo que debe ser adecuado para el turista.

7. ¿Considera usted que la innovación es idónea para el desarrollo económico del cantón?

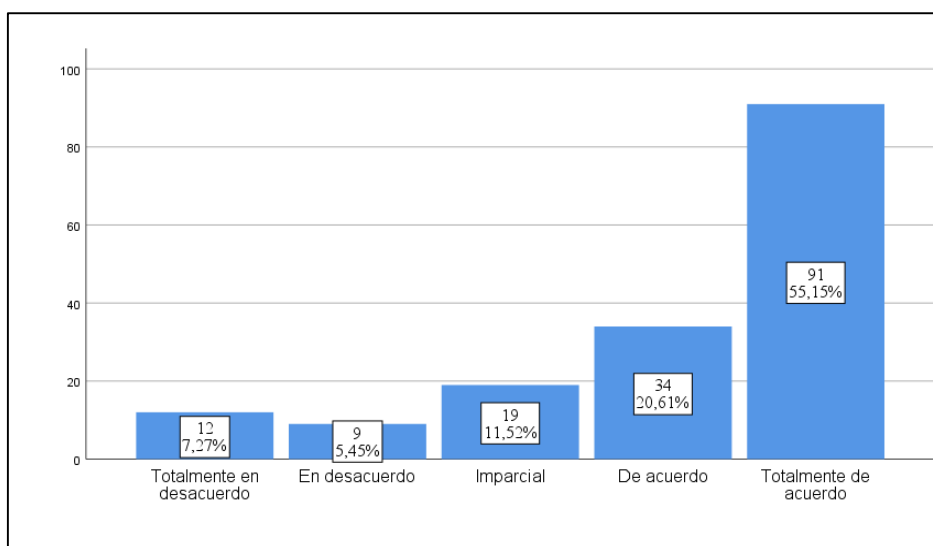
Tabla 22. Acciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	5,0	7,3	7,3
	En desacuerdo	9	3,8	5,5	12,7
	Imparcial	19	7,9	11,5	24,2
	De acuerdo	34	14,2	20,6	44,8
	Totalmente de acuerdo	91	37,9	55,2	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 25. Acciones



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

De acuerdo a la pregunta realizada se obtiene que el 7.27% de la población está totalmente en desacuerdo, el 5.45% en desacuerdo, el 11.52% imparcial, el 20.61% de acuerdo y el 55.15% totalmente de acuerdo. Lo que nos da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo con que la innovación es idónea para el desarrollo económico del cantón, pues se debe establecer actividades novedosas y curativas para llamar la atención de los turistas.

8. ¿Los procesos implementados en las actividades turísticas son suficientes para el progreso de la localidad?

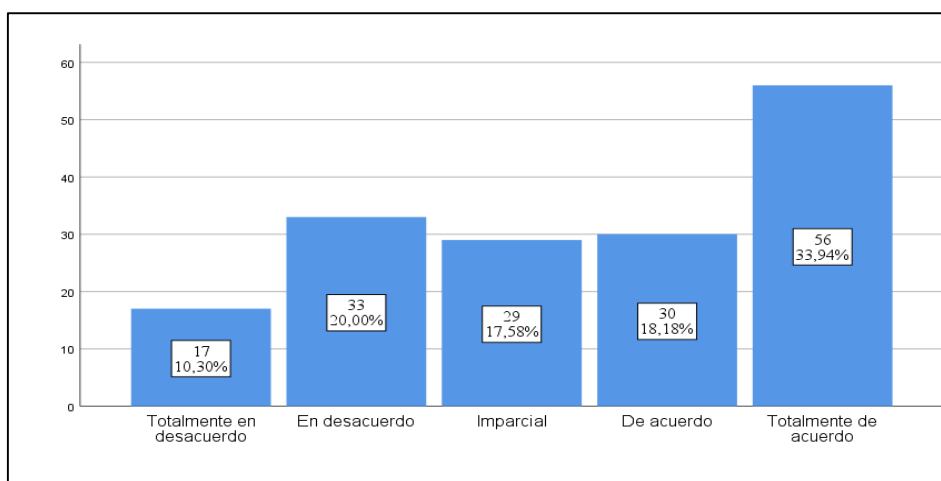
Tabla 23. Procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	17	7,1	10,3	10,3
	En desacuerdo	33	13,8	20,0	30,3
	Imparcial	29	12,1	17,6	47,9
	De acuerdo	30	12,5	18,2	66,1
	Totalmente de acuerdo	56	23,3	33,9	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 26. Procesos



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

De acuerdo a la pregunta realizada se obtiene que el 10.3% de la población está totalmente en desacuerdo, el 20% en desacuerdo, el 17.58% imparcial, el 18.18% de acuerdo y el 33.94% totalmente de acuerdo. Lo que nos da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que los procesos implementados en las actividades turísticas son suficientes para el progreso de la localidad, sin embargo, esto tal vez y no sea cierto puesto que los procesos no son innovadores, sino estáticos comunes lo que no ayuda al cantón como tal.

9. ¿La producción y desarrollo de actividades turísticas son positivas para la localidad?

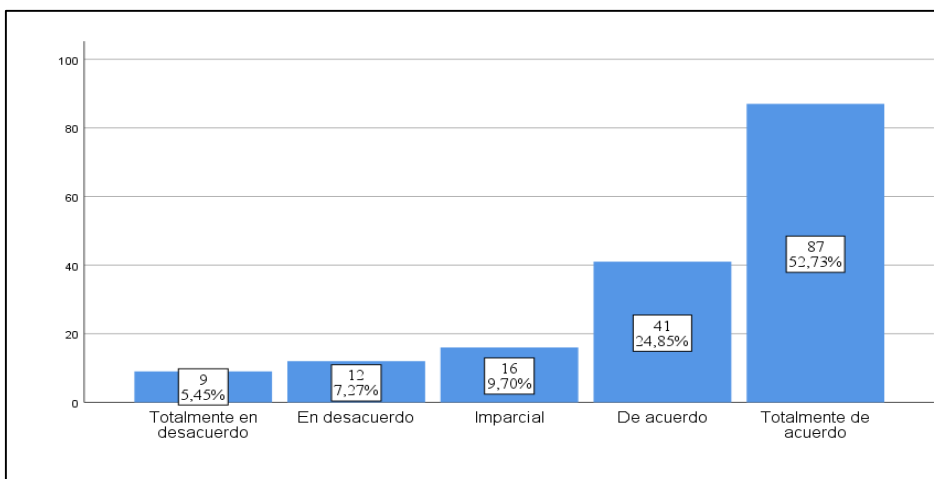
Tabla 24. Producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	3,8	5,5	5,5
	En desacuerdo	12	5,0	7,3	12,7
	Imparcial	16	6,7	9,7	22,4
	De acuerdo	41	17,1	24,8	47,3
	Totalmente de acuerdo	87	36,3	52,7	100,0
	Total	165	68,8	100,0	
Perdidos	Sistema	75	31,3		
Total		240	100,0		

Fuente: Tabulación de la encuesta de la VD Actividades Turísticas

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

Gráfico 27. Producción



Fuente: Encuestas aplicadas (2021)

Elaborado por: Mejía, C. (2021)

De acuerdo a la pregunta realizada se obtiene que el 5.45% de la población está totalmente en desacuerdo, el 7.27% en desacuerdo, el 9.7% imparcial, el 24.85% de acuerdo y el 52.73% totalmente de acuerdo. Lo que nos da a entender que las personas encuestadas están en su gran mayoría totalmente de acuerdo en que la producción y desarrollo de actividades turísticas son positivas para la localidad, puesto que al crear actividades novedosas se deben ejecutar de manera adecuada y controlar las mismas.