



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

“Establecimientos turísticos y consumo de la producción local del cantón
Riobamba, provincia de Chimborazo”

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo

Autora:

Ortega Conde, Daisy Jeraldly

Tutor:

MgS. Henry Mauricio Villa Yáñez


Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Daisy Jeraldly Ortega Conde, con cédula de ciudadanía 060452806-7, autora del trabajo de investigación titulado: “Establecimientos turísticos y consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, a los 05 días del mes de marzo del 2024.



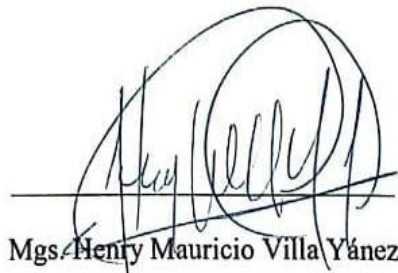
Daisy Jeraldly Ortega Conde

C.I: 060452806-7

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Henry Mauricio Villa Yánez catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Establecimientos turísticos y consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, bajo la autoría de Daisy Jeraldly Ortega Conde; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 04 días del mes de marzo del 2024.



Mgs. Henry Mauricio Villa Yánez

C.I: 060392349-1

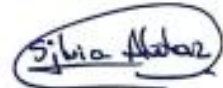
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación: Establecimientos turísticos y consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, presentado por Daisy Jeraldly Ortega Conde, con cédula de identidad 060452806-7, bajo la tutoría de Mgs. Henry Mauricio Villa Yáñez; 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 a los 05 días del mes de abril del 2024.

Silvia Marieta Aldaz Hernández, PhD.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO




Roger Badin Paredes Guerrero, Mgs.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Paula Elizabeth Moreno Aguirre, Mgs.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



CERTIFICACIÓN

Que, **ORTEGA CONDE DAISY JERALDY** con CC: **060452806-7**, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **" ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS Y CONSUMO DE LA PRODUCCIÓN LOCAL DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"**, cumple con el 10 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 06 de marzo de 2024



Mgs. Henry Mauricio Villa Yanes
TUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado al único pilar fundamental en mi vida, Norma Conde mi señora mamá, que gracias al apoyo que me ha brindado durante todo este camino llamado vida me ha permitido llegar hasta donde estoy, las enseñanzas, el cariño, las palabras de aliento y sobre todo por creer en mí cuando ni yo mismo lo hacía, por todo eso y más este trabajo es por y para ti, un Dios le pague infinito mi señora mamá por estar junto a mí en todo momento, gracias por ser mi madre, mejor amiga y confidente. Te amo mi señora mamá.

Daisy Jeraldly Ortega Conde

AGRADECIMIENTO

En primera estancia quiero expresar mi gratitud a Dios por todas oportunidades que me ha brindado. A mi señora mamá por ser la única persona que ha creído en mí y a pesar de todo siempre ha estado a mi lado, a mi tocaya y mejor amiga que siempre ha tenido el tiempo y paciencia de escucharme sin juzgarme. Gracias también a todas las personas que me apoyan, creen en mí y forman parte de mi vida. A mi mascota Q.E.P.D. :(por haber vivido junto a mí, gran parte del proceso y servirme de gran apoyo. También quiero agradecer a todas las personas que tienen deseos negativos hacia mi persona y decían que nunca voy a llegar a nada, definitivamente han sido una pieza fundamental para armarme de valor y poder alcanzar este logro.

Finalmente, un agradecimiento especial a la Universidad Nacional de Chimborazo por abrirme sus puertas y formar de mí una profesional, a mi tutor Henry Villa y a todos mis docentes de carrera por sus conocimientos impartidos. GRACIAS A TODOS.

Daisy Jeraldly Ortega Conde

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA.....	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO.....	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO.....	
1. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1 Antecedentes.....	16
1.1.1 Establecimientos turísticos.....	16
1.1.2 Producción local.....	16
1.2 Situación problemática.....	17
1.3 Formulación del problema.....	17
1.3.1 Problema general.....	17
1.3.2 Problemas específicos.....	17
1.4 Justificación.....	18
1.4.1 Justificación teórica.....	18
1.4.2 Justificación práctica.....	18
1.4.3 Justificación metodológica.....	18
1.5 Objetivos.....	19
1.5.1 Objetivo general.....	19
1.5.2 Objetivos específicos.....	19
1.6 Hipótesis.....	19
1.6.1 Hipótesis general.....	19
1.6.2 Hipótesis específicas.....	19
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1 Estado del arte.....	20
2.2 Bases teóricas.....	20
2.2.1 Bases teóricas variable independiente - Establecimientos turísticos.....	20
2.2.2 Bases teóricas variable dependiente – Productos locales.....	22
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	25
3.1 Tipo de investigación.....	25
3.1.1 Investigación documental.....	25
3.1.2 Investigación de campo.....	25
3.1.3 Investigación descriptiva.....	25
3.1.4 Investigación correlacional.....	25
3.1.5 Investigación cuantitativa.....	25
3.1.6 Investigación cualitativa.....	26
3.2 Diseño de la investigación.....	26
3.2.1 No experimental.....	26
3.2.2 Transversal.....	26

3.3 Técnicas de recolección de datos.....	26
3.3.1 Técnicas.....	26
3.3.2 Instrumentos.....	27
3.4 Validez y confiabilidad de instrumentos.....	27
3.4.1 Validez de instrumentos de evaluación.....	27
3.4.2 Confiabilidad de instrumentos.....	27
3.5 Alfa de Cronbach.....	28
3.5.1 Variable independiente.....	28
3.5.2 Variable dependiente.....	28
3.6 Población de estudio y tamaño de muestra.....	28
3.6.1 Población de estudio: Establecimientos turísticos.....	28
3.6.2 Selección de la muestra: Establecimientos turísticos.....	28
3.6.3 Población de estudio: Producción local.....	29
3.6.4 Selección de la muestra: Producción local.....	29
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	30
4.1 Resultados de las encuestas aplicadas.....	30
4.1.1 Establecimientos turísticos.....	30
4.1.2 Variable dependiente.....	34
4.2 Hipótesis.....	36
4.2.1 Hipótesis general.....	38
4.2.2 Hipótesis específica 1.....	39
4.2.3 Hipótesis específica 2.....	40
4.2.4 Hipótesis específica 3.....	41
5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
5.1 Conclusiones.....	42
5.2 Recomendaciones.....	42
6. CAPÍTULO VI. PROPUESTA.....	43
6.1 Título de la propuesta.....	43
6.2 Introducción.....	43
6.3 Objetivos.....	43
6.3.1 Objetivo general.....	43
6.3.2 Objetivos específicos.....	43
6.4 Desarrollo de la propuesta.....	43
6.4.1 Análisis turístico de la ciudad de Riobamba (FODA).....	44
6.4.2 Evaluación de artesanías.....	44
6.4.3 Contenido de la propuesta.....	52
6.4.4 Realizar una página web para ofertar la guía turística.....	62
BIBLIOGRAFÍA.....	69
ANEXOS.....	72

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Confiabilidad de los instrumentos variable independiente.....	28
Tabla 2	Confiabilidad de los instrumentos variable dependiente.....	28
Tabla 3	Selección de la muestra - variable independiente.....	29
Tabla 4	Listado de presidentes de los gremios artesanales	29
Tabla 5	Análisis, discusión y discusión de resultados variable independiente	30
Tabla 6	Resultados interpretación y discusión de resultados variable dependiente	34
Tabla 7	Valores y significados de Rho de Spearman	37
Tabla 8	Prueba de hipótesis general	38
Tabla 9	Prueba de hipótesis específica 1	39
Tabla 10	Prueba de hipótesis específica 2	40
Tabla 11	Prueba de hipótesis específica 3	41
Tabla 12	Análisis turístico de la ciudad de Riobamba	44
Tabla 13	Valoración - shigra	45
Tabla 14	Valoración - washkas	45
Tabla 15	Valoración – fajas.....	46
Tabla 16	Valoración - tambores	47
Tabla 17	Valoración - figuras con hojas.....	47
Tabla 18	Valoración -bisutería	48
Tabla 19	Valoración - nacimientos.....	49
Tabla 20	Valoración - llaveros	49
Tabla 21	Valoración - caretas de hojalata	50
Tabla 22	Valoración - trajes de personajes.....	51
Tabla 23	Valoración -figuras de madera	51
Tabla 24	Productos - Plaza Roja.....	55
Tabla 25	Productos - Plaza Artesanal Alfaro	56
Tabla 26	Productos - Sector de Santa Rosa.....	57
Tabla 27	Indicaciones.....	60
Tabla 28	Recorrido	61
Tabla 29	Árbol del problema.....	72
Tabla 30	Matriz de operacionalización de variables	73
Tabla 31	Matriz de consistencia	75
Tabla 32	Género	81
Tabla 33	Edad variable independiente.....	82
Tabla 34	Nivel de instrucción variable independiente	83
Tabla 35	Establecimientos turísticos variable independiente	84
Tabla 36	Instalaciones	85
Tabla 37	Proceso productivo	86
Tabla 38	Organización.....	87
Tabla 39	Desarrollo turístico	88
Tabla 40	Objetivos para el funcionamiento.....	89
Tabla 41	Operaciones turísticas.....	90
Tabla 42	Tareas	91

Tabla 43 Buena práctica	92
Tabla 44 Género	93
Tabla 45 Edad.....	94
Tabla 46 Nivel de instrucción.....	95
Tabla 47 Productores locales	96
Tabla 48 Organización.....	97
Tabla 49 Objetivos en la organización	98
Tabla 50 Actividades para la comercialización	99
Tabla 51 Comercialización de productos locales	100
Tabla 52 Satisfacer al consumidor.....	101
Tabla 53 Experiencias y/o vivencias	102
Tabla 54 Organización de la producción local	103
Tabla 55 Clientes	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Portada de la guía turística	52
Figura 2 Mapa de ubicación	53
Figura 3 Mapa del recorrido	59
Figura 4 Inicio – página principal.....	62
Figura 5 Información breve de la ciudad de Riobamba.....	62
Figura 6 ¿Qué son las artesanías?.....	63
Figura 7 Materiales.....	64
Figura 8 ¿En dónde podemos encontrar artesanías?.....	64
Figura 9 Subpágina - Plaza Roja	65
Figura 10 Subpágina - Plaza Artesanal Alfaro	65
Figura 11 Subpágina - Sector de Santa Rosa.....	66
Figura 12 Subpágina - Ruta artesanal.....	66
Figura 13 Productos disponibles.....	67
Figura 14 Código QR: Página web.....	68
Figura 15 Género.....	81
Figura 16 Edad variable independiente	82
Figura 17 Nivel de instrucción variable independiente	83
Figura 18 Establecimientos turísticos.....	84
Figura 19 Instalaciones.....	85
Figura 20 Proceso productivo.....	86
Figura 21 Organización	87
Figura 22 Desarrollo turístico.....	88
Figura 23 Objetivos para el funcionamiento	89
Figura 24 Operaciones turísticas	90
Figura 25 Tareas	91
Figura 26 Buena práctica.....	92
Figura 27 Género.....	93
Figura 28 Edad.....	94
Figura 29 Nivel de instrucción	95
Figura 30 Productores locales.....	96
Figura 31 Organización	97
Figura 32 Objetivos en la organización.....	98
Figura 33 Actividades para la comercialización.....	99
Figura 34 Comercialización de productos locales	100
Figura 35 Satisfacer al consumidor	101
Figura 36 Experiencias y/o vivencias.....	102
Figura 37 Organización de la producción local.....	103
Figura 38 Organización de la producción local.....	104

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la relación de los establecimientos turísticos con el consumo de la producción local artesanal del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, su problema principal radica en el deficiente consumo de producción local artesanal, el tipo de investigación es documental, de campo, descriptiva, correlacional, cuantitativa y cualitativa. Para las encuestas se determinó la población de acuerdo a cada variable en el caso de la independiente se ha decidido trabajar con el personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba, mientras que, para la variable dependiente se decidió trabajar con los productores locales artesanales. En el análisis de datos se utilizó el programa SPSS con el estadístico de correlación de Rho de Spearman. Finalmente, se estableció conclusiones y recomendaciones para poder diseñar una guía turística para valorar los productos locales artesanales en la ciudad de Riobamba, con el objetivo de dar a conocer a los turistas la importancia que tienen cada una de las piezas artesanales, sobre todo el valor cultural que existe tras cada creación.

Palabras Clave: Producción local artesanal, establecimientos turísticos, productores locales, guía turística.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the relationship between tourist establishments and the consumption of local artisanal products in the Riobamba Canton, Chimborazo Province. The main issue addressed is the deficient consumption of local artisanal products—the research type encompassed documentary, field-based, descriptive, correlational, quantitative, and qualitative methodologies. For surveys, the population was determined according to each variable. Regarding the independent variable, the decision was made to work with personnel employed within various tourist establishments, including accommodation, food, and beverage services in the Riobamba Canton. Meanwhile, for the dependent variable, local artisanal producers were chosen.

Data was analyzed using the SPSS program with Spearman's Rho correlation statistic. Finally, to develop a tourist guide to promote the value of local artisanal products in Riobamba. The objective is to educate tourists about the significance of each artisanal piece, particularly emphasizing the cultural value inherent in each creation.

Keywords: Local artisanal production, tourist establishments, local producers, tourist guide.



SOFIA FERNANDA
FREIRE CARRILLO

Reviewed by:

Mgs. Sofia Freire Carrillo

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604257881

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

Es decir, el turismo tiene la capacidad de ejercer un impacto sumamente significativo en la economía de un país. Esto se debe a que no solo crea diversas oportunidades de empleo, sino que también impulsa el desarrollo de diversas actividades que benefician de manera directa o indirecta a una amplia gama de prestadores de servicios. Estas actividades, a su vez, van generando un aumento significativo en su economía.

Riobamba, es destacada como una de las ciudades más relevantes dentro del territorio ecuatoriano, puesto que, se encuentra ubicada en medio de varios nevados, lo cual la hace aún más fascinante para los turistas que buscan disfrutar de la belleza natural de sus paisajes, además, la arquitectura neoclásica que se encuentra presente en algunos edificios y monumentos, es un importante patrimonio cultural, dado que, permite captar la atención de varios turistas interesados en la historia y la arquitectura. Riobamba, cuenta con una rica y amplia gama de historia, cultura y tradición, lo que la convierte en un destino turístico idóneo para poder ser visitado.

Por otro lado, Riobamba, también es caracterizada por ofrecer diferentes tipos de productos, los mismos que son elaborados con destreza por las manos hábiles de los artesanos, quienes día a día dan lo mejor para poder brindar productos de alta calidad, utilizando diversos tipos de materiales como, lana de alpaca, tagua, cuero, madera entre otros con la finalidad de satisfacer a las necesidades que son presentadas por la demanda.

Por tanto, se ha considerado como un enfoque central en la presente investigación el estudio de los establecimientos turísticos y el consumo de la producción local, específicamente en la parte artesanal de Riobamba para fortalecer la identidad cultural local de la ciudad y mejorar la calidad de vida de la población.

La presente investigación se desarrolló en varias fases, detalladas de la siguiente manera:

Capítulo I: Describe la situación problemática y se plantean los objetivos tanto generales como específicos para de esa manera desarrollar la situación problemática.

Capítulo II: Dentro de este capítulo se ejecuta el marco teórico, dónde se establecen los antecedentes con referencia al tema, del mismo modo se desarrolla el estado del arte de la variable dependiente e independiente.

Capítulo III: Se desarrolla la metodología estableciendo el tipo y diseño de investigación de igual manera se establecen las técnicas de recolección de datos haciendo uso de encuestas mediante un cuestionario específico para cada variable.

Capítulo IV: Se establece el análisis e interpretación de los resultados que han sido obtenidos a partir de las encuestas aplicadas, además, se realizó la prueba de hipótesis tanto general como específicas.

Capítulo V: En este apartado se desarrollan las conclusiones y recomendaciones a partir de los datos obtenidos y analizados.

Capítulo VI: Finalmente se genera una la propuesta con referencia al tema de investigación.

1.1 Antecedentes

En esta sección, se podrán visualizar los antecedentes de una investigación, los mismos que proporcionan una visión general de las investigaciones o estudios desarrollados con previa anterioridad, de esta manera, se busca resaltar el conocimiento existente sobre el tema expuesto y de esta manera crear una base, sobre la cual se construirá la investigación que se prevé realizar.

1.1.1 Establecimientos turísticos

Según (Arteaga, 2015), en su trabajo de investigación denominado “Los establecimientos de alojamiento turístico y su cumplimiento en base al reglamento que establece la ley de turismo en la ciudad de Santa Ana”. Realizada en Jipijapa- Manabí considera que, su objetivo principal es determinar si los diferentes tipos de establecimientos turísticos cumplen o no con los requisitos obligatorios que han sido establecidos por parte del MINTUR, recolectando como un resultado específico que no cumplen en su totalidad, por lo que, se propone que las autoridades realicen la respectiva inspección, de esa manera poder tener una recategorización y a su vez catastrar a los nuevos establecimientos que han estado operando fuera de la normativa legal.

Por otro lado (Macías, 2020), en su investigación titulada “Turismo accesible en los establecimientos turísticos de la comuna Atravezado: Guía de buenas prácticas de accesibilidad” realizada en La Libertad-Ecuador en el año de 2020, considera que, el buen funcionamiento de los establecimientos turísticos debe ofertar servicios eficientes y de calidad, para de esa manera poder satisfacer todas las necesidades de los turistas, pues se ha considerado que la planta turística se divide en cuatro partes, estas son: alojamiento, restaurantes, bares y centros artesanales.

1.1.2 Producción local

De acuerdo con (Lizano, 2007), en su investigación titulada “Estudio de factibilidad para la producción, industrialización y comercialización en el mercado local en la zona de Nanegalito.” considera que los consumidores cada vez más buscan productos que les brindan seguridad y transparencia en todas las etapas de su ciclo de vida, desde su origen hasta la etapa final. Existe una demanda creciente por parte de los consumidores de conocer la procedencia de los productos, cómo se producen, procesan y distribuyen. Finalmente se dice que los consumidores están buscando cada vez más productos que les brindan seguridad y transparencia en todas las etapas, desde el origen hasta la etapa final.

Finamente (Rocha, 2016), en su investigación titulada “Producción y comercialización de textiles en Atuntaqui y su incidencia en el desarrollo local en el período 2009-2014.” Menciona que la producción y comercialización tiene una importante aceptación dentro de los diferentes mercados, lo cual ha permitido que un número reducido

de empresas se hayan posicionado en mercados cumpliendo con estándares de calidad y normativas existentes que les permite garantizar su producción. Por tanto, se recomienda promover la socialización e importancia de aplicar leyes y normativas para la exportación de la producción como una iniciativa de las organizaciones y gremios, lo cual permita garantizar procesos efectivos de posicionamiento en los mercados.

1.2 Situación problemática

Riobamba, es una ciudad que forma parte de la provincia de Chimborazo, se diferencia por sus valiosas historias, que son dadas a conocer a través de su arte, cultura y tradiciones. Además, esta ciudad se destaca por la prestación de diferentes tipos de productos elaborados de manera artesanal, lo cual, ha llegado a captar la atención de numerosos turistas y visitantes logrando así que la economía local se vea beneficiada de manera directa o indirecta.

A pesar de las circunstancias presentadas, el potencial turístico de la ciudad de Riobamba actualmente se ve obstaculizado, debido a que, enfrenta una problemática en relación a los establecimientos turísticos con el consumo de la producción local artesanal, los mismos que han sido generado por diferentes tipos de factores.

Uno de los principales problemas presentados es una deficiente oferta de productos artesanales dentro de la ciudad, ya que, al encontrar una débil cantidad de marketing mediante plataformas digitales, ha generado un desconocimiento significativo en la oferta de los productos artesanales que están a disposición de la demanda.

Por otra parte, la competencia directa con la llegada de nuevos productos importados al mercado, ha llevado a una depreciación de los productos locales artesanales dando como resultado una deficiente cantidad de personas interesadas en este tipo de productos, provocando un declive económico para los productores locales.

Sin embargo, la falta de exploración de diversas iniciativas de promoción y comercialización, dentro de los establecimientos turísticos conduce un desconocimiento de la oferta hacia la demanda, lo cual, no da apertura a nuevas oportunidades para los productores locales de la ciudad, de esta manera se limita el interés de los turistas en la adquisición de productos artesanales.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general

- ¿Cómo se relacionan los establecimientos turísticos con el consumo de la producción local en el cantón de Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.3.2 Problemas específicos

- ¿Cómo se relacionan las instalaciones turísticas con el consumo de la producción local en el cantón, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo se relacionan las empresas turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo se relacionan las actividades turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

1.4 Justificación

La justificación en este contexto se realiza para proporcionar argumentos claros y específicos que respalden la importancia y relevancia del estudio. Se enfoca en explicar las razones y beneficios concretos de la investigación, destacando cómo los resultados previstos tendrán aplicaciones prácticas y repercusiones significativas en la vida cotidiana o en el ámbito social. En este caso particular, la justificación se centra en abordar el consumo deficiente de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, con el propósito de desarrollar una propuesta que promueva la venta de productos locales artesanales, contribuyendo así al fortalecimiento de la economía local y proporcionando bases sólidas para investigaciones futuras.

1.4.1 Justificación teórica

Dentro de la presente investigación la justificación teórica ha permitido proporcionar información lógica y coherente para llevar a cabo la presente. Donde el objetivo principal fue identificar las limitaciones de investigaciones efectuadas con anterioridad es por ello que dicha investigación se realizó con la finalidad de analizar cómo favorece el consumo de la producción local artesanal en los diferentes establecimientos turísticos de la ciudad de Riobamba, mediante los resultados alcanzados permitieron establecer diferentes teorías de las variables planteadas en la investigación, establecimientos turísticos y consumo de la producción local artesanal, que mantienen la situación que atraviesa la ciudad.

1.4.2 Justificación práctica

La justificación práctica fue empleada para explicar las razones y beneficios específicos, centrándose en cómo los resultados del estudio tendrán aplicaciones y repercusiones en la vida real o en el ámbito de la sociedad. La investigación se diseñó tras identificar un consumo deficiente de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba. De esta manera, se orienta hacia el desarrollo de una propuesta que garantice la venta de los diversos productos locales artesanales, con el objetivo de fortalecer la economía local y facilitar la realización de futuras investigaciones.

1.4.3 Justificación metodológica

Para esta investigación se ha considerado un estudio bivariado, es decir, en donde constan dos tipos de variables entre las que se destacan la variable dependiente y la variable independiente. Por lo tanto, se utilizarán los siguientes métodos:

Cualitativo

Según (Vera, 2020) la metodología cualitativa “es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema”.

Cuantitativo

Según lo mencionado por (Babativa, 2017) la investigación cuantitativa se caracteriza por “ser objetiva y deductiva, producto de los diferentes procesos experimentales que pueden ser medibles, su objeto de estudio permite realizar proyecciones, generalizaciones o

relaciones en una población o entre poblaciones a través de inferencias estadísticas establecidas en una muestra.”

Seguidamente, para la obtención de resultados se aplicó encuestas dirigidas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba, así como también a los productores locales artesanales, para de esa manera generar estrategias que permitan dar solución al problema existente en la ciudad y así promover el turismo para el desarrollo local.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

- Analizar la relación de los establecimientos turísticos con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.5.2 Objetivos específicos

- Establecer la relación de las instalaciones turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Establecer la relación de las empresas turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Establecer la relación de las actividades turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

- Existe relación con los establecimientos turísticos y el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.6.2 Hipótesis específicas

- Existe relación de las instalaciones turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Existe relación de las empresas turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.
- Existe relación de las actividades turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

En esta parte se puede evidenciar a la base teórica para la investigación, de esta manera se podrá facilitar y proporcionar una comprensión más amplia sobre la investigación que se está realizando, a continuación, se detalla lo siguiente:

Se les denomina establecimientos turísticos según la (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2020), a las instalaciones abiertas al público en general y acondicionadas de conformidad con la normativa en cada caso aplicable, en los que las empresas turísticas desarrollan sus actividades o prestan al público alguno de sus servicios.

Todos estos son de gran utilidad para el turista, debido a que, da lugar a la comodidad además de garantizar una buena experiencia, uno de los datos importantes dentro de este tipo de establecimientos que según él (MINTUR, 2016), se deben cumplir con una cierta normativa.

Por otra parte (BOE, Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2020), menciona que “se le denomina establecimientos turísticos, locales o instalaciones abiertas al público en general y acondicionadas de conformidad con la normativa en cada país, en los que las empresas turísticas desarrollan sus actividades o prestan al público alguno de sus servicios”.

Monje (2011) manifiesta que, los establecimientos turísticos deben ser fácilmente accesibles y estar debidamente señalizados para que los turistas puedan encontrarlos con facilidad. Además, deben cumplir con ciertos estándares de calidad y categorización para asegurar que los turistas tengan una experiencia satisfactoria y se sientan cómodos durante su estadía.

La satisfacción del turista es fundamental para la industria del turismo, ya que un turista satisfecho no solo regresará, sino que también recomendará el lugar a otras personas, lo que puede generar un efecto positivo en la economía local. Por lo tanto, los establecimientos turísticos deben estar enfocados en brindar un servicio de calidad y en ofrecer una experiencia memorable para los turistas (Rubio, 2015).

Finalmente, este estilo de producción artesanal es destacada por la creación y elaboración de productos que poseen un alto valor cultural y simbólico, los mismos que, son un reflejo de la tradición e identidad cultural que representan a una comunidad.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Bases teóricas variable independiente - Establecimientos turísticos

INSTALACIONES

- Instalaciones, según lo mencionado por (Martínez, Gestipolis, sf) “Las instalaciones no solo son el espacio físico donde se localiza, sino también el lugar donde se desenvuelve y se lleva a cabo el proceso productivo de la misma”.
- Según lo mencionado por el Sistema Nacional de Inversiones (SNI), (2021) las instalaciones turísticas son denominadas “Construcciones, estructuras o superficies que son imprescindibles para que una actividad netamente turística pueda desarrollarse o que facilitan su práctica. Su objetivo es contribuir con la puesta en valor de un atractivo turístico, de tal modo de potenciar sus cualidades naturales,

culturales o recreativas, generando un mayor número y/o duración de las visitas que permitan promover el desarrollo económico y turístico local sostenible.”

- Finalmente, se entiende como instalaciones, al espacio físico en donde se pueden desarrollar diferentes tipos de actividades de una manera específica. En el ámbito turístico se las conoce como las construcciones o estructuras que sirven para el desarrollo de cierto tipo de actividades turísticas, que sirven para la recreación de las personas que visiten.

Espacio físico

Según, (Logreira, 2021) define al espacio físico como “el producto de factores físicos, sociales, artísticos y culturales que se encuentran interrelacionados entre sí”.

Lugar

Un lugar es un espacio físico o geográfico con características específicas que lo distinguen de otros espacios, pudiendo ser un sitio concreto, una región determinada o un área definida. (Mazurek, 2009)

Proceso productivo

El proceso productivo es el conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa para efectuar la elaboración de bienes y servicios. (López, 2019)

EMPRESAS

- Empresas, son definidas como “una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación” (Sánchez, Economipedia, 2020).
- Según lo mencionado por (Morales, 2023) las empresas turísticas “son aquellas que prestan servicios a los turistas, es decir, a las personas que viajan por motivos de ocio, negocios, eventos, etc.”
- Para concluir, se considera que las empresas son empresas que desarrollan diferentes tipos de actividades para lograr alcanzar objetivos, en el ámbito turístico se la conoce como aquellas instalaciones que tienen la finalidad de ofertar diferentes tipos de productos y servicios a los turistas y visitantes.

Desarrollo

El desarrollo es un proceso sistémico, dinámico, complejo, multidimensional, de evolución y transformación de una sociedad, con el objetivo de alcanzar condiciones óptimas de calidad. (Irausquín, Colina, Moreno, & Marín, 2018)

Objetivos

Un objetivo orienta las acciones, precisa de qué manera se procederá y declara la finalidad de emprender tal proceso: solucionar una situación, aportar o contribuir en el desarrollo y crecimiento de cierta área del conocimiento. (Ramírez A. , 2017)

ACTIVIDADES

- Actividades, son conocidas como el “conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad. Es relevante la calificación de la actividad de que se trate (agraria, artística, económica, laboral, etc.) a efectos tributarios y de los requisitos necesarios para su ejercicio o práctica” (Prehispánico, 2023).

- Según lo mencionado por (Entorno Turístico, 2016) las actividades turísticas son las “actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, estas se realizan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos.”
- Finalmente, se menciona que las actividades son definidas como las tareas presentadas para un o un grupo de personas, mientras que, en el ámbito turístico es conocido como una serie de actividades que realizan los turistas mientras están fuera de su lugar de residencia todo esto con la única finalidad de poder cumplir con los objetivos antes planteados.

Tareas

El término tarea se emplea para designar a aquella obra y trabajo que generalmente demanda de parte de quien la lleva a cabo cierto esfuerzo y que se realizará durante un tiempo limitado, es decir, existe un tiempo límite para su realización. (Ucha, 2010)

Práctica

La práctica se refiere a la realización de algo que requiere conocimientos previos o técnicas para lograr buenos resultados. Para que estos resultados sean los esperados, es fundamental ser constante y tener una buena actitud. (Navicelli, 2022)

2.2.2 Bases teóricas variable dependiente – Productos locales

ORGANIZACIÓN

- Una organización es una asociación de personas que se relacionan entre sí y utilizan recursos de diversa índole con el fin de lograr determinados objetivos o metas. Incluye una estructura ordenada donde individuos con distintos roles interactúan entre sí (Roldán, 2024).
- Según (Muñoz & Navarrete, 2021) las organizaciones turísticas son “las organizaciones turísticas son empresas que se dedican a ofrecer y proporcionar todo tipo de servicios relacionados al turismo a los clientes actuales y potenciales con la finalidad de satisfacer todas sus necesidades y requerimientos.”
- Finalmente, se menciona que la organización es aquella agrupación coordinada con el objetivo de cumplir objetivos, mientras que, dentro del ámbito turístico se las conoce como las empresas con el propósito de satisfacer las necesidades con las que llegan los turistas.

Agrupación

Agrupación se refiere a reunirse en grupo con la finalidad de cumplir con un objetivo. En consecuencia, la agrupación es el conjunto de personas o cosas reunidas en grupo para poder lograr llegar a lo planteado. (Porto & Gardey, 2022)

COMERCIALIZACIÓN

- Comercialización, es definida como “el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor” (Westreicher, 2017).
- Según (Campos, 2018), la comercialización turística es un “proceso realizado con el propósito de hacerle llegar un producto un servicio al cliente, logrando que satisfaga sus necesidades, logrando los objetivos de rentabilidad de la empresa. Para que se

pueda entregar un producto o un servicio al cliente, este debe previamente ser diseñado y además debe pensarse en el concepto que se quiere crear y desarrollar alrededor de este mismo.”

- Finalmente, la comercialización es definida como la realización de una serie de actividades para poder facilitar la venta de un producto, mientras que, en el ámbito turístico se la conoce como un proceso mediante el cual se puede hacer llegar un producto o servicio a un cliente.

Actividades

En las estadísticas de turismo el término actividades representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante este, en tanto que consumidores (International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS), 2008)

Producto

Según la definición de ONU Turismo, un producto turístico es “una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital". (ONU Turismo, 2018)

Consumidor

El consumidor es una persona o entidad que adquiere bienes o servicios que los productores o proveedores ofrecen en el mercado, y que cumplen algún tipo de necesidad. (Coll, 2020)

SERVICIO

- Servicio, este consiste en “el conjunto de vivencias resultado del contacto entre la organización y el cliente, por lo que se considera la mejor manera de generar una relación adecuada, de la cual dependen su supervivencia y éxito” (García, 2016).
- Según (Ramírez C. , sf), menciona que, el servicio turístico es “el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”.
- Finalmente, se menciona que, el servicio es aquella actividad que se cumple y que tiene una estrecha relación con el cliente con el objetivo único de poder satisfacer los diferentes tipos de necesidades.

Vivencias

La vivencia hace referencia a la vivencia que se obtiene de una situación y que altera a la persona. Es un proceso de enseñanza que se guarda en la memoria y que asiste en abordar situaciones similares en el porvenir. Estas experiencias pueden ser favorables o desfavorables e influyen en nuestra percepción y relación con el entorno. (Sánchez, 2023)

Cliente

En el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., encontramos que "cliente" es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía". (Thompson, 2019)

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Investigación documental

La investigación documental, es una serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia (Tancara, 2011).

Este enfoque metodológico involucró explorar y analizar diferentes fuentes de información, tales como artículos científicos, revistas, tesis de investigación, entre otros documentos de gran importancia que tienen relación con las variables de estudio, establecimientos turísticos y producción local artesanal.

3.1.2 Investigación de campo

La investigación de campo recopila los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a un problema (Rus, Investigación de campo, 2020).

En esta investigación se aplicó encuestas de acuerdo a cada una de las variables de estudio, dentro de la ciudad de Riobamba con la finalidad de recaudar información verídica para el desarrollo del presente proyecto de investigación.

3.1.3 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020)

En otras palabras, la investigación descriptiva permitió examinar detalladamente todas las variables del estudio con el objetivo de obtener información precisa, veraz y organizada.

3.1.4 Investigación correlacional

La investigación correlacional radica en evaluar dos variables, teniendo como objetivo estudiar el grado de correlación entre ellas (Rus, 2020).

Este estudio proporcionó evaluar la relación entre la variable independiente denominada establecimientos turísticos y la variable dependiente denominada producción local de la investigación.

3.1.5 Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa se enfoca en medir y cuantificar los datos mediante el uso de técnicas estadísticas. Esta metodología se utiliza para obtener datos objetivos y precisos sobre una muestra representativa de la población y así poder hacer generalizaciones sobre la población en su totalidad. Es especialmente útil cuando se busca establecer relaciones causales entre variables y probar hipótesis. En resumen, la investigación cuantitativa se enfoca en el análisis de datos numéricos y estadísticos para obtener resultados precisos y objetivos (Mendoza, 2018).

La parte cuantitativa permitió obtener datos numéricos sobre el consumo de la producción local artesanal en los establecimientos turísticos de Riobamba, a través de encuestas y análisis estadísticos.

3.1.6 Investigación cualitativa

En el presente trabajo se ha efectuado bajo la investigación cualitativa dado que utiliza la recolección de datos sin medición numérica, lo que permite afinar preguntas de investigación tomando en cuenta que se puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación.

La presente investigación se llevó a cabo con una metodología basada en el enfoque mixto, debido a que, combina elementos de la investigación cuantitativa y cualitativa, permitiendo obtener una comprensión más completa y profunda del fenómeno que se está estudiando. Esta combinación de métodos permitió tener una visión más completa y detallada de la problemática planteada, y así generar recomendaciones más precisas y efectivas para mejorar la situación actual.

3.2 Diseño de la investigación

3.2.1 No experimental

Según (Driessnack & Costa, 2007), los diseños no experimentales son aquellos que usualmente utilizan la aleatoriedad, manipulación de una variable independiente y el control. Es por ello que todas estas características dan la garantía de que nuestra investigación está bien encaminada debido a que da lugar a que las características tengan un mayor nivel de confianza en las relaciones de causa y efecto.

El enfoque de la investigación fue no experimental, ya que no se manipuló ninguna variable de estudio. En su lugar, se llevó a cabo una evaluación más detallada y actualizada de los establecimientos turísticos y la producción local artesanal.

3.2.2 Transversal

Por otra parte, al momento de hablar de un diseño transversal permite el cálculo directo de la prevalencia de una condición como tal. (Correa et al., 2021).

Esta investigación fue transversal porque se realizó una sola vez, en la ciudad de Riobamba, a través de la aplicación de encuestas para obtener información de las variables independiente y dependiente.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas

ENCUESTA

En este estudio, la técnica más adecuada para recopilar información a través de encuestas, ya que este método consiste en un conjunto de preguntas diseñadas para obtener datos relevantes para la investigación. Estos datos se analizarán con el fin de llegar a conclusiones precisas, identificando de manera veraz todos los problemas que se desean investigar.

3.3.2 Instrumentos

CUESTIONARIO

Se desarrolló un cuestionario con la finalidad de reflejar adecuadamente las preguntas que, en base a las dimensiones e indicadores se desea medir, para ello se utilizó la escala de LIKERT, puesto que, constan de una serie de afirmaciones o enunciados a los que los participantes deben responder eligiendo un grado de muy importante o nada importante, que puede variar según el número de opciones disponibles. Las opciones típicas en una escala de Likert incluyen:

- 1= Nada importante
- 2= Poco importante
- 3= Medianamente importante
- 4= Importante
- 5= Muy importante

3.4 Validez y confiabilidad de instrumentos

3.4.1 Validez de instrumentos de evaluación

La validez de los instrumentos se realizó al docente tutor del trabajo de investigación de la Universidad Nacional de Chimborazo de la carrera de turismo, ya que en calidad de experto tiene conocimiento en el tema que abordamos para la revisión y validación de las respectivas encuestas que se aplicó para obtener información sobre el tema “Establecimientos turísticos y Consumo de la producción local del cantón Riobamba”.

3.4.2 Confiabilidad de instrumentos

La confiabilidad de los instrumentos es un aspecto crucial en cualquier investigación o encuesta que se realice con el objetivo de medir y recolectar datos. Se refiere a la consistencia y estabilidad de los resultados obtenidos a través del instrumento de medición utilizado, es decir, la capacidad del instrumento para obtener resultados consistentes y precisos en diferentes situaciones y momentos (Marroquín, 2013).

Se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach, puesto que es una medida estadística utilizada para evaluar la consistencia interna de un conjunto de preguntas en una escala, si el resultado es menor a 7 el instrumento que se aplicó no es válido, a continuación, se refleja los valores del coeficiente alfa:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente.
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno.
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable.
- Coeficiente alfa $<.6$ es cuestionable.
- Coeficiente alfa $<.5$ es pobre.
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable.

3.5 Alfa de Cronbach

3.5.1 Variable independiente

De acuerdo al análisis de fiabilidad aplicado del instrumento correspondiente a la variable independiente, se aplicó a 187 prestadores de servicios que laboran dentro de los diferentes tipos de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba, obteniendo la siguiente información:

Tabla 1

Confiabilidad de los instrumentos variable independiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	9

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

El valor de Alfa de Cronbach que se obtuvo fue de ,849 lo cual cumple con la debida aceptación y confiabilidad, con una calificación de Bueno.

3.5.2 Variable dependiente

De acuerdo al análisis de fiabilidad aplicado del instrumento correspondiente a la variable dependiente, se aplicó a 10 productores locales artesanales del cantón Riobamba, obteniendo la siguiente información:

Tabla 2

Confiabilidad de los instrumentos variable dependiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,906	9

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

El valor de Alfa de Cronbach que se obtuvo fue de ,906 lo cual cumple con la debida aceptación y confiabilidad, con una calificación de Excelente.

3.6 Población de estudio y tamaño de muestra

3.6.1 Población de estudio: Establecimientos turísticos

La población de estudio son los establecimientos turísticos, la misma que tiene una estrecha relación con todo el personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba, dado que, son los actores principales, los cuales brindarán información verídica y de primera mano sobre el estudio que se realizó.

3.6.2 Selección de la muestra: Establecimientos turísticos.

Para la selección de la muestra en la variable independiente, se tomó como referencia la información obtenida por parte del catastro turístico del cantón Riobamba actualizado hasta el mes de mayo del 2023, donde se evidenció que existen 350 establecimientos registrados, los mismos que están debidamente clasificados como: alojamiento, alimentos y bebidas, discotecas, bares, operación e intermediación, salas de recepciones, turismo comunitario, transporte y aguas termales, por consiguiente, se aplicó un muestreo

probabilístico por conglomerados, donde (Otzen & Manterola, 2017), mencionan que el muestreo por conglomerados “consiste en elegir de forma aleatoria ciertos barrios o conglomerados dentro de una región, ciudad, comuna, etc.”. Por tanto, se hizo énfasis en los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, razón por la cual se eligió a 187 establecimientos.

Tabla 3

Selección de la muestra - variable independiente

GRUPO	NÚMERO DE REGISTRO EN EL CATASTRO
Alojamiento	89
Alimentos y bebidas	98
TOTAL	187

Nota. Datos obtenidos del catastro turístico de Riobamba, Ortega (2023).

3.6.3 Población de estudio: Producción local

La población de estudio en la variable dependiente, es la producción local del cantón Riobamba, la misma que tiene una estrecha relación con los productores locales artesanales, dado que son los actores principales, los cuales brindaron información verídica y de primera mano sobre el estudio que se realizó.

3.6.4 Selección de la muestra: Producción local

Para la selección de la muestra se tomó en cuenta a los presidentes de los gremios de artesanos del cantón Riobamba con corte al mes de abril de 2023, donde se evidenció que existen 10 gremios de artesanos. Por tanto, la muestra seleccionada es para 10 personas, lo cual representa el total de la población.

Tabla 4

Listado de presidentes de los gremios artesanales

Listado de presidentes de los gremios (Con corte hasta el mes de abril de 2023)				
N.º	Nombre y Apellido	Función	Contacto	Correo electrónico
01	Marielena Peñafiel	Presidenta	0987670168	penafielmarielena@gmail.com
02	Segundo Bonifaz	Presidente	0994258912	segundo09942@gmail.com
03	Ramiro Calala	Presidente	0969761122	ramiroboni68@gmail.com
04	Armando Samaniego	Presidente	0998801161	armandosama257@gmail.com
05	Rodrigo Calderón	Presidente	0984876195	rodrica432@gmail.com
06	Joel Rivas	Presidente	0992620310	rivasjoel559@gmail.com
07	Elsa Rivera	Presidenta	0987444197	elsa46131@gmail.com
08	Patricio Cruz	Presidente	0967312865	patocruz789@gmail.com
09	José Cujano	Presidente	0994171194	cujanojose26@gmail.com
10	Natalia Galarza	Presidenta	0988427702	nataligalarza89@gmail.com

Nota. Datos obtenidos del listado de presidentes de los gremios artesanales, Ortega (2023).

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de las encuestas aplicadas

Tras ser aplicadas las encuestas a las personas destinadas para el estudio de la variable dependiente e independiente se han obtenido los siguientes resultados:

4.1.1 Establecimientos turísticos

Tabla 5

Análisis, discusión y discusión de resultados variable independiente

INFORMACIÓN GENERAL		
A)	Género	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se observa que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 62% corresponde al género femenino. • El 37% le corresponde al género masculino. <p>Finalmente, se concluye el personal que labora dentro de los establecimientos turísticos mayormente es femenino.</p>
B)	Edad	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se observa que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 49% le corresponde al rango de edad de 20-29 • El 41% con el rango de 30-39 • El 6% le corresponde al rango de 40-49 • El 2% pertenece al rango de más de 60 años de edad. <p>Finalmente, se concluye que el personal que labora dentro de los diferentes establecimientos turísticos en su gran mayoría tienen un rango de edad de 20-29 años.</p>
C)	Nivel de instrucción	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se observa que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 2% tiene un nivel en primaria • El 10% en secundaria • El 18% le pertenece a superior no universitaria • El 53% a superior universitaria • El 16% le pertenece a posgrado <p>Finalmente, se llega a concluir que el personal que labora dentro de los diferentes establecimientos turísticos en su gran mayoría tienen una instrucción superior universitaria.</p>
INFORMACIÓN ESPECÍFICA		
INSTALACIONES		
1	Como considera al espacio físico en donde se encuentran los establecimientos turísticos.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba considera al espacio físico en donde se encuentran los establecimientos turísticos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medianamente importante con el 3%. • El 31% afirma que es importante. • El 65% lo considera muy importante. <p>Por tanto, el valor más alto corresponde al 65% equivalente a muy importante puesto que el espacio físico en donde se encuentran los establecimientos</p>

		turísticos juega un rol sumamente importante facilitando a la demanda el poder adquirir el servicio brindado por la oferta.
2	Según su criterio, el fácil acceso al lugar en donde se encuentran ubicadas las instalaciones del establecimiento turístico es.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha determinado que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 4% de personas encuestadas consideran que es medianamente importante. • El 26% afirma que es importante. • El 68% considera que es muy importante el fácil acceso al lugar en donde se encuentran ubicadas las instalaciones del establecimiento turístico. <p>Por lo tanto, se concluye que el 68% considera muy importante el fácil acceso a las diferentes instalaciones de los establecimientos turísticos, dado que esto les beneficia a las personas que desean adquirir el producto ofertado por parte de la demanda, facilitando el acceso a los diferentes tipos de establecimientos de índole turístico.</p>
3	Como considera a las instalaciones que cuentan con un proceso productivo (acciones que una empresa debe realizar con el fin de ofrecer un bien) para su funcionamiento.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado evaluar el cómo se considera a las instalaciones que cuentan con un proceso productivo para su funcionamiento en dónde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 1% ha mencionado que es poco importante. • El 4% afirma que es medianamente importante. • El 27% ha dicho que es importante. • El 66% considera que es muy importante. <p>Se llega a concluir que, el 68% de personal encuestado expresa que las instalaciones que cuentan con un proceso productivo son muy importantes, porque permiten mejorar el funcionamiento del establecimiento turístico.</p>
EMPRESAS		
4	Según su criterio, la organización de la empresa de los establecimientos turísticos es.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba consideran que la organización de las empresas de los establecimientos turísticos es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 3% es medianamente importante. • El 32% es importante. • El 64% afirma que esto es muy importante. <p>Por lo tanto, se llega a concluir que el 64% de personas encuestadas consideran que esto es muy importante ya que de una u otra manera la empresa permita estar en periodo de mejora continua, con la finalidad de satisfacer las necesidades de la demanda.</p>
5	Como considera el desarrollo turístico de la empresa es apto para un buen funcionamiento.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha determinado el evaluar el cómo se considera el desarrollo turístico de la empresa para un buen funcionamiento en donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 2% menciona que es poco importante. • El 34% importante. • El 73% muy importante. <p>Por lo que, se llega a concluir que, la opinión del 73% del personal encuestado considera que es muy importante porque al momento de brindar un servicio</p>

de calidad, la demanda buscará regresar a la empresa y esto beneficia de manera directa a mejorar la economía turística.

- 6 Según su perspectiva, el definir objetivos para el funcionamiento adecuado de la empresa es.
- De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado importante el evaluar las diferentes perspectivas sobre la definición de objetivos para el funcionamiento adecuado de la empresa en donde:
- El 2% considera que es medianamente importante.
 - El 23% importante.
 - El 74% considera que es muy importante
- En donde se llega a la conclusión que la mayoría del personal que trabaja dentro de estas empresas considera que es muy importante debido a que en su gran mayoría tienen planteados diferentes tipos de objetivos en donde el primordial es satisfacer cada una de las necesidades con las que llegan los clientes, por ende, esto beneficia de una buena manera a las empresas que lo ponen en práctica.
-

ACTIVIDADES

- 7 Las operaciones turísticas (roles y funciones, los cuales tienen como objetivo proporcionar la mejor experiencia a sus clientes) para el desarrollo de las actividades que se ejecutan dentro del establecimiento turístico es.
- De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado importante el evaluar las experiencias turísticas para el desarrollo de actividades que se ejecutan dentro del establecimiento turístico en dónde:
- El 2% considera que es poco importante.
 - El 4% medianamente importante.
 - El 29% importante.
 - El 63% considera que es muy importante
- En donde, como conclusión se obtiene que, el 63% del personal encuestado considera que el 63% es muy importante debido a que las diferentes actividades que se van desarrollando dentro de los diferentes establecimientos es de suma importancia, dado que esto permite que el servicio brindado sea de mejor manera y por ende se logre satisfacer con todas las necesidades con las que llegan los clientes.
-

- 8 Determine el nivel de importancia de las tareas que se desarrollan dentro del establecimiento turístico.
- De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado importante el evaluar el nivel de importancia que se desarrollan dentro de los establecimientos turísticos en dónde:
- El 2% lo considera poco importante y medianamente importante.
 - El 31% dice que es importante
 - El 64% muy importante.
- En dónde, se llega a concluir que, el valor más alto es 64% considera que es muy importante, dado que se brindará un valor agregado con la finalidad de mejorar la calidad de cada uno de sus servicios.
-

- 9 Como considera la buena práctica de las actividades en los establecimientos turísticos.
- De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado importante el evaluar el cómo se considera la buena práctica de las actividades en los establecimientos turísticos en dónde:
- El 2% considera que es medianamente importante.
-

-
- El 31% lo considera importante.
 - El 66% muy importante.

En donde finalmente se concluye que el 66% es muy importante, dado que todas las actividades que se van desarrollando dentro de los diferentes establecimientos turísticos son de suma importancia para poder ofertar un buen servicio que sea del agrado para quienes lo adquieren.

Nota. Análisis, interpretación y discusión de resultados variable independiente, Ortega (2023).

4.1.2 Variable dependiente

Tabla 6

Resultados interpretación y discusión de resultados variable dependiente

INFORMACIÓN GENERAL		
A)	Género	De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que: <ul style="list-style-type: none"> • El 10% corresponde al género femenino. • El 90% al género masculino. Finalmente, se concluye que el personal artesanal en su mayoría es masculino.
B)	Edad	De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que: <ul style="list-style-type: none"> • El 20% le corresponde al rango de edad de 30-39 y 40-49. • El 40% con el rango de 50-59. • El 20% le corresponde al rango de más de 60. Finalmente, se concluye que el personal artesanal en su mayoría pertenece al rango de edad de 50-59 años.
C)	Nivel de instrucción	De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que: <ul style="list-style-type: none"> • El 20% tiene un nivel de instrucción en secundaria. • El 60% superior no universitaria • El 20% superior universitaria. Finalmente, se concluye que el personal artesanal en su mayoría pertenece a un nivel de instrucción superior no universitaria.
INFORMACIÓN ESPECÍFICA		
ORGANIZACIÓN		
1	Como considera usted que la agrupación de productores locales para una buena organización	De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que: <ul style="list-style-type: none"> • El 30% califica como medianamente importante. • El 50% lo califica como importante. • El 20% como muy importante. Se llega a la conclusión que el valor más alto es 50% lo que corresponde a importante según lo mencionado por la agrupación de productores locales para una buena organización. Puesto que de esta manera se puede llegar a un acuerdo para que todos los productores puedan estandarizar sus precios y ofertarlos de mejor manera con la finalidad de llamar la atención para quienes lo adquieren.
2	Como considera una organización coordinada para el desarrollo de la producción local.	De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que: <ul style="list-style-type: none"> • El 40% de productores encuestados menciona que es importante el considerar una organización coordinada para el desarrollo de la producción local. • El 60% menciona que es muy importante. Concluyendo con el 60% como valor más alto valorado como muy importante, dado que al momento de tener una buena coordinación se podrán desempeñar de mejor manera las actividades para la producción local y de esta manera poder brindar un buen servicio.
3	Como considera el planeamiento de objetivos en la	De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que:

organización para los productores locales.	<p>El 10% de productores artesanales mencionan que el planeamiento de objetivos en la organización es medianamente importante.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 60% menciona que es importante. • El 30% restante menciona que es muy importante. <p>Concluyendo que el valor predominante es el 60% con la opinión importante, todo esto ya que al fijar objetivos posteriormente se puede realizar un análisis para observar si fueron cumplidos a cabalidad o no, de esta manera facilitará a la toma de decisiones con el objetivo predominante que es el de mejorar de manera constante.</p>
--	--

COMERCIALIZACIÓN

4 Como considera a las actividades desarrolladas para la comercialización del producto tales como ferias, exposiciones, entre otras.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 20% menciona que las actividades desarrolladas para la comercialización de productos tales como: ferias, exposiciones, entre otras es poco importante y medianamente importante. • El 40% menciona que es importante. • El 20% restante considera que esto es muy importante. <p>Concluyendo que el valor predominante es el 40% con importante ya que de esta manera se les está brindando una oportunidad a los productores para que las demanda pueda conocer cada uno de los productos ofertados.</p>
5 Como considera la comercialización de productos locales en los establecimientos turísticos.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 20% de productores encuestados mencionan que la comercialización de productos locales en los establecimientos turísticos es poco importante y medianamente importante. • El 40% lo considera importante. • El 20% restante lo considera muy importante. <p>Concluyendo que el valor que más predomina es el 40% con importante, ya que al momento en el que se ofertan los productos realizados por los productores locales se está generando una oportunidad para que ellos los sigan elaborando.</p>
6 Según su perspectiva el satisfacer al consumidor a través de la comercialización de productos locales es.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 20% de encuestados consideran que el satisfacer al consumidor a través de la comercialización de productos locales es poco importante y medianamente importante. • El 10% lo considera importante. • El 50% manifiesta que esto es muy importante. <p>Concluyendo que el valor predominante es 50% con muy importante dado que esto permite de una u otra manera el satisfacer las necesidades de la demanda de esta manera se podrán generar más ventas y por ende mejorar la economía de todos los productores locales artesanales.</p>

SERVICIO

7 Las experiencias y/o vivencias que generan brindar un servicio es.	<p>De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que según las experiencias y/o vivencias por parte de las personas encuestadas en un:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El 60% menciona que son importantes. • El 40% menciona que es muy importante.
--	---

		Concluyendo así que el valor predominante es el 60% que lo consideran importante ya que se pueden dejar plasmadas sus habilidades en cada una de sus creaciones.
8	La organización de la producción local al momento de brindar u servicio es.	De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que: <ul style="list-style-type: none"> • El 50% de encuestados considera que la organización de la producción local para poder brindar un servicio es importante y muy importante. Se concluye que es importante dado que la demanda podrá obtener una mejor calidad de servicio.
9	Como considera a los clientes al momento de poder brindar sus servicios.	De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa la consideración a los clientes al momento de poder brindar sus servicios. <ul style="list-style-type: none"> • El 10% lo considera un poco importante. • El 20% lo considera medianamente importante e importante. • El 50% menciona que es muy importante Concluyendo que, el 50% lo considera muy importante, dado que los clientes son la parte fundamental a la hora de poder brindar un producto o servicio.

Nota. Análisis, interpretación y discusión de resultados variable dependiente, Ortega (2023).

4.2 Hipótesis

La hipótesis es la parte fundamental y más importante en toda investigación, debido a que ayuda a obtener una intermediación entre la teoría planteada y los posibles sucesos a realizarse, el mismo va a ser evidenciado en la búsqueda de varios datos novedosos que aporten con la investigación contribuyendo a la información ya obtenida con anterioridad. (Aguilar & Flores, 2019)

Para la aplicación de la prueba de hipótesis se procedió a verificar que tipo de datos fueron recolectados llegando a la conclusión de que son un tipo de datos no paramétricos, por ende, para obtener la comprobación de hipótesis de manera verídica y con más exactitud se optó por utilizar el método de Rho de Spearman el mismo que según (Rodó, 2019) menciona que esto “es una medida de dependencia no paramétrica en la cual se calcula la jerarquía media de las observaciones, se hace el cuadrado a la diferencia y se incorpora en la fórmula”. Es por ello que se incorporó una tabla de valores con su respectiva puntuación.

Tabla 7

Valores y significados de Rho de Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa 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 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

Nota. Significados de acuerdo a los rangos, por Ortega (2023).

4.2.1 Hipótesis general

A) Planteamiento de la hipótesis

H₁. Existe relación entre los establecimientos turísticos y el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀. No existe relación entre los establecimientos turísticos y el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

B) Margen de error

a: 0.05

C) Prueba de Rho de Spearman

Tabla 8

Prueba de hipótesis general

Correlaciones			
		Establecimientos turísticos	Producción local
Rho de Spearman	Establecimientos turísticos	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	187
	Producción local	Coefficiente de correlación	-,791**
		Sig. (bilateral)	,006
		N	10

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

D) Decisión:

Como Sig. ,006 < 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por tanto, si existe relación entre los establecimientos turísticos y el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con una correlación negativa alta del -,791.

4.2.2 Hipótesis específica 1

H₁. Existe relación de las instalaciones turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀. No existe relación de las instalaciones turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

B) Margen de error

a: 0.05

C) Prueba de Rho de Spearman

Tabla 9

Prueba de hipótesis específica 1

		Correlaciones		
			Instalaciones	Producción local
Rho de Spearman	Instalaciones	Coeficiente de correlación	1,000	-,609
		Sig. (bilateral)	.	,062
		N	187	10
	Producción local	Coeficiente de correlación	-,609	1,000
		Sig. (bilateral)	,062	.
		N	10	10

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

D) Decisión:

Como Sig. ,062 > 0,05 se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula. Por tanto, no existe relación de las instalaciones con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con una correlación negativa moderada del -,609.

4.2.3 Hipótesis específica 2

H₁. Existe relación de las empresas turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀. No existe relación de las empresas turísticas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

B) Margen de error

a: 0.05

C) Prueba de Rho de Spearman

Tabla 10

Prueba de hipótesis específica 2

Correlaciones			
		Empresas	Producción local
Rho de Spearman	Empresas	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	187
	Producción local	Coefficiente de correlación	-,791**
		Sig. (bilateral)	,006
		N	10

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

D) Decisión:

Como Sig. ,006 < 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por tanto, si existe relación de las instalaciones con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con una correlación negativa alta del -,791.

4.2.4 Hipótesis específica 3

H₁. Existe relación de las actividades con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

H₀. No existe relación de las actividades con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

B) Margen de error

a: 0.05

C) Prueba de Rho de Spearman

Tabla 11

Prueba de hipótesis específica 3

Correlaciones				
		Actividades		Producción local
Rho de Spearman	Actividades	Coeficiente de correlación	1,000	-,610
		Sig. (bilateral)	.	,061
		N	187	10
	Producción local	Coeficiente de correlación	-,610	1,000
		Sig. (bilateral)	,061	.
		N	10	10

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

D) Decisión:

Como Sig. ,061 > 0,05 se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula. Por tanto, no existe relación de las actividades con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con una correlación negativa moderada del -,610.

5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se ha podido determinar que, sí existe relación con los establecimientos turísticos y el consumo de la producción local, además, los propietarios de los establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas, están vinculados con la producción local artesanal, dado que, cada uno de ellos trata en lo posible de generar ingresos, apoyarse entre ellos para ofrecer un buen servicio a la demanda.
- Por otra parte, se evidenció que no existe relación de las instalaciones turísticas con el consumo de la producción local, dado que, en dichas instalaciones no se cuenta con espacios óptimos para la realización y desarrollo de productos locales artesanales.
- De igual manera, se determinó que, si existe relación de las empresas turísticas con el consumo de la producción local, dado que, los propietarios de los diferentes establecimientos de índole turístico ofertan los productos locales artesanales haciendo énfasis en la identidad cultural de la ciudad de Riobamba.
- Se pudo evidenciar que no existe relación de las actividades turísticas con el consumo de la producción local, ya que, algunos de los productores locales artesanales no están informados de manera correcta de como atribuir a la sociedad el conocimiento e información de la importancia y el gran valor cultural que tienen cada una de sus creaciones.

5.2 Recomendaciones

- Los propietarios de los establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas, sigan creando vínculos con los artesanos de la ciudad, optando por colaborar en su difusión y compra de los mismos. De esta manera se ofertará un servicio de calidad.
- Por otra parte, en cuanto a las instalaciones turísticas se recomienda a los gerentes de los diferentes establecimientos turísticos optar por crear nuevos espacios para la realización y desarrollo de productos locales artesanales, de esa manera cada uno de los turistas podrán crear su propia artesanía y vivirán una experiencia mucho más óptima.
- De igual manera, las empresas turísticas optar por productos o servicios de acuerdo a las exigencias de la demanda, de esa manera conservar y preservar el patrimonio turístico de la ciudad.
- Diseñar una guía turística para valorar los productos locales artesanales en la ciudad de Riobamba con el objetivo de dar a conocer a los turistas la importancia que tienen cada una de las piezas artesanales, sobre todo el valor cultural que existe tras cada creación para posterior a ello esta información pueda ser difundida por medio de una página web.

6. CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1 Título de la propuesta

- Puesta en valor de los establecimientos de prácticas culturales “Artesanos”

6.2 Introducción

Riobamba es una de las ciudades más importante dentro de la provincia de Chimborazo, debido a que guarda en sus calles las primicias, historia y tradiciones culturales, además, sus manifestaciones culturales, vestimenta, tradiciones, costumbres, festividades y más han posicionado a Riobamba como uno de los mejores destinos turísticos a ser visitado, por otra parte, los hábiles artesanos ofrecen una gran variedad de productos locales artesanales los mismos que son elaborados a base de diferentes materiales como por ejemplo: lana de alpaca, cuero, tagua, madera, entre otros.

Los artesanos son personas que trabajan en cada pieza de una manera cuidadosa para asegurarse de que cada detalle sea perfecto y de esa manera poder satisfacer las necesidades de los turistas que visitan la ciudad. El objetivo de los productores locales artesanales es el que los visitantes puedan llevarse un recuerdo de la ciudad además de mejorar su economía a través de la comercialización de sus productos.

Durante los últimos años se ha visto desvalorizado el trabajo que realizan los artesanos dejándolos en segundo plano, debido a que hoy en la actualidad se presentan varios tipos de obstáculos que no dan paso al realce de este tipo de productos que son realizados con tanto esfuerzo y dedicación. Es por ello que, se propone diseñar una guía turística para valorar los productos locales artesanales en la ciudad de Riobamba, para de esta manera mantener el valor cultural que poseen cada una de estas artesanías.

6.3 Objetivos

6.3.1 Objetivo general

- Diseñar una guía turística para valorar los productos locales artesanales en la ciudad de Riobamba.

6.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis FODA entorno a los productos locales artesanales de la ciudad de Riobamba.
- Realizar una evaluación de artesanías mediante la aplicación de una metodología.
- Realizar una página web para ofertar la guía turística.

6.4 Desarrollo de la propuesta

En la presente propuesta se ha diseñado una guía turística para valorar los productos locales artesanales en la ciudad de Riobamba con el objetivo de dar a conocer a los turistas la importancia que tienen cada una de las piezas artesanales, sobre todo el valor cultural que existe tras cada creación.

La función principal de la guía turística es dar a conocer a los turistas gran parte de información fundamental sobre los productos locales artesanales que son elaborados en la ciudad de Riobamba en donde se hace énfasis en:

- Lugares principales en donde se pueden conseguir productos locales artesanales.
- Que productos se pueden encontrar en cada lugar.

6.4.1 Análisis turístico de la ciudad de Riobamba (FODA)

Tabla 12

Análisis turístico de la ciudad de Riobamba

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Las artesanías de Riobamba son una expresión de la cultura y tradición de la ciudad, lo que les da un valor cultural y turístico. • La ciudad cuenta con una gran cantidad de artesanos que elaboran distintos tipos de artesanías con materiales. • La elaboración de artesanías es una actividad que ha sido transmitida de generación en generación. 	<ul style="list-style-type: none"> • La promoción y comercialización conjunta de los productos locales, como la creación de ferias de productos locales o la promoción de los productos en hoteles, restaurantes y otros establecimientos turísticos de la ciudad, podría despertar el interés en adquirir productos artesanales y fortalecer la economía local. • La responsabilidad social se ha convertido en una ventaja competitiva en el mercado, lo que podría ser aprovechado por los artesanos de Riobamba.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Las artesanías de Riobamba tienen poca valoración en la ciudad y son poco conocidas fuera de ella. • Los turistas muestran poco interés por las artesanías, lo que podría deberse a la invasión extranjera de productos artesanales que se encuentran en el mercado. • Las autoridades no muestran suficiente interés en la promoción y protección de las artesanías locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia entre productores locales podría afectar la calidad y el precio de las artesanías. • La posibilidad de que los productores locales sean explotados por empresas externas. • La saturación del mercado local podría afectar la demanda de las artesanías. • La introducción de nuevos productos al mercado.

Nota. Análisis turístico de la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

6.4.2 Evaluación de artesanías

La metodología empleada para la evaluación de artesanías se basa en la propuesta desarrollada por la (Secretaría de Turismo de México, 2010) la misma que está enfocada en realizar una guía metodológica para poder evaluar, esta consta de dos fases, en la primera se realiza la determinación del potencial turístico, mientras que en la segunda fase se determina la conformación del producto turístico, donde finalmente llegamos a obtener una conclusión intermedia, identificando la vocación productiva alterna, misma que, es de gran utilidad para la toma de decisiones. La misma podrá ser adaptada de acuerdo al requerimiento del investigador.

En este caso, la primera fase está enfocada en determinar el lugar en dónde se encuentran los productos locales artesanales, a partir de lo cual, en la segunda fase, se establece la identificación de los productos locales artesanales en cada lugar, donde, se ha hecho la elección de artesanías de gran influencia las cuales han sido calificadas de acuerdo a la técnica de valoración, en dónde se puntúa según los parámetros asignados, llegando a una conclusión de “Cumple” o “No cumple” con lo establecido.

Valoración de los productos locales artesanales.

PLAZA ROJA

- **Nombre de la artesanía:** Shigra

La shigra es una artesanía propia de la cultura Puruhá, se los puede realizar de diferentes colores, tamaños y poseen figuras representativas. Además, éstas varían de precio de acuerdo a su tamaño, son elaboradas 100% a mano de las artesanas de la ciudad de Riobamba.

Tabla 13

Valoración – Producto shigra

Características	Puntaje	Nada importante	Casi importante	Importante	Muy importante
		0 - 24	25 - 49	50 - 74	75 - 100
Saberes transmitidos de generación en generación					x
Cumple prácticas culturales					x
Utiliza técnicas ancestrales					x
Preserva el conocimiento					x
Pone en valor la práctica cultural					x

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: Cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado shigra, ingresa a la guía turística.

- **Nombre de la artesanía:** Washkas

Son comunmente conocidas como collares y son elaboradas de distintos materiales como por ejemplo: perlas, cristales, piedras o inclusive de plástico, de acuerdo a esto los precios varían, existen nuevas tecnicas para la elaboracion de las mismas que van evolucionando en torno al tiempo.

Tabla 14

Valoración – producto washkas

Características	Puntaje	Nada importante	Casi importante	Importante	Muy importante
		0 - 24	25 - 49	50 - 74	75 - 100
Saberes transmitidos de generación en generación			x		
Cumple prácticas culturales				x	
Utiliza técnicas ancestrales			x		
Preserva el conocimiento				x	
Pone en valor la práctica cultural					x

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: No cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado washkas, no ingresa a la guía turística, dado que, en la actualidad se han ido implementando nuevos diseños lo que ha dado lugar a que las técnicas ancestrales se vayan perdiendo e implementándose nuevas para un mejor resultado.

- **Nombre de la artesanía:** Fajas

Se las puede realizar en distintos tamaños y colores donde se va generando diferentes patrones de figuras pertenecientes a cada cultura, además para la creación existen dos métodos uno de ellos es el tradicional que es todo elaborado a mano y otro mediante telares.

Tabla 15

Valoración – producto fajas

Características	Puntaje			
	Nada importante 0 - 24	Casi importante 25 - 49	Importante 50 - 74	Muy importante 75 - 100
Saberes transmitidos de generación en generación			x	
Cumple prácticas culturales				x
Utiliza técnicas ancestrales			x	
Preserva el conocimiento				x
Pone en valor la práctica cultural				x

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: Cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado fajas, ingresa a la guía turística.

- **Nombre de la artesanía:** Tambores

Se los puede realizar de varios colores y tamaños, para la confección de los mismos se utiliza el cuero de chivo o de ganado, estos por lo general son usados en carnaval y sus precios son variados de acuerdo al tamaño y al material con el que son confeccionados.

Tabla 16

Valoración – producto tambores

		Nada importante	Casi importante	Importante	Muy importante
Puntaje		0 - 24	25 - 49	50 - 74	75 - 100
Características					
Saberes transmitidos de generación en generación		x			
Cumple prácticas culturales			x		
Utiliza técnicas ancestrales		x			
Preserva el conocimiento			x		
Pone en valor la práctica cultural		x			

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: No cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado tambores, no ingresa a la guía turística, dado que, en la actualidad se han ido implementando nuevos productos acorde a las necesidades presentadas por la demanda.

PLAZA ARTESANAL ALFARO

- **Nombre de la artesanía:** Figuras elaboradas a base de hojas de choclo

Para la elaboración de este tipo de figuras es utilizado como materia prima las hojas de choclo, las mismas que, pasan por un proceso, donde son teñidas de diferentes colores y listas para poder crear figuras llamativas de todo tipo.

Tabla 17

Valoración – producto figuras con hojas

		Nada importante	Casi importante	Importante	Muy importante
Puntaje		0 - 24	25 - 49	50 - 74	75 - 100
Características					
Saberes transmitidos de generación en generación				x	
Cumple prácticas culturales					x
Utiliza técnicas ancestrales				x	
Preserva el conocimiento				x	
Pone en valor la práctica cultural				x	

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: No cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado figuras elaboradas a base de hojas de choclo, no ingresa a la guía turística, dado que, hoy en día se han ido implementando diversos tipos de materiales con los cuales los hábiles artesanos

pueden trabajar en la elaboración de sus productos dejando de lado la esencia de la práctica cultural.

- **Nombre de la artesanía:** Bisutería a base de semillas

Como materia prima son utilizadas las semillas de diferentes plantas frutales las mismas que pasan por un proceso para posterior a ello iniciar con el proceso de creación de bisutería.

Tabla 18

Valoración -producto bisutería

Características	Puntaje			
	Nada importante 0 - 24	Casi importante 25 - 49	Importante 50 - 74	Muy importante 75 - 100
Saberes transmitidos de generación en generación				x
Cumple prácticas culturales			x	
Utiliza técnicas ancestrales				x
Preserva el conocimiento			x	
Pone en valor la práctica cultural			x	

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: No cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado bisutería a base de semillas no ingresa a la guía turística, dado que, hoy en día se han ido implementando diversos tipos de materiales con los cuales los hábiles artesanos pueden trabajar en la elaboración de sus productos dejando de lado la esencia de la práctica cultural y generando nuevos productos ocupando nuevas técnicas.

- **Nombre de la artesanía:** Nacimientos

Los habitantes de Riobamba son católicos en su gran mayoría es por ello que ellos tratan de mantener la cultura viva y realizar la representación de los nacimientos con distintos tipos de materiales.

Tabla 19

Valoración – producto nacimientos

Características	Puntaje			
	Nada importante 0 - 24	Casi importante 25 - 49	Importante 50 - 74	Muy importante 75 - 100
Saberes transmitidos de generación en generación			x	
Cumple prácticas culturales				x
Utiliza técnicas ancestrales				x
Preserva el conocimiento				x
Pone en valor la práctica cultural				x

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: Cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado nacimientos, ingresa a la guía turística.

- **Nombre de la artesanía:** Llaveros tejidos

Son pequeños accesorios hechos a mano con hilos de diferentes colores, pueden tener diferentes formas, colores y diseños.

Tabla 20

Valoración – producto llaveros

Características	Puntaje			
	Nada importante 0 - 24	Casi importante 25 - 49	Importante 50 - 74	Muy importante 75 - 100
Saberes transmitidos de generación en generación				x
Cumple prácticas culturales				x
Utiliza técnicas ancestrales				x
Preserva el conocimiento			x	
Pone en valor la práctica cultural				x

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: Cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado llaveros tejidos, ingresa a la guía turística.

SECTOR DE SANTA ROSA

- **Nombre de la artesanía:** Caretas de hojalata

Las caretas están confeccionadas en todos los tamaños y colores, que dependiendo de ello varían los precios.

Tabla 21

Valoración – producto caretas de hojalata

Puntaje	Nada importante 0 - 24	Casi importante 25 - 49	Importante 50 - 74	Muy importante 75 - 100
Características				
Saberes transmitidos de generación en generación				x
Cumple prácticas culturales				x
Utiliza técnicas ancestrales				x
Preserva el conocimiento				x
Pone en valor la práctica cultural				x

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: Cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado caretas de hojalata, ingresa a la guía turística.

- **Nombre de la artesanía:** Trajes de los principales personajes del pase del niño.

Los pases del niño en la ciudad de Riobamba son considerados como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, en donde son participes diferentes personajes como: perros, sachas, curianguines, payasos, vasallos y diablos de lata.

Tabla 22

Valoración – producto trajes de personajes

Características	Puntaje	Nada importante	Casi importante	Importante	Muy importante
		0 - 24	25 - 49	50 - 74	75 - 100
Saberes transmitidos de generación en generación					x
Cumple prácticas culturales				x	
Utiliza técnicas ancestrales					x
Preserva el conocimiento					x
Pone en valor la práctica cultural					x

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: Cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado trajes de los principales personajes del pase del niño, ingresa a la guía turística.

- **Nombre de la artesanía:** Figuras de madera

Se tiene a la disposición varias figuras elaboradas de madera en dónde todo el proceso se realiza a mano teniendo como resultado: porta vasos, llaveros, astas de banderas, juguetes, entre otros.

Tabla 23

Valoración -producto figuras de madera

Características	Puntaje	Nada importante	Casi importante	Importante	Muy importante
		0 - 24	25 - 49	50 - 74	75 - 100
Saberes transmitidos de generación en generación					x
Cumple prácticas culturales					x
Utiliza técnicas ancestrales					x
Preserva el conocimiento					x
Pone en valor la práctica cultural					x

Nota. Valoración de productos, por Ortega (2023)

Decisión: Cumple con el rango establecido, por ende, el producto denominado figuras de madera, ingresa a la guía turística.

6.4.3 Contenido de la propuesta

- Información general sobre la ciudad y sus artesanías.
- Lugares en donde se pueden conseguir productos locales artesanales (oferta)
- Ruta artesanal (paquete turístico)

Figura 1

Portada de la guía turística



Nota. Portada de la guía turística, por Ortega (2023)

6.4.3.1 Información general sobre la ciudad y sus artesanías

Reseña histórica y la relación existente con los productos locales artesanales

Riobamba se destaca como una de las ciudades más importantes en Ecuador, ya que está situada en medio de varios picos nevados, lo cual la hace aún más atractiva para los visitantes que desean disfrutar de la belleza natural de sus paisajes. Además, la presencia de arquitectura neoclásica en algunos edificios y monumentos la convierte en un valioso patrimonio cultural, atrayendo la atención de turistas interesados en la historia y la arquitectura. Con una rica y extensa historia, cultura y tradición, Riobamba se posiciona como un destino turístico ideal para ser explorado.

La destreza de la cultura Puruhá, combinada con las técnicas artesanales importadas de España, se fusionaron en Riobamba para dar origen a una diversidad de artesanías que perduran hasta hoy en la actualidad. Este legado perdura gracias al compromiso y esfuerzo incansable de los hábiles artesanos que día a día les ponen color y corazón a todas sus creaciones, haciendo de esta una hermosa ciudad un destino ideal para ser visitado por turistas nacionales y extranjeros.

Ubicación geográfica de la ciudad de Riobamba.

Riobamba es conocida también con el nombre "La Sultana de los Andes". Al rededor de la ciudad, se encuentran ubicados imponentes nevados como el volcán Chimborazo, el Carihuairazo, el Altar y el Tungurahua.

Es la ciudad de la región interandina con los mejores parques, los más atractivos y muy bien mantenidos. En las fachadas de monumentos y edificios se puede observar arquitectura estilo neoclásico, formando parte de los lugares turísticos de Ecuador.

- **Nombre del sitio:** San Pedro de Riobamba
- **Cantón:** Riobamba
- **Provincia:** Chimborazo
- **Población de Riobamba:** 264.000 habitantes (proyecciones poblacionales INEC, 2020).
- **Superficie:** Tiene un área de 5.637km²
- **Altitud:** A próximamente 2.754 msnm
- **Clima:** 13° C

Figura 2

Mapa de ubicación



Nota. Ubicación geográfica de la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023).

¿Qué es una artesanía?

Las artesanías son productos hechos a mano que generalmente utilizan habilidades y técnicas tradicionales. Se producen individualmente o en pequeñas cantidades, a diferencia de la producción en masa, e incluyen una amplia gama de artículos como decorativos, joyería, textiles, cerámica y esculturas, entre otros.

Estas creaciones suelen reflejar la cultura, tradiciones y habilidades artísticas de una comunidad o región específica. Muchas personas valoran las artesanías por su autenticidad, el proceso manual detrás de su creación y la conexión cultural que representan. Además, las artesanías destacan por su enfoque en la calidad y la singularidad, lo que la diferencia de los productos fabricados en serie.




Materiales que se utilizan para la confección de productos locales artesanales:

Lana de alpaca, cuero, tagua, madera, cerámica, entre otros.

6.4.3.2 Lugares en donde se pueden conseguir productos locales artesanales

Tabla 24




Productos - Plaza Roja

PLAZA ROJA		
LUGAR	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Plaza Roja	La Plaza Roja de Riobamba, también conocida como Plaza de la Concepción, destaca como uno de los lugares más propicios para disfrutar y comprar diversas artesanías ofrecidas por los productores locales. Además, en este lugar se pueden apreciar vestimentas tradicionales de los pueblos andinos que forman parte de la cultura puruhá.	
PRODUCTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	DETALLES	FOTOGRAFÍA
Shigra	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanía propia de la cultura puruhá. • Se las realiza de varios colores y diferentes figuras. • Su precio va desde los \$15.00 hacia adelante de acuerdo al tamaño. • 100% tejida a mano 	
Fajas	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanía propia de las culturas del Ecuador • Se las realiza de varios colores y diferentes figuras. • Su precio va desde los \$8.00 hacia adelante de acuerdo al material con el que está realizada. • Tejida a mano o en telares. 	

Nota. Productos – Plaza Roja, por Ortega (2023).

Tabla 25




Productos - Plaza Artesanal Alfaro

PLAZA ARTESANAL ALFARO		
LUGAR	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Plaza Artesanal Alfaro	En la Estación del Tren de Riobamba se encuentra este sitio emblemático que se ha transformado en un espacio dedicado a los emprendimientos. Aquí, hay varios puestos donde se pueden apreciar todos los productos elaborados por las habilidosas manos de los artesanos de Riobamba.	
PRODUCTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	DETALLES	FOTOGRAFÍA
Nacimientos	<ul style="list-style-type: none"> •Representación propia del catolicismo. •Se los realiza con varios tipos de materiales como: textiles, huesos, palitos de fósforo, entre otros. •Sus precios van desde \$6.00 hacia adelante de acuerdo al material y la complejidad del mismo. •Realizado a mano 	
Llaveros tejidos	<ul style="list-style-type: none"> •Representación autóctona de los personajes ícono del Ecuador. •Son realizados con hilos de diferentes colores. •Sus precios van variando de acuerdo a la complejidad de la figura. •Se lo realiza a mano. 	

Productos – Plaza Artesanal Alfaro, por Ortega (2023).

Tabla 26

Productos - Sector de Santa Rosa

SECTOR DE SANTA ROSA		
LUGAR	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Sector de Santa Rosa	Gracias al arduo trabajo y la dedicación de muchos artesanos talentosos, este vecindario de Riobamba se distingue como uno de los más activos. Aquí, se pueden descubrir una variedad de artesanías hechas de madera, hojalata y trajes tradicionales de los personajes principales del Pase del Niño. Este lugar es el origen de una de las procesiones católicas más importantes de la Sierra Central: la celebración del Pase del Niño Rey de Reyes.	
PRODUCTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	DETALLES	FOTOGRAFÍA
Caretas de hojalata	<ul style="list-style-type: none"> • Representación propia de una de las tradiciones de la ciudad de Riobamba. • Se las realiza con hojalata y se los puede adornar con varios tipos de materiales como: textiles, lentejuelas, cabuya, pintura, entre otros. • Sus precios van desde \$20.00 hacia adelante de acuerdo al tipo de careta. • Se la puede personalizar 	
Trajes de los principales personajes del pase del niño	<ul style="list-style-type: none"> • Representación propia de una de las tradiciones de la ciudad de Riobamba "Pase del niño Rey de Reyes". • Se las realiza con textiles dando un toque único a cada uno de sus trajes de los diferentes personajes. • Se los puede comprar o alquilar. • Sus precios van acordes a las necesidades de la demanda. 	

Figuras de
madera

- Es una de las tradiciones más antiguas de la ciudad de Riobamba.
- Se las realiza con madera
- Se puede realizar diferentes tipos de figuras como, por ejemplo: trompos, llaveros, astas de banderas, carritos, porta vasos, entre muchos otros.
- Se la puede personalizar
- Sus precios van acorde al porte y la complejidad del producto.



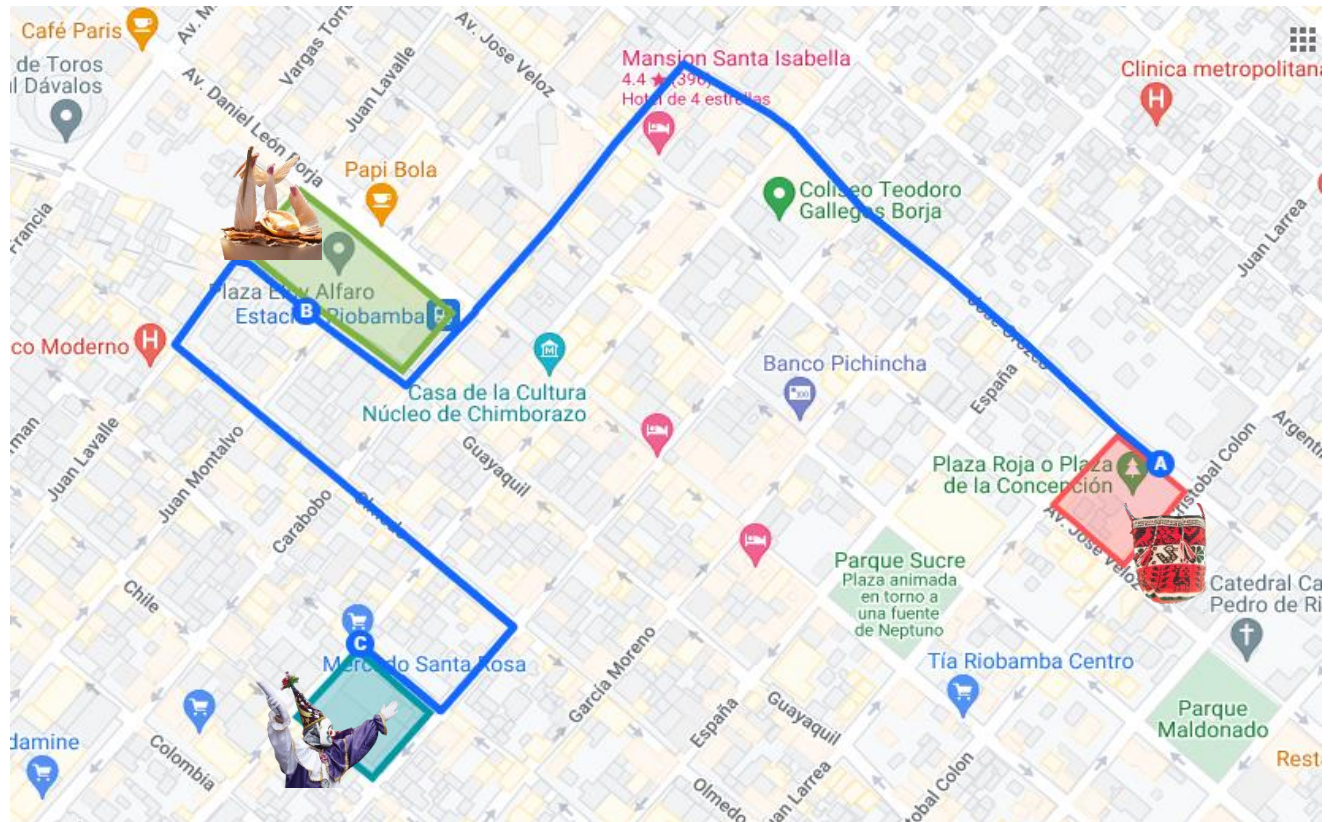
Nota. Productos – Sector Santa Rosa, por Ortega (2023)

6.4.3.3 Ruta artesanal

Mapa del recorrido:

Figura 3

Mapa del recorrido



Nota. Mapa del recorrido, por Ortega (2023).

Leyenda:

Lugar A:  Plaza Roja

Lugar B:  Plaza Artesanal Alfaro

Lugar C:  Sector de Santa Rosa

Descripción de la ruta:

El recorrido va a dar inicio en la PLAZA ROJA en dónde se podrán observar diferentes tipos de artesanías de los diferentes pueblos andinos entre ellos se destacan: wallkas o collares, fajas de diferentes colores y modelos, ponchos de lana, sombreros blancos o denominados también panza de burro, tambores o bombos, entre otros. posteriormente se visitará la PLAZA ARTESANAL ALFARO, dónde encontraremos un alrededor de 16 stands y se podrán observar figuras como: llaveros, personajes típicos del pase del niño elaborados con hojas de choclo, nacimientos elaborados con palitos de fósforo y textiles, collares elaborados a base de semillas, entre otros. Finalmente se visitará el sector de SANTA ROSA en dónde se podrán ver figuras

elaboradas a base de madera, los hojalateros realizan diferentes tipos de figuras, pero las que más se destacan son las caretas del diablo de lata, así como también su chinesco, por otra parte, se podrán observar los diferentes trajes de los personajes del pase del niño los mismos que se los puede alquilar de acuerdo a la ocasión o se los puede adquirir.

Indicaciones generales:

Tabla 27

Indicaciones generales

Horas de duración del recorrido	5 horas
Recorrido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plaza Roja 2. Plaza Artesanal Alfaro 3. Sector de Santa Rosa
Costo individual	\$25.00
Costo por grupo	5 personas = \$100 10 persona = \$225 15 personas= \$ 350
¿Qué se deberá llevar?	<ul style="list-style-type: none"> • Gafas de sol • Protector solar • Ropa cómoda
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 1 helado artesanal (helado de paila con hielo del Chimborazo) • Box lunch (Sándwich de la andaluza, jugo o gaseosa) • Guianza • Recuerdo (llavero) • Transporte
No incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Compra de artesanías • Bebidas extra • Comida

Nota. Indicaciones – ruta artesanal, por Ortega (2023).

Recorrido:

Tabla 28

Recorrido

Hora	Actividad
08:00 am - 08:15 am	Llegada al punto de encuentro (Terminal terrestre)
08:15 am – 08:20 am	Llegada al primer lugar (Plaza Roja)
08:20 am – 09:00 am	<ul style="list-style-type: none">• Indicaciones a los participantes del tour• Recorrido con guianza en toda la Plaza Roja
09:00 am – 09:30 am	<ul style="list-style-type: none">• Compra de artesanías• Retorno al bus
09:30 am – 09:45 am	Llegada al segundo lugar (Plaza Artesanal Alfaro)
09:45 am – 10:30 am	<ul style="list-style-type: none">• Indicaciones a los participantes del tour• Recorrido con guianza en toda la Plaza Artesanal Alfaro
10:30 am – 11:00 am	<ul style="list-style-type: none">• Compra de artesanías• Retorno al bus
11:00 am – 11:15 am	Llegada al tercer lugar (Sector de Santa Rosa)
11:15 am – 11:45 am	<ul style="list-style-type: none">• Indicaciones a los participantes del tour• Recorrido con guianza en todo el sector de Santa Rosa
11:45 am – 12:15 pm	<ul style="list-style-type: none">• Compra de artesanías• Retorno al bus
12:15 pm – 12:30 am	Entrega de box lunch
12:30 am – 12:40 am	Retorno al punto de encuentro (Terminal terrestre)
12:40 am – 13:00 pm	<ul style="list-style-type: none">• Agradecimiento• Entrega de recuerdo (llavero)• Entrega de helado artesanal (helado de paila con hielo del Chimborazo)

Nota. Recorrido – ruta artesanal, por Ortega (2023).

6.4.4 Realizar una página web para ofertar la guía turística

INICIO – PÁGINA PRINCIPAL

Información general sobre producción local artesanal:

Figura 4

Inicio – página principal



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

En esta sección, se presenta la pantalla principal que contiene un breve relato sobre la relación entre la producción local artesanal y la ciudad de Riobamba, la cual se fusionó con las técnicas artesanales importadas de España, dando origen a una amplia gama de artesanías que perduran hasta hoy en la actualidad. Este legado se mantiene vivo gracias al compromiso y esfuerzo incansable de los hábiles artesanos, quienes día a día impregnan a sus creaciones color y corazón. Esto convierte a Riobamba en una hermosa ciudad y en un destino ideal para turistas nacionales y extranjeros. Este relato va acompañado de una imagen que representa uno de los productos realizados mostrando la cultura Puruhá.

Información breve sobre la ciudad de Riobamba:

Figura 5

Información breve de la ciudad de Riobamba



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

En esta sección, se podrá visualizar un resumen informativo sobre la ciudad de Riobamba, ya que es una de las ciudades más destacadas del Ecuador, encontrándose en medio de impresionantes nevados, lo que la vuelve aún más atractiva para los visitantes que buscan disfrutar de la belleza natural de sus paisajes. Además, la presencia de arquitectura neoclásica en varios edificios y monumentos añade un valioso componente al patrimonio cultural de la ciudad, captando la atención de turistas interesados en la historia y la arquitectura.

Riobamba se posiciona como un destino turístico ideal para ser explorado. Por ende, esta sección está diseñada para brindar a los turistas una comprensión clara de la ciudad que están explorando.

ARTESANÍAS – PÁGINA PRINCIPAL

Información sobre ¿Qué son las artesanías?:

Figura 6

¿Qué son las artesanías?



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

En esta sección, se podrá encontrar un pequeño concepto general sobre lo que son las artesanías, ya que, las mismas consisten en productos confeccionados a mano, regularmente por artesanos que poseen diferentes tipos de habilidades en la elaboración de trabajos de manera manual. Estos productos suelen ser únicos o fabricados en pequeñas cantidades, incluyendo una amplia gama de elementos. Representan la creatividad, la cultura y las tradiciones de una comunidad o región específica, y frecuentemente poseen un valor artístico y cultural considerable lo cual muchas de las personas lo siguen valorando hasta hoy en la actualidad.

Información sobre los materiales que se utilizan para la confección de productos locales artesanales:

Figura 7

Materiales



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

En esta sección, se podrá encontrar una lista de los materiales con los que son elaborados los productos locales artesanales, debido a que, pueden ser confeccionados con una amplia variedad de materiales, dependiendo del tipo de artesanía y de las tradiciones culturales de la región. En este caso al hablar de la ciudad de Riobamba se pueden destacar materiales como: cuero, tagua, madera, cerámica, entre otros.

¿EN DÓNDE PODEMOS ENCONTRAR ARTESANÍAS? – PÁGINA PRINCIPAL

Información general sobre la ciudad de Riobamba:

Figura 8

¿En dónde podemos encontrar artesanías?



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

En esta sección, se muestra una breve información con referencia a los lugares más emblemáticos de la ciudad de Riobamba, dónde, se puede encontrar una gran variedad de productos locales artesanales, los mismos que son de gran utilidad para mantener viva la

cultura, el arte y las tradiciones de esta maravillosa ciudad. Entre estos lugares se destacan: la Plaza Roja, la Plaza Artesanal Alfaro y el sector de Santa Rosa.

PLAZA ROJA – SUBPÁGINA

Figura 9

Subpágina - Plaza Roja



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

La Plaza Roja de La Concepción, situada en el centro histórico de Riobamba, comienza su actividad desde muy temprano. Diferentes productores locales artesanales y vendedores de distintas etnias llegan al lugar portando una amplia gama de productos como: rebozos, sombreros, fajas, ponchos, collares y una variedad de coloridas vestimentas.

Este espacio se convierte en el favorito de las familias indígenas que desean adquirir prendas auténticas, manteniendo su esencia original. Además, turistas también se acercan atraídos por la diversidad cultural y los detalles únicos de las prendas disponibles.

PLAZA ARTESANAL ALFARO – SUBPÁGINA

Figura 10

Subpágina - Plaza Artesanal Alfaro



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

La Plaza Artesanal Alfaro, situada en la Estación del Tren de Riobamba, se ha transformado en un centro de emprendimiento.

Es uno de los destinos más populares tanto para visitantes nacionales y extranjeros. Este espacio está compuesto por 16 stands, donde se fabrican una amplia gama de productos utilizando diversos materiales como fibras naturales, fibras vegetales, madera, cerámica y joyas. Se crean y diseñan una gran variedad de artesanías que ofrecen a los visitantes la oportunidad de llevar consigo un recuerdo de su experiencia en la ciudad de Riobamba.

SECTOR DE SANTA ROSA – SUBPÁGINA

Figura 11

Subpágina - Sector de Santa Rosa



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

En esta sección se podrá observar información sobre el sector de Santa Rosa, ya que, es uno de los lugares más icónicos de Riobamba, gracias al esfuerzo y dedicación de numerosos artesanos talentosos.

Es reconocido por albergar una de las procesiones católicas más destacadas de toda la región central de la Sierra: el desfile del Niño Rey de Reyes. Este barrio, arraigado en la tradición, lleva el nombre de la imagen de Santa Rosa de Lima. Su extensión va desde la calle Carabobo hasta la calle Pichincha, y desde la calle Villaroel hasta la calle Guayaquil. En Santa Rosa persisten artesanías importantes como la hojalatería, el bordado y la confección de trajes típicos, reflejando así la herencia cultural y la actividad laboral arraigada en este sector.

RUTA ARTESANAL – PÁGINA PRINCIPAL

Información sobre la ruta artesanal:

Figura 12

Subpágina - Ruta artesanal



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

En esta sección se encontrará el diseño de una ruta artesanal, la misma que incluye los tres puntos de interés, donde los visitantes pueden experimentar y comprar artesanías locales. En esta ruta se incluye:

La Plaza Roja: Se podrá encontrar una variedad de artesanías indígenas como rebozos, sombreros, fajas, ponchos y collares.

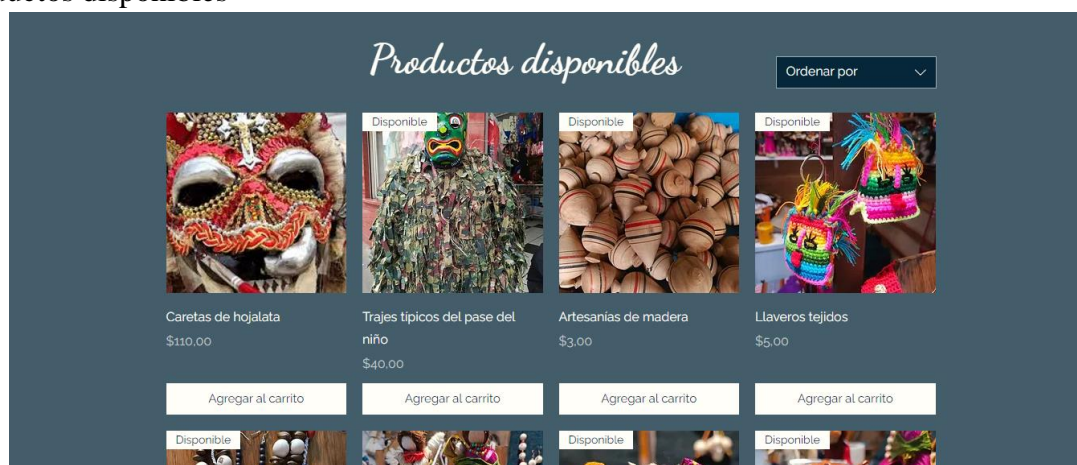
Plaza Artesanal Alfaro: Se podrá encontrar centro de emprendimientos artesanales con 16 stands que ofrecen productos elaborados con diferentes materiales como fibras naturales, madera, cerámica y joyas.

Barrio Santa Rosa: Este barrio tradicional es conocido por ser el hogar de hábiles artesanos y por albergar la procesión católica del Niño Rey de Reyes. Aquí se podrá encontrar talleres donde se conservan oficios como la hojalatería, el bordado y la confección de trajes tradicionales.

PRODUCTOS – PÁGINA PRINCIPAL

Figura 13

Productos disponibles



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

En este apartado se podrá visualizar una tienda online con varios productos locales artesanales, ya que, Riobamba al ser una ciudad rica en tradiciones y cultura, se podrá

encontrar una amplia variedad de productos ofertados, que reflejan la diversidad de la región y el talento de sus artesanos.

Algunos de los productos más destacados incluyen:

Tejidos de lana: Riobamba es conocida por sus tejidos de lana de alta calidad. Los artesanos locales producen una variedad de prendas como ponchos, chales, bufandas y gorros, con diseños tradicionales y colores vibrantes.

Artesanías en madera: Los artesanos de Riobamba trabajan la madera para crear una variedad de productos, desde esculturas y tallados hasta muebles y utensilios de cocina. Las piezas suelen estar decoradas con motivos indígenas o religiosos.

Joyas: Los orfebres de Riobamba elaboran joyas únicas utilizando metales preciosos como oro y plata, así como piedras semipreciosas e incluso semillas. Los diseños suelen estar inspirados en la naturaleza y la cultura local.

Entre otro tipo de artículos.

Enlace de acceso de la página web:

<https://riobambaproduccion.wixsite.com/producci-n-local-art>

Código QR de la página web:

Figura 14

Código QR: Página web



Nota. Adaptado diseño de una página web de la producción local artesanal en la ciudad de Riobamba, por Ortega (2023)

BIBLIOGRAFÍA

- Fernández fernández , j. L. (31 de enero de 2022). El turismo sostenible en españa: análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad de zaragoza y barcelona. *Rotur*, 14, 95-97. Doi: <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.1.5942>
- Agencia estatal boletín oficial del estado. (2020). Diccionario panhispánico del español jurídico. Obtenido de <https://www.boe.es/eli/es-mc/l/2013/12/20/12/con>
- Aguilar, j., & flores, r. (2019). Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n4/e3.html>
- Aguilar, juan; flores, ruth ; flores, ivette ;. (s.f.).
- Arteaga, j. (2015). Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/653/1/unesum-ecu-ecot-2015-44.pdf>
- Azkue, i. D. (08 de marzo de 2023). Enciclopedia humanidades. Obtenido de <https://humanidades.com/organizaciones/>
- Babativa, c. (2017). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://core.ac.uk/download/pdf/326424046.pdf>
- Boe, agencia estatal boletín oficial del estado. (2020). Diccionario prehispánico del español jurídico. Obtenido de <https://www.boe.es/eli/es-mc/l/2013/12/20/12/con>
- Campos, x. (2018). Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/12464535/>
- Castro calderon , j. L. (2022). Dspace.utb.edu.ec. Recuperado el 25 de julio de 2022, de dspace.utb.edu.ec: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12107/e-utb-fcjse-hturis-000358.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Coll, f. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>
- Driessnack, m., & costa, i. (junio de 2007). Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rlae/a/7zmf8xypc67vgprxvrvfgdx/?lang=es#:~:text=dise%c3%b1os%20no%20experimentales%20no%20tienen,realizar%20este%20tipo%20de%20estudio.>
- Entorno turístico. (27 de 01 de 2016). Entorno turístico. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/explandict/actividades-turisticas/>
- García, a. (03 de diciembre de 2016). Telos. Revista de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- Goraymi. (sf). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/chimborazo/riobamba/ciudades/riobamba-turismo-a4fe9bb83>
- Guevara, g., verdesoto, a., & castro, n. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173.
- Hernández sampieri, r., fernández collado, c., & baptista lucio, p. (2014). Metodología de la investigación (sexta ed.). Mexico, mexico d.f, mexico: interamericana editores, s.a. Recuperado el 25 de julio de 2022
- International recommendations for tourism statistics (irts). (2008). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf
- Irausquín, c., colina, j., moreno, d., & marín, f. (2018). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.redalyc.org/pdf/904/90453464007.pdf>
- Lizano, l. (diciembre de 2007). Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1288/1/87976.pdf>
- Logreira, c. (2021). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/f6f4f86c-2ba9-4f64-b45f-34dbdcb36c08/content>

- López, j. (2019). <https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>.
- Marroquín, r. (2013). Confiabilidad y validez de instrumentos de investigación. Lurigancho-chosica: universidad nacional de educación Enrique Guzmán y Valle. Obtenido de <https://www.une.edu.pe/titulacion/2013/exposicion/sesion-4-confiabilidad%20y%20validez%20de%20instrumentos%20de%20investigacion.pdf>
- Martínez, s. (sf). Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/distribucion-de-las-instalaciones-y-capacidad-productiva-en-la-empresa/>
- Martínez, s. (sf). Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/distribucion-de-las-instalaciones-y-capacidad-productiva-en-la-empresa/>
- Mazurek, h. (2009). Instrumentos metodológicos de investigación social. Marseille: ird éditions.
- Méndez, c. (2012). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. México : limusa s.a. Obtenido de <http://florfanysantacruz.blogspot.com/2015/09/justificacion-de-la-investigacion.html>
- Mendoza, c. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: mcgraw-hill interamericana editores, s.a de c.v.
- Mintur. (18 de febrero de 2016). Reglamento de alojamiento turístico. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/reglamento-de-alojamiento-turistico.pdf>
- Molina, e., hinojoza, y., & medina, d. (27 de diciembre de 2019). La segmentación de los residentes de las parroquias rurales de Quito, enfocada a las actividades de ocio y turismo (ociotipos). Turydes: turismo y desarrollo, 12(27). Recuperado el 25 de julio de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7746116.pdf>
- Morales, j. (14 de 02 de 2023). Obtenido de <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/importancia-de-las-empresas-turisticas-en-la-economia/>
- Muñoz, c., & navarrete, m. (2021). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8339991.pdf>
- Navicelli, v. (2022). Obtenido de <https://definicion.com/practica/>
- Omt. (1994). Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/introduccion-al-turismo-omt.pdf>
- Onu turismo. (2018). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Ortega, m., & morales, m. (junio de 2013). Delos. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/delos/17/alimentos.html#:~:text=la%20producci%3b3n%20local%20hace%20referencia,y%20servicios%20con%20recursos%20propios.>
- Otzen, t., & manterola, c. (2017). Scielo. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pilaguano tipán, j. C., & vergara narváez, a. N. (16 de marzo de 2022). Repositorio.utc.edu.ec. Recuperado el 22 de julio de 2022, de <repositorio.utc.edu.ec>: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8585/1/pc-002198.pdf>
- Porto, j., & gardey, a. (2022). Obtenido de <https://definicion.de/agrupacion/>
- Prehispánico, d. (2023). Diccionario panhispánico del español jurídico. Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/actividad>
- Prehispánico, d. (2023). Diccionario panhispánico del español jurídico. Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/actividad>
- Ramírez, a. (2017). Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1906/1/construccion%20de%20objetivos.pdf>

- Ramírez, c. (sf). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/servicios-tur% c3% adsticos.pdf
- Rendón & forero, j. &. (15 de mayo de 2014). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0120-63462014000100004
- Rendón, j., & forero, j. (14 de mayo de 2014). Scielo. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0120-63462014000100004
- Rocha, j. (2016). Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/5227/1/02%20ief%20133%20tesis.pdf>
- Rodó, p. (06 de agosto de 2019). Obtenido de economipedia
- Roldán, p. (2024). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/organizacion.html>
- Rus, e. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-correlacional.html>
- Rus, e. (2020). Investigación de campo. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Sampieri, r., collado, c., & lucio, p. (2003). Obtenido de <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/hernandez-sampieri-cap-1.pdf>
- Sánchez, j. (01 de marzo de 2020). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Sánchez, j. (01 de marzo de 2020). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Sánchez, j. (2023). Obtenido de <https://conceptualista.com/vivencia/>
- Secretaría de turismo de México. (2010). Serie de documentos técnicos de competitividad: identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios. Obtenido de <https://gestiondedestinos.files.wordpress.com/2011/11/fasciculo81.pdf>
- Serrano amado, a., & cazares, i. (22 de abril de 2019). La sostenibilidad factor determinante para el turismo en Colombia. Espacios, 40(13), 12. Recuperado el 25 de julio de 2022, de espacios: bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/6559/a19v40n13p12.pdf?sequence=1&isallowed=y
- Sistema nacional de inversiones (SNI). (2021). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://sni.gob.cl/storage/docs/metodologia_para_proyectos_de_instalaciones_turisticas.pdf
- Tancara, c. (2011). La investigación documental. Scielo, 91-106.
- Thompson, i. (2019). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Ucha, f. (2010). Obtenido de <https://significado.com/tarea/>
- Vera, l. (2020). La investigación cualitativa. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/velez_vera_investigacion_cualitativa_pdf.pdf
- Westreicher, g. (05 de febrero de 2017). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>

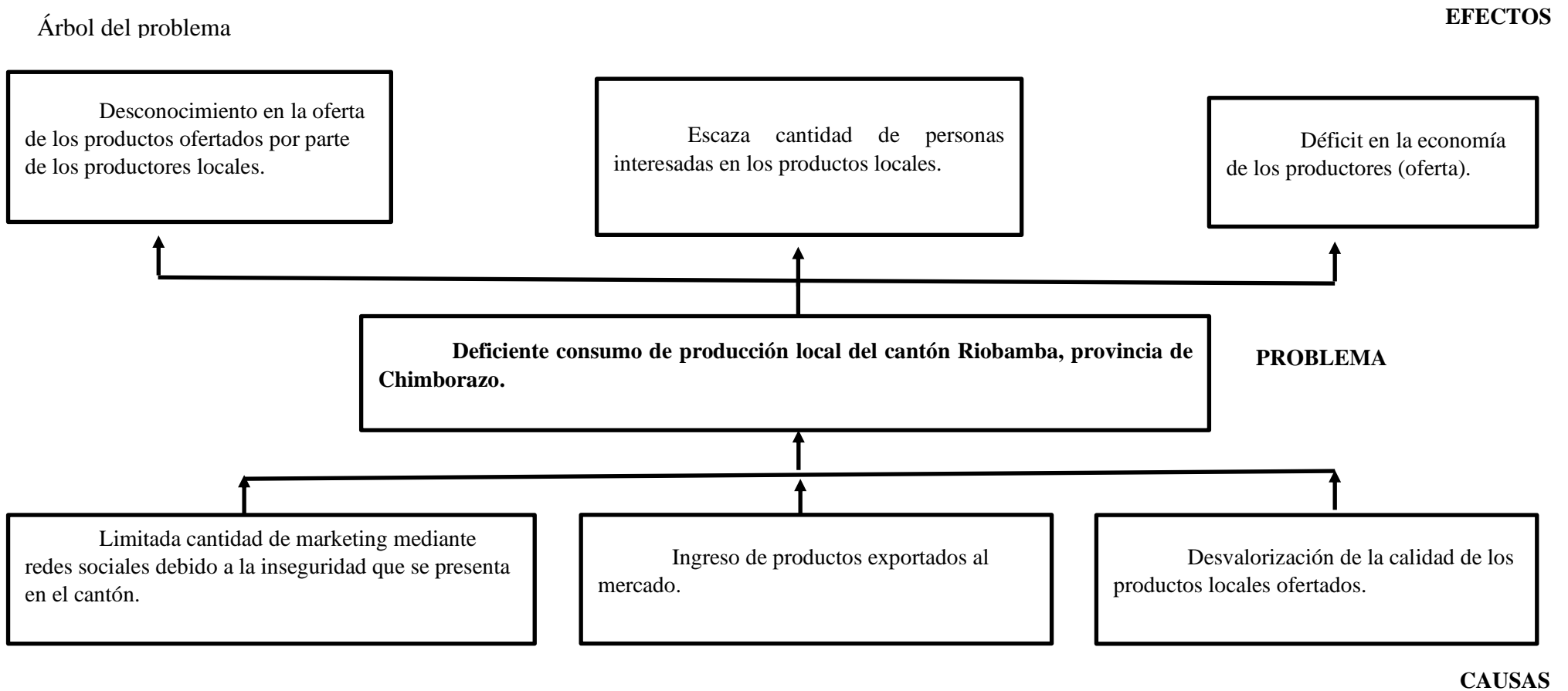
ANEXOS

Anexo 1. Árbol del problema

TEMA: Establecimientos turísticos y consumo de la producción local del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

Tabla 29

Árbol del problema



Elaborador por: Ortega, D. (2023)

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 30

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES O CATEGORIAS	DEFINICIÓN	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
Variable Independiente					
Establecimientos turísticos	“Se les denomina establecimientos turísticos, a los efectos de esta ley, los locales o <u>instalaciones</u> abiertos al público en general y acondicionados de conformidad con la normativa en cada caso aplicable, en los que las <u>empresas</u> turísticas desarrollan sus <u>actividades</u> o prestan al público alguno de sus servicios” (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2020).	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones • Empresas • Actividades 	<p>“Las instalaciones no solo son el <u>espacio físico</u> donde se localiza, sino también el <u>lugar</u> donde se desenvuelve y se lleva a cabo el <u>proceso productivo</u> de la misma” (Martínez, Gestipolis, sf).</p> <p>Una empresa es “una <u>organización</u> de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el <u>desarrollo</u> de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de <u>objetivos</u> marcados en su formación” (Sánchez, Economipedia, 2020).</p> <p>“Conjunto de <u>operaciones</u> o <u>tareas</u> propias de una persona o entidad. Es relevante la calificación de la actividad de que se trate (agraria, artística, económica, laboral, etc.) a efectos tributarios y de los requisitos necesarios para su ejercicio o <u>práctica</u>” (Prehipánico, 2023).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio físico • Lugar • Proceso productivo • Organización • Desarrollo • Objetivos • Operaciones • Tareas • Práctica 	<p>MÉTODO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deductivo • Inductivo • Hipotético-deductivo • Analítico <p>TÉCNICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas <p>INSTRUMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionarios
Variable Dependiente					

<p>Producción local</p>	<p>La producción local es definida como “estructuras o modos de <u>organización</u> empresariales orientados a la producción y <u>comercialización</u> de un determinado bien o <u>servicio</u>” (Rendón & Forero, 2014).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Comercialización • Servicio 	<p>Una organización es “una <u>agrupación</u> de personas que trabajan de manera <u>coordinada</u> para alcanzar un <u>objetivo</u> particular” (Azkue, 2023).</p> <p>La comercialización es “el conjunto de <u>actividades</u> desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el <u>producto</u> llegue finalmente al <u>consumidor</u>” (Westreicher, 2017).</p> <p>El servicio consiste en “el conjunto de <u>vivencias</u> resultado del contacto entre la <u>organización</u> y el <u>cliente</u>, por lo que se considera la mejor manera de generar una relación adecuada, de la cual dependen su supervivencia y éxito” (García, 2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agrupación • Coordinada • Objetivo • Actividades • Producto • Consumidor • Vivencias • Organización • Cliente 	<p>MÉTODO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deductivo • Inductivo • Hipotético-deductivo • Analítico <p>TÉCNICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas <p>INSTRUMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionarios
--------------------------------	---	--	---	---	--

Elaborador por: Ortega, D. (2023)

Anexo 3. Matriz de consistencia

Tabla 31

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES/DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
<p>GENERAL ¿Cómo se relacionan los establecimientos turísticos con el consumo de la producción local en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?</p>	<p>GENERAL Analizar la relación de los establecimientos turísticos con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.</p>	<p>GENERAL Existe relación con los establecimientos turísticos y el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE (V1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos turísticos <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones • Empresas • Actividades 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación Documental • Investigación Descriptiva • Investigación Correlacional • Investigación de Campo <p>DISEÑO DE A INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental • Transversal <p>TIPO DE ENFOQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque mixto 	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE (V1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos turísticos <p>MUESTRA</p> <ul style="list-style-type: none"> • El personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos turísticos.
<p>ESPECÍFICOS ¿Cómo se relacionan las instalaciones con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?</p>	<p>ESPECÍFICOS Establecer la relación de las instalaciones con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.</p>	<p>ESPECÍFICOS Existe relación de las instalaciones con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE (V2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción local <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organización • Comercialización • Servicio 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación Documental • Investigación Descriptiva • Investigación Correlacional • Investigación de Campo 	<p>VARIABLE DEPENDIENTE (V2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción local <p>MUESTRA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productores locales artesanales de Riobamba.

				DISEÑO DE A INVESTIGACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • No experimental • Transversal TIPO DE ENFOQUE <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque mixto 	
¿Cómo se relacionan las empresas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?	Establecer la relación de las empresas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	Existe relación de las empresas con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.			
¿Cómo se relacionan las actividades con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?	Establecer la relación de las actividades con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	Existe relación de las actividades con el consumo de la producción local del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.			

Elaborado por: Ortega, D. (2023)

Anexo 4: Instrumentos de evaluación variable independiente



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

Cuestionario dirigido al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

FECHA DE LA ENCUESTA: ___/___/____ **FORMULARIO N°** ___

NOMBRE DE LA ENCUESTADORA: Daisy Jeraldly Ortega Conde

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Obtener información relevante del personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES Y CONFIABILIDAD

1. La encuesta es de carácter anónimo por ende los datos obtenidos serán confidenciales.
2. Lea detenidamente cada uno de los ítems y marque con una X en dónde crea conveniente.
3. Valore cada uno de los ítems. Según la siguiente escala en dónde:
1 = Nada importante, 2 = Poco importante, 3 = Medianamente importante, 4 = Importante, 5 = Muy importante

INFORMACIÓN GENERAL

1. Género

Femenino	
Masculino	
Otro	

1. Edad

20-29	
30- 39	
40- 49	
50- 59	
Más de 60	

2. Nivel de instrucción

Primaria	
Secundaria	
Superior no universitaria	
Superior universitaria	
Posgrado	

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Variable Independiente: Establecimientos turísticos

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
		Nada importante	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
Valore el nivel de importancia de cada uno de los parámetros.						
INSTALACIONES						
1	Como considera al espacio físico en donde se encuentran los establecimientos turísticos.					
2	Según su criterio, el fácil acceso al lugar en donde se encuentran ubicadas las instalaciones del establecimiento turístico es.					
3	Como considera a las instalaciones que cuentan con un proceso productivo (acciones que una empresa debe realizar con el fin de ofrecer un bien) para su funcionamiento.					
EMPRESAS						
4	Según su criterio, la organización de la empresa de los establecimientos turísticos es.					
5	Como considera el desarrollo turístico de la empresa es apto para un buen funcionamiento.					
6	Según su perspectiva, el definir objetivos para el funcionamiento adecuado de la empresa es.					
ACTIVIDADES						
7	Las operaciones turísticas (roles y funciones, los cuales tienen como objetivo proporcionar la mejor experiencia a sus clientes) para el desarrollo de las actividades que se ejecutan dentro del establecimiento turístico es.					
8	Determine el nivel de importancia de las tareas que se desarrollan dentro del establecimiento turístico.					
9	Como considera la buena práctica de las actividades en los establecimientos turísticos.					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 5: Instrumentos de evaluación variable dependiente



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

ENCUESTA

Cuestionario dirigido a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

FECHA DE LA ENCUESTA: ___/___/____ **FORMULARIO N°** ___

NOMBRE DE LA ENCUESTADORA: Daisy Jeraldly Ortega Conde

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Obtener información relevante de los productores locales artesanales del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES Y CONFIABILIDAD

1. La encuesta es de carácter anónimo por ende los datos obtenidos serán confidenciales.
2. Lea detenidamente cada uno de los ítems y marque con una X en dónde crea conveniente.
3. Valore cada uno de los ítems. Según la siguiente escala en dónde:

1 = Nada importante, 2 = Poco importante, 3 = Medianamente importante, 4 = Importante, 5 = Muy importante

INFORMACIÓN GENERAL

1. Género

Femenino	
Masculino	
Otro	

2. Edad

20-29	
30- 39	
40- 49	
50- 59	
Más de 60	

3. Nivel de instrucción

Primaria	
Secundaria	
Superior no universitaria	
Superior universitaria	
Posgrado	

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Variable Independiente: Producción local

N°	ÍTEMS	1	2	3	4	5
		Nada importante	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy Importante
Valore el nivel de importancia de cada uno de los parámetros.						
ORGANIZACIÓN						
1	Como considera usted que la agrupación de productores locales para una buena organización.					
2	Como considera una organización coordinada para el desarrollo de la producción local.					
3	Como considera el planteamiento de objetivos en la organización para los productores locales.					
COMERCIALIZACIÓN						
4	Como considera a las actividades desarrolladas para la comercialización del producto tales como ferias, exposiciones, entre otras.					
5	Como considera la comercialización de productos locales en los establecimientos turísticos.					
6	Según su perspectiva el satisfacer al consumidor a través de la comercialización de productos locales es.					
SERVICIO						
7	Las experiencias y/o vivencias que generan brindar un servicio es.					
8	la organización de la producción local al momento de brindar un servicio es.					
9	Como considera a los clientes al momento de poder brindar sus servicios.					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 6: Resultados de las encuestas aplicadas variable independiente

Resultados de las encuestas aplicadas – Variable Independiente

INFORMACIÓN GENERAL

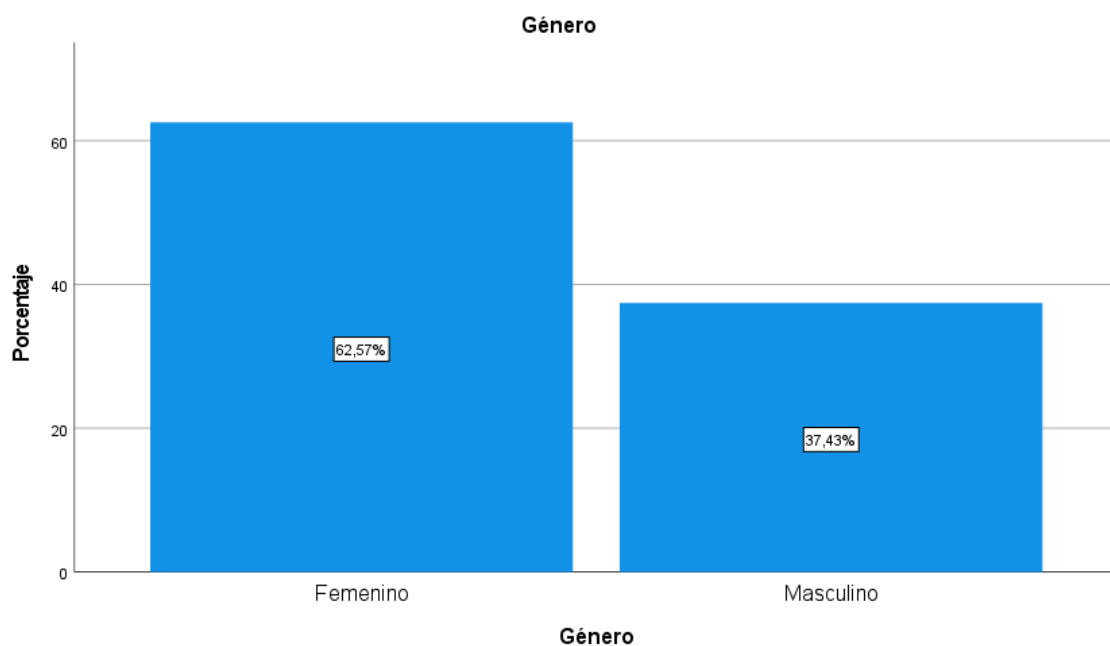
Tabla 32

Género

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	117	58,5	62,6	62,6
	Masculino	70	35,0	37,4	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 15 Género



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

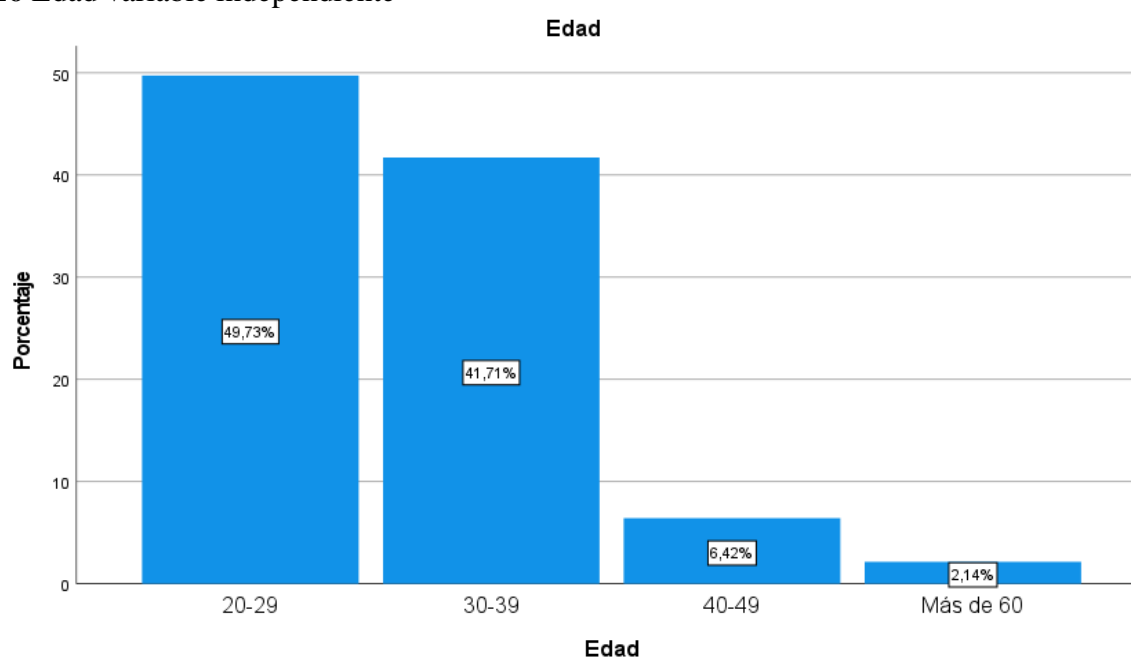
De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se observa que el 62% corresponde al género femenino mientras que el 37% al género masculino. Se concluye el valor más alto corresponde al género femenino con el 62%.

Tabla 33

Edad variable independiente

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-29	93	46,5	49,7	49,7
	30-39	78	39,0	41,7	91,4
	40-49	12	6,0	6,4	97,9
	Más de 60	4	2,0	2,1	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 16 Edad variable independiente

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

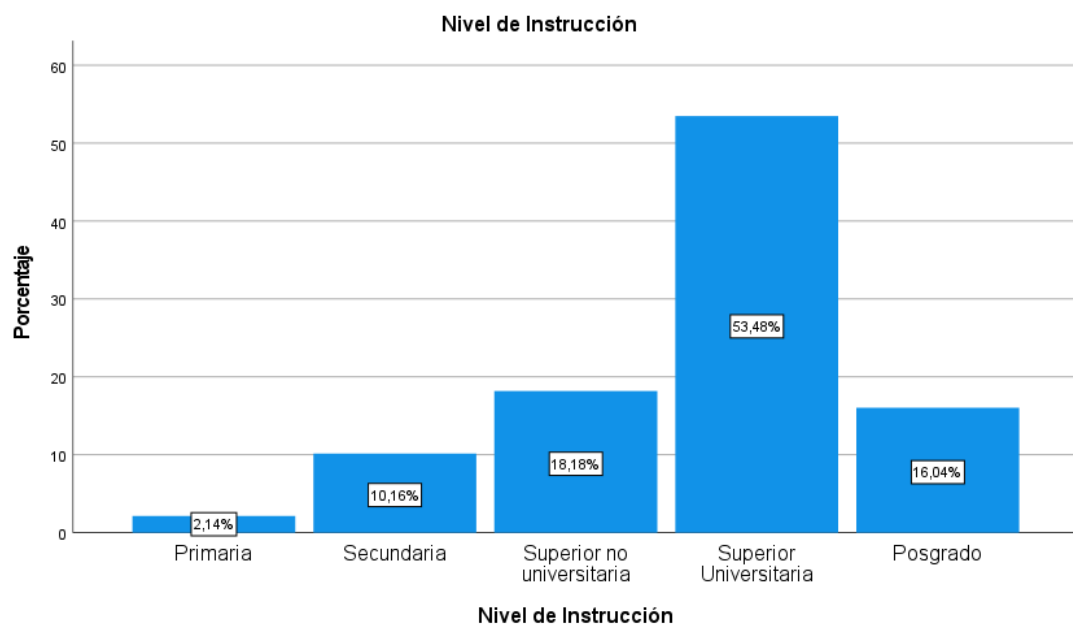
De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se observa que el 49% le corresponde al rango de edad de 20-29, seguido del 41% con el rango de 30-39, posterior el 6% le corresponde al rango de 40-49 finalmente el 2% pertenece al rango de más de 60 años de edad. Se concluye que el valor más alto corresponde al rango de edad de 20-29 años con el 49%.

Tabla 34

Nivel de instrucción variable independiente

		Nivel de Instrucción			
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Primaria	4	2,0	2,1	2,1
	Secundaria	19	9,5	10,2	12,3
	Superior no universitaria	34	17,0	18,2	30,5
	Superior Universitaria	100	50,0	53,5	84,0
	Posgrado	30	15,0	16,0	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 17 Nivel de instrucción variable independiente

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se observa que el 2% tiene un nivel en primaria, el 10% en secundaria, el 18% le pertenece a superior no universitaria, el 53% a superior universitaria, finalmente el 16% le pertenece a posgrado en donde se llega a concluir que el 53% de personas que laboran en este tipo de establecimientos tiene una instrucción superior universitaria.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. Como considera al espacio físico en donde se encuentran los establecimientos turísticos.

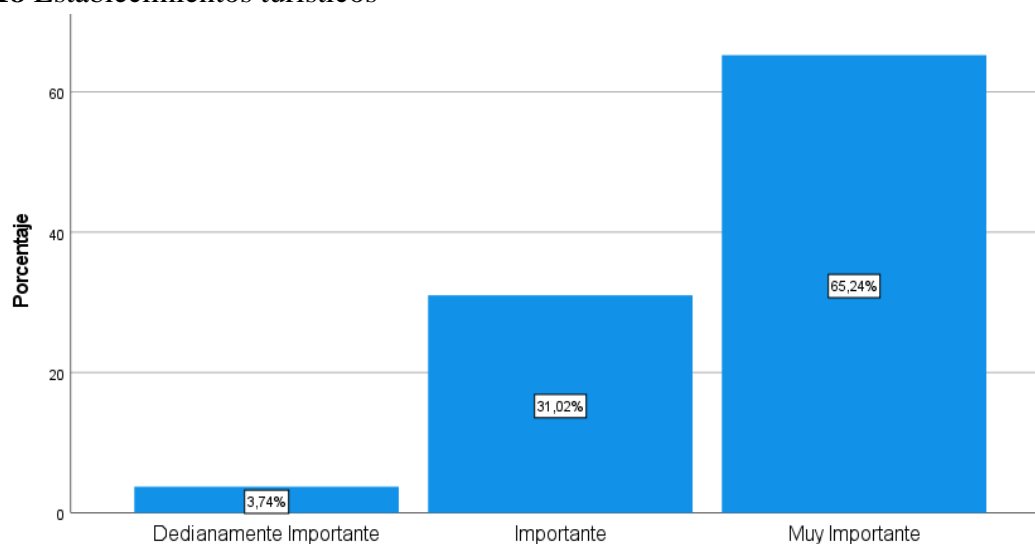
Tabla 35

Establecimientos turísticos variable independiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente Importante	7	3,5	3,7	3,7
	Importante	58	29,0	31,0	34,8
	Muy Importante	122	61,0	65,2	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 18 Establecimientos turísticos



Como considera al espacio físico en donde se encuentran los establecimientos turísticos.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba considera al espacio físico en donde se encuentran los establecimientos turísticos medianamente importante con el 3%, mientras que el 31% afirma que es importante, finalmente el 65% lo considera muy importante. Por tanto, el valor más alto corresponde al 65% equivalente a muy importante puesto que el espacio físico en donde se encuentran los establecimientos turísticos juega un rol sumamente importante facilitando a la demanda el poder adquirir el servicio brindado por la oferta.

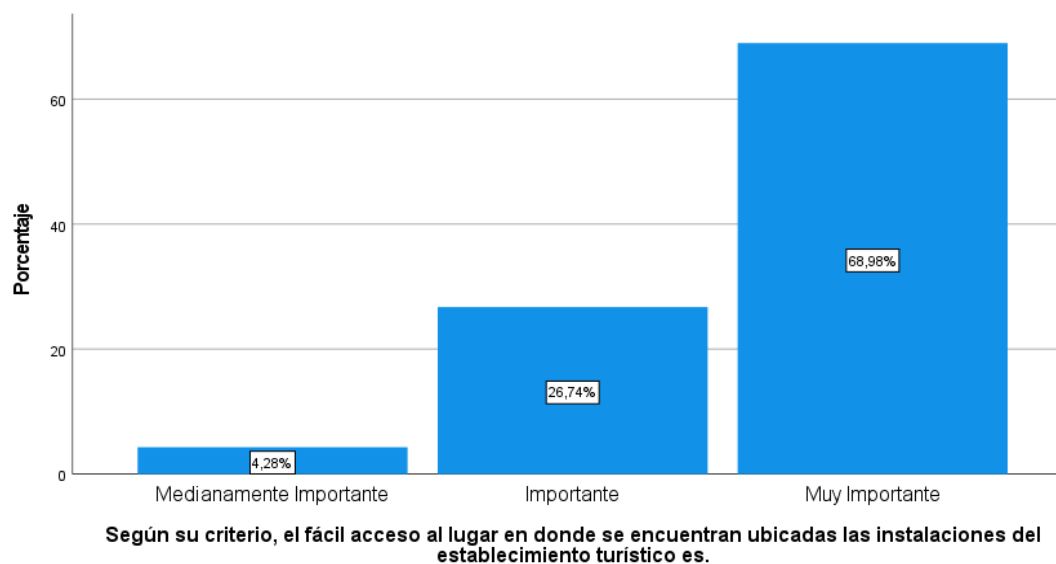
2. Según su criterio, el fácil acceso al lugar en donde se encuentran ubicadas las instalaciones del establecimiento turístico es.

Tabla 36
Instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente Importante	8	4,0	4,3	4,3
	Importante	50	25,0	26,7	31,0
	Muy Importante	129	64,5	69,0	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 19 Instalaciones



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha determinado que el 4% de personas encuestadas consideran que es medianamente importante, mientras que el 26% afirma que es importante, finalmente el 68% considera que es muy importante el fácil acceso al lugar en donde se encuentran ubicadas las instalaciones del establecimiento turístico. Por lo tanto, se concluye que el 68% considera muy importante el fácil acceso a las diferentes instalaciones de los establecimientos turísticos, dado que esto les beneficia a las personas que desean adquirir el producto ofertado por parte de la demanda, facilitando el acceso a los diferentes tipos de establecimientos de índole turístico.

3. Como considera a las instalaciones que cuentan con un proceso productivo (acciones que una empresa debe realizar con el fin de ofrecer un bien) para su funcionamiento.

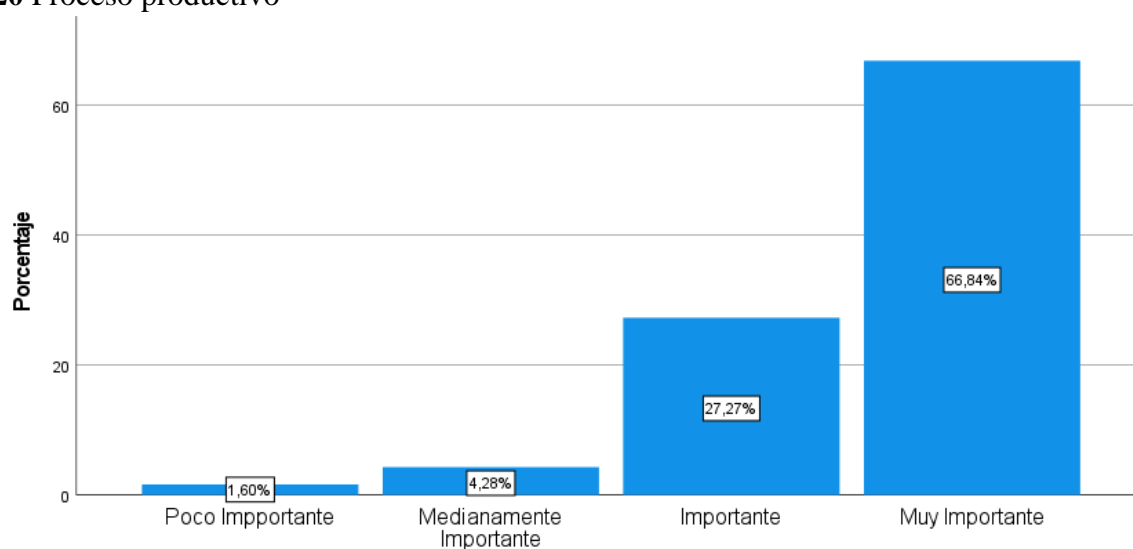
Tabla 37

Proceso productivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco Importante	3	1,5	1,6	1,6
	Medianamente Importante	8	4,0	4,3	5,9
	Importante	51	25,5	27,3	33,2
	Muy Importante	125	62,5	66,8	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 20 Proceso productivo



Como considera a las instalaciones que cuentan con un proceso productivo (acciones que una empresa debe realizar con el fin de ofrecer un bien) para su funcionamiento.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado evaluar el cómo se considera a las instalaciones que cuentan con un proceso productivo para su funcionamiento en donde el 1% ha mencionado que es poco importante, mientras que el 4% afirma que es medianamente importante, por otro lado el 27% ha dicho que es importante, finalmente el 66% considera que es muy importante. De esta manera se llega a concluir que el 68% de personal encuestado expresa que las instalaciones que cuentan con un proceso productivo son muy importantes, porque permiten mejorar el funcionamiento del establecimiento turístico.

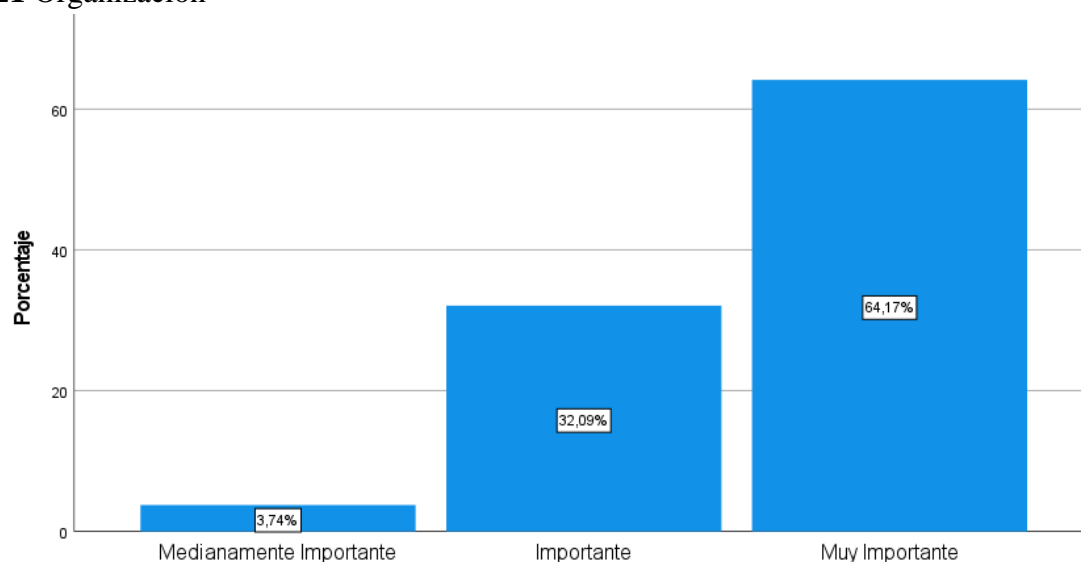
4. Según su criterio, la organización de la empresa de los establecimientos turísticos es.

Tabla 38
Organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente Importante	7	3,5	3,7	3,7
	Importante	60	30,0	32,1	35,8
	Muy Importante	120	60,0	64,2	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 21 Organización



Según su criterio, la organización de la empresa de los establecimientos turísticos es.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba consideran que la organización de las empresas de los establecimientos turísticos es en un 3% medianamente importante, el 32% importante, mientras que finalmente el 64% afirma que esto es muy importante. Por lo tanto, se llega a concluir que el 64% de personas encuestadas consideran que esto es muy importante ya que de una u otra manera la empresa permita estar en periodo de mejora continua, con la finalidad de satisfacer las necesidades de la demanda.

5. Como considera el desarrollo turístico de la empresa es apto para un buen funcionamiento.

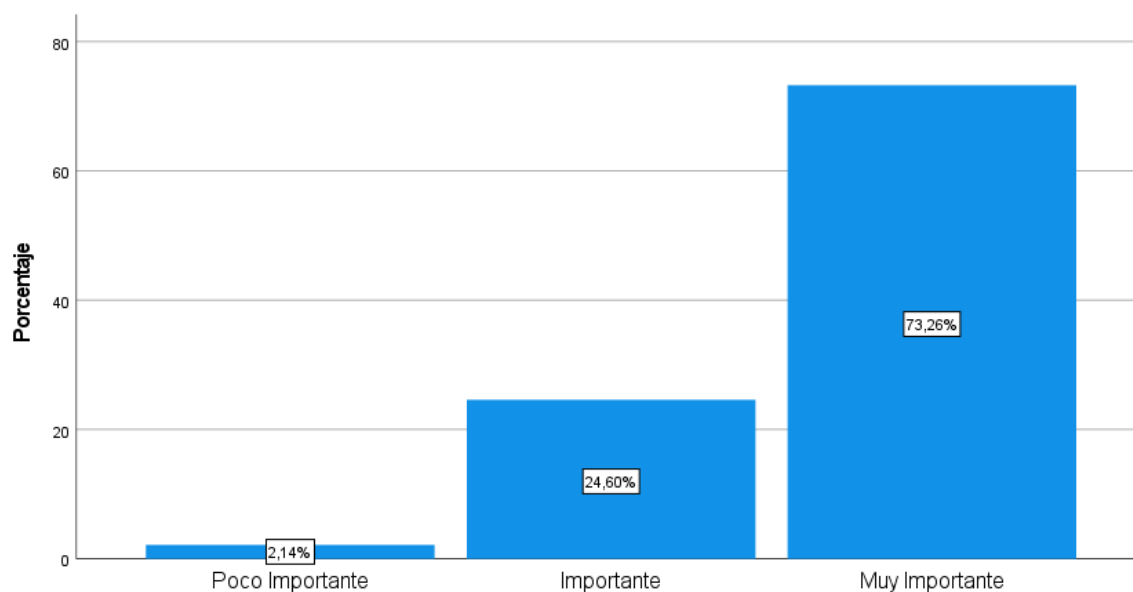
Tabla 39

Desarrollo turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco Importante	4	2,0	2,1	2,1
	Importante	46	23,0	24,6	26,7
	Muy Importante	137	68,5	73,3	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 22 Desarrollo turístico



Como considera el desarrollo turístico de la empresa es apto para un buen funcionamiento.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha determinado el evaluar el cómo se considera el desarrollo turístico de la empresa para un buen funcionamiento en donde el 2% menciona que es poco importante, el 34% importante, finalmente el 73% muy importante por lo que se llega a concluir que la opinión del 73% del personal encuestado considera que es muy importante porque al momento de brindar un servicio de calidad, la demanda buscará regresar a la empresa y esto beneficia de manera directa a mejorar la economía turística.

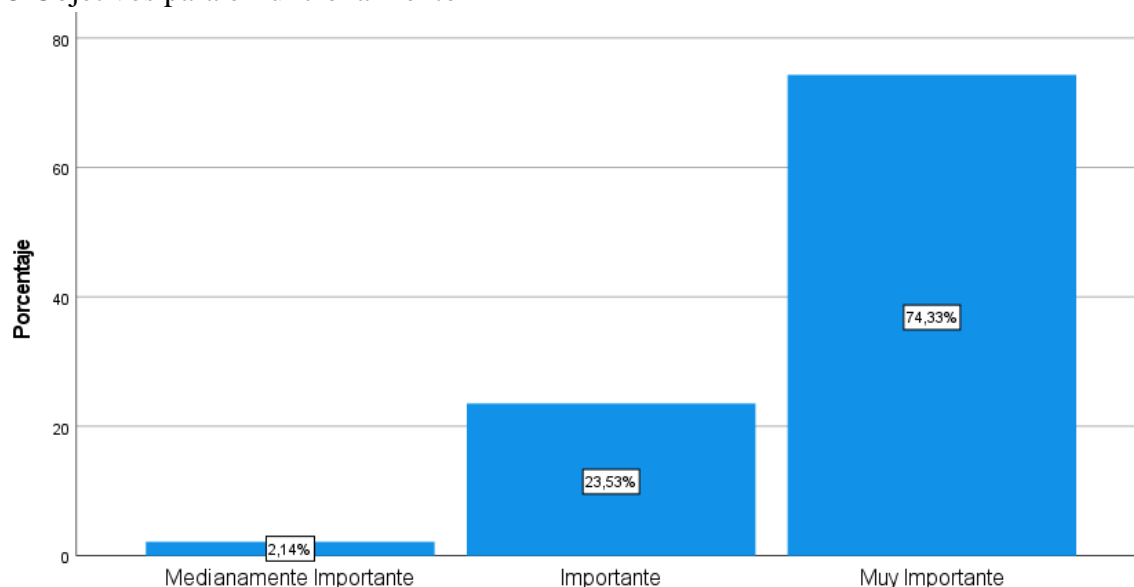
6. Según su perspectiva, el definir objetivos para el funcionamiento adecuado de la empresa es.

Tabla 40
Objetivos para el funcionamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente Importante	4	2,0	2,1	2,1
	Importante	44	22,0	23,5	25,7
	Muy Importante	139	69,5	74,3	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 23 Objetivos para el funcionamiento



Según su perspectiva, el definir objetivos para el funcionamiento adecuado de la empresa es.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado importante el evaluar las diferentes perspectivas sobre la definición de objetivos para el funcionamiento adecuado de la empresa en donde el 2% considera que es medianamente importante, el 23% importante, finalmente el 74% considera que es muy importante en donde se llega a la conclusión que la mayoría del personal que trabaja dentro de estas empresas considera que es muy importante debido a que en su gran mayoría tienen planteados diferentes tipos de objetivos en donde el primordial es satisfacer cada una de las necesidades con las que llegan los clientes, por ende esto beneficia de una buena manera a las empresas que lo ponen en práctica.

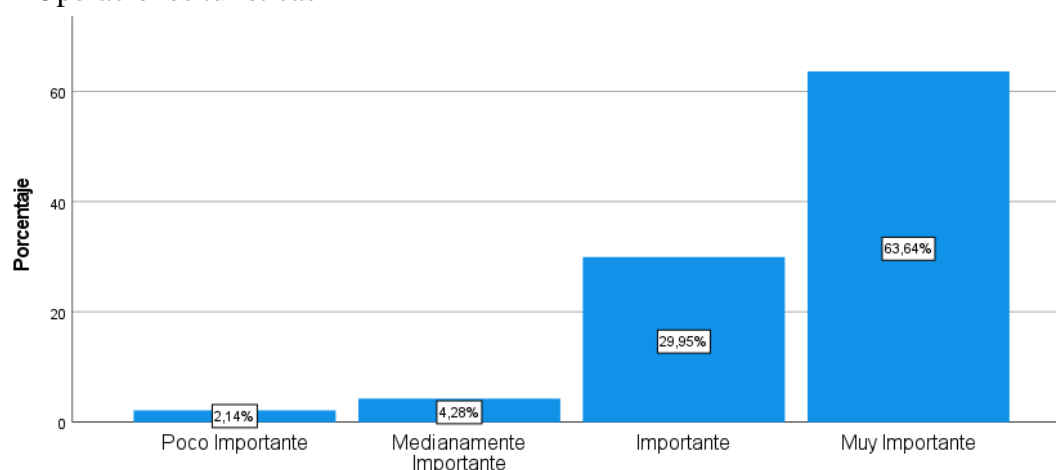
7. Las operaciones turísticas (roles y funciones, los cuales tienen como objetivo proporcionar la mejor experiencia a sus clientes) para el desarrollo de las actividades que se ejecutan dentro del establecimiento turístico es.

Tabla 41
Operaciones turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco Importante	4	2,0	2,1	2,1
	Medianamente Importante	8	4,0	4,3	6,4
	Importante	56	28,0	29,9	36,4
	Muy Importante	119	59,5	63,6	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 24 Operaciones turísticas



Las operaciones turísticas (roles y funciones, los cuales tienen como objetivo proporcionar la mejor experiencia a sus clientes) para el desarrollo de las actividades que se ejecutan dentro del establecimiento turístico es.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado importante el evaluar las experiencias turísticas para el desarrollo de actividades que se ejecutan dentro del establecimiento turístico en donde el 2% considera que es poco importante, el 4% medianamente importante, el 29% importante, finalmente el 63% considera que es muy importante en donde como conclusión se obtiene que el 63% del personal encuestado considera que el 63% es muy importante debido a que las diferentes actividades que se van desarrollando dentro de los diferentes establecimientos es de suma importancia, dado que esto permite que el servicio brindado sea de mejor manera y por ende se logre satisfacer con todas las necesidades con las que llegan los clientes.

8. Determine el nivel de importancia de las tareas que se desarrollan dentro del establecimiento turístico.

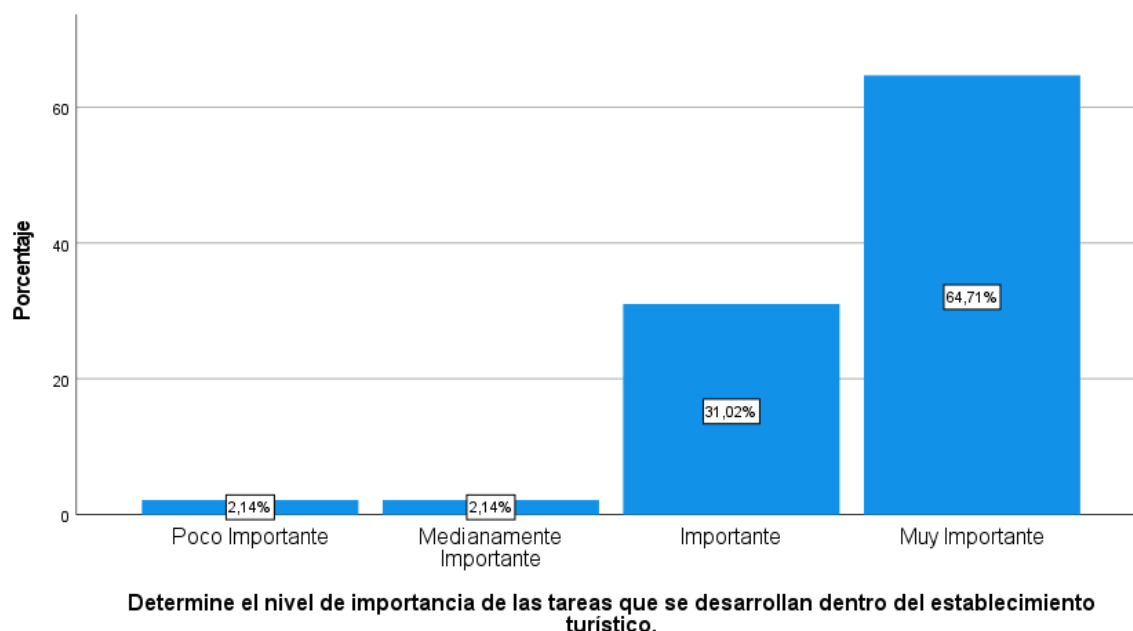
Tabla 42

Tareas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco Importante	4	2,0	2,1	2,1
	Medianamente Importante	4	2,0	2,1	4,3
	Importante	58	29,0	31,0	35,3
	Muy Importante	121	60,5	64,7	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 25 Tareas



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado importante el evaluar el nivel de importancia que se desarrollan dentro de los establecimientos turísticos en dónde el 2% lo considera poco importante y medianamente importante, el 31% importante, finalmente el 64% muy importante en dónde se llega a concluir que el valor más alto es 64% considera que es muy importante, dado que se brindará un valor agregado con la finalidad de mejorar la calidad de cada uno de sus servicios.

9. Como considera la buena práctica de las actividades en los establecimientos turísticos.

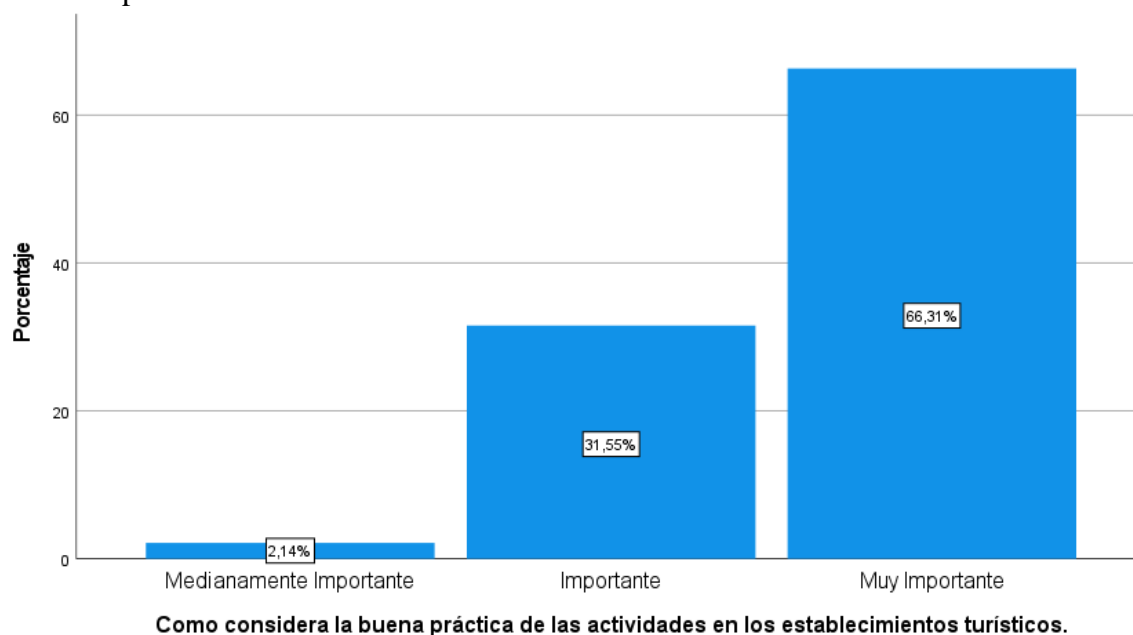
Tabla 43

Buena práctica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente Importante	4	2,0	2,1	2,1
	Importante	59	29,5	31,6	33,7
	Muy Importante	124	62,0	66,3	100,0
	Total	187	93,5	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 26 Buena práctica



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas al personal que labora dentro de los diferentes tipos de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Riobamba se ha considerado importante el evaluar el cómo se considera la buena práctica de las actividades en los establecimientos turísticos en dónde el 2% considera que es medianamente importante, el 31% importante, finalmente el 66% muy importante. En donde finalmente se concluye que el 66% es muy importante, dado que todas las actividades que se van desarrollando dentro de los diferentes establecimientos turísticos son de suma importancia para poder ofertar un buen servicio que sea del agrado para quienes lo adquieren.

Anexo 7: Resultados de las encuestas aplicadas variable dependiente

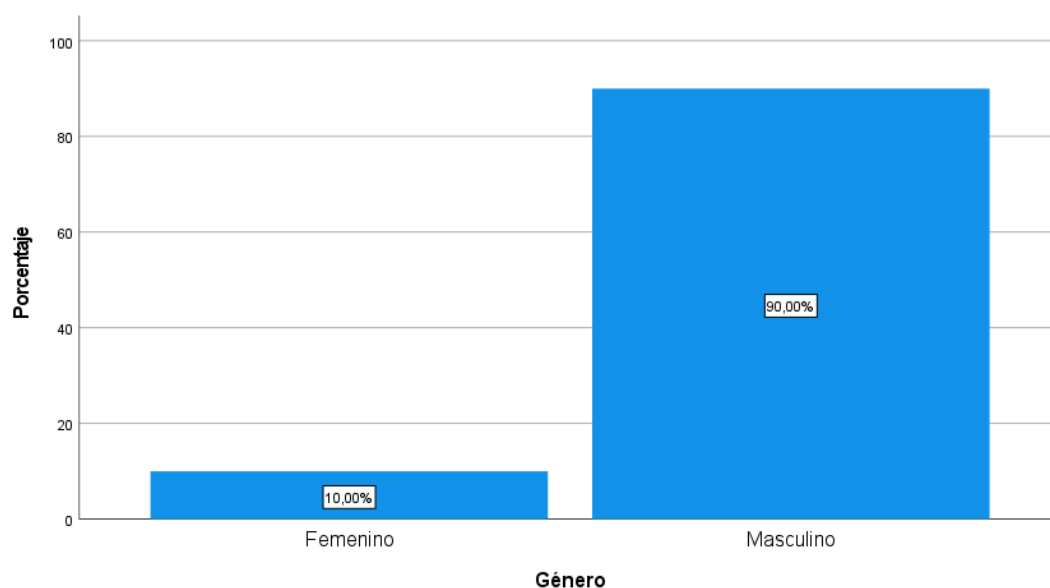
Resultados de las encuestas aplicadas – Variable Dependiente INFORMACIÓN GENERAL

Tabla 44
Género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	1	,5	10,0	10,0
	Masculino	9	4,5	90,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 27 Género



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

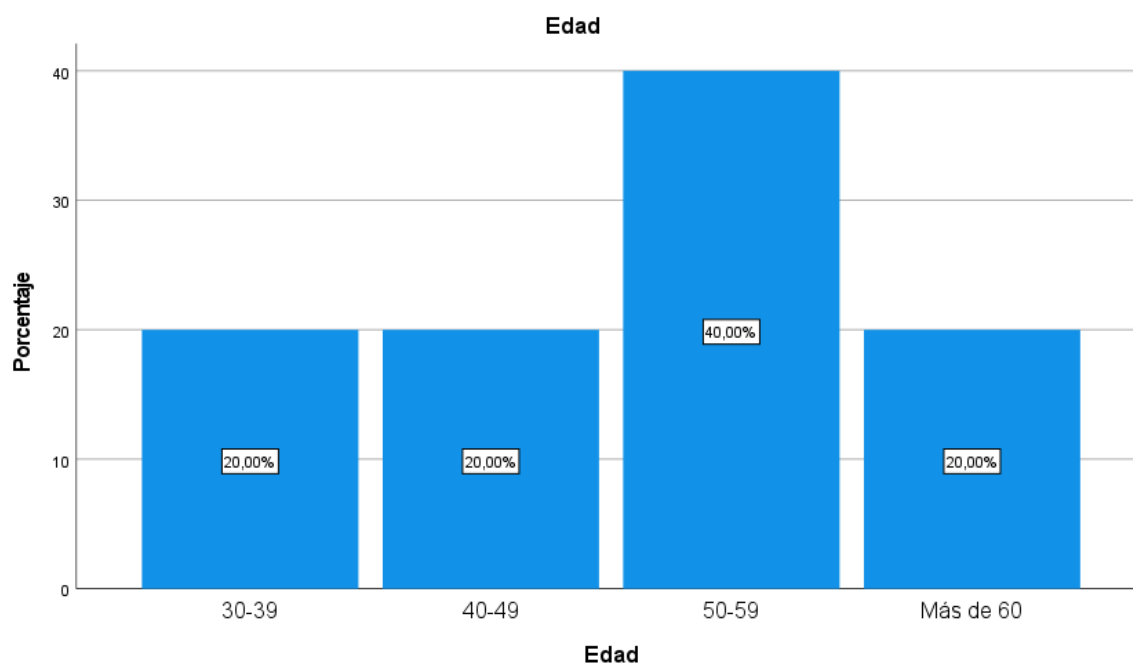
De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 10% corresponde al género femenino mientras que el 90% al género masculino. Se concluye que el porcentaje más alto corresponde al género masculino con el 90%.

Tabla 45

Edad

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	30-39	2	1,0	20,0	20,0
	40-49	2	1,0	20,0	40,0
	50-59	4	2,0	40,0	80,0
	Más de 60	2	1,0	20,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 28 Edad

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

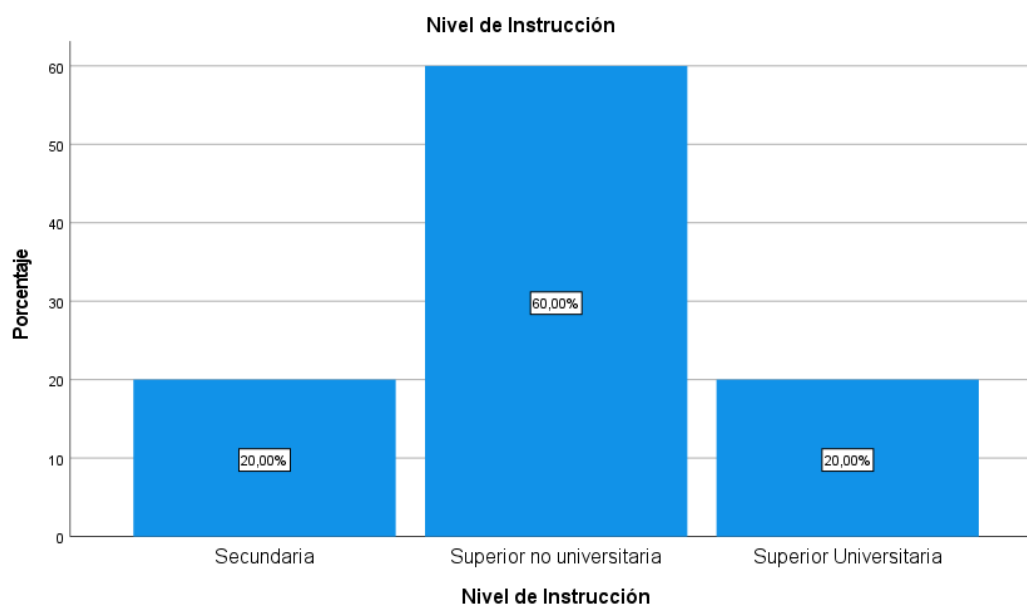
De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 20% le corresponde al rango de edad de 30-39 y 40-49, seguido del 40% con el rango de 50-59, finalmente el 20% le corresponde al rango de más de 60 años. Se concluye que el valor más alto corresponde al rango de edad de 50-59 años con el 40%.

Tabla 46
Nivel de instrucción

		Nivel de Instrucción			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	2	1,0	20,0	20,0
	Superior no universitaria	6	3,0	60,0	80,0
	Superior Universitaria	2	1,0	20,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 29 Nivel de instrucción



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 20% tiene un nivel de instrucción en secundaria, mientras que el 60% superior no universitaria, finalmente el 20% superior universitaria. Concluyendo que el valor predominante es el 60% con un nivel de instrucción superior no universitaria.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. Como considera usted que la agrupación de productores locales para una buena organización.

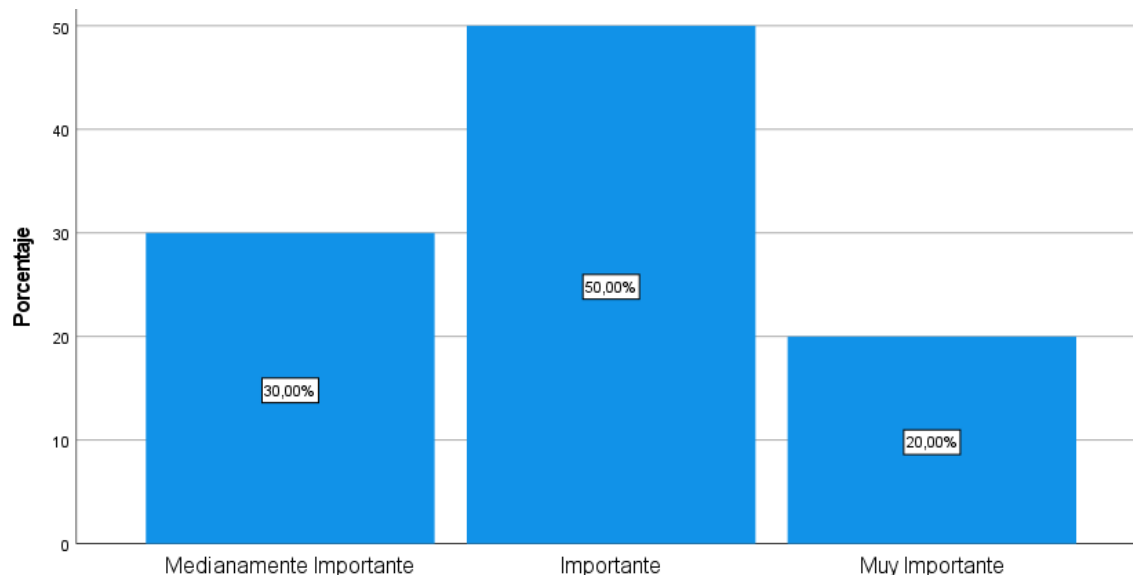
Tabla 47

Productores locales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente Importante	3	1,5	30,0	30,0
	Importante	5	2,5	50,0	80,0
	Muy Importante	2	1,0	20,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 30 Productores locales



Como considera usted que la agrupación de productores locales para una buena organización

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 30% califica como medianamente importante, el 50% importante, finalmente el 20% como muy importante. Se llega a la conclusión que el valor más alto es 50% lo cual corresponde a importante la agrupación de productores locales para una buena organización. Puesto que de esta manera se puede llegar a un acuerdo para que todos los productores puedan estandarizar sus precios y ofertarlos de mejor manera con la finalidad de llamar la atención para quienes lo adquieren.

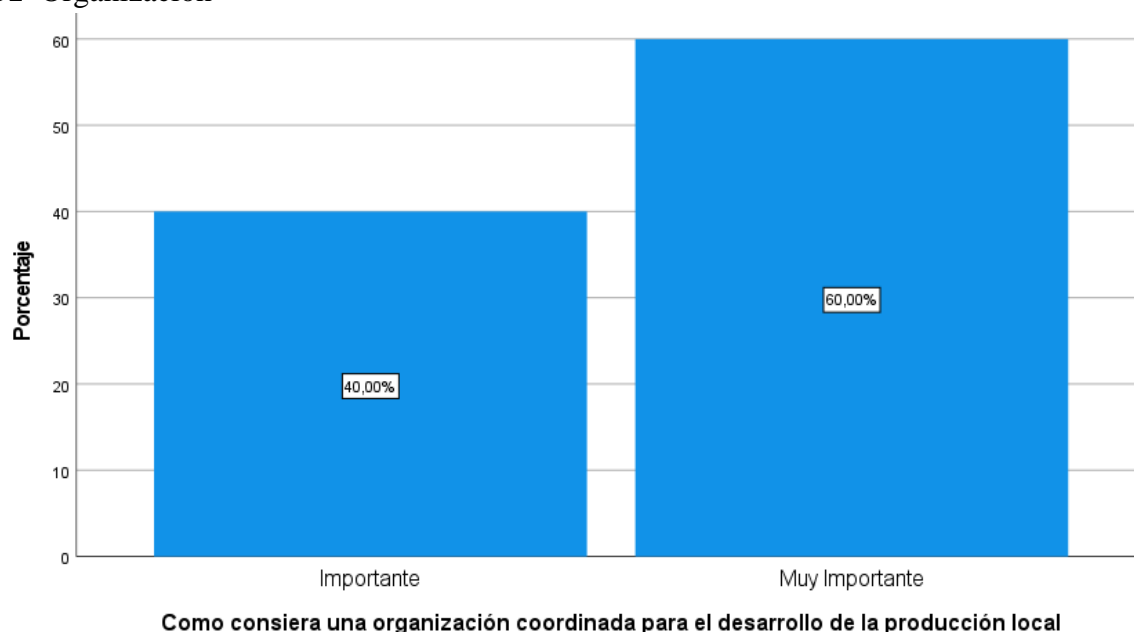
2. Como considera una organización coordinada para el desarrollo de la producción local.

Tabla 48
Organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	4	2,0	40,0	40,0
	Muy Importante	6	3,0	60,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 31 Organización



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 40% de productores encuestados menciona que es importante el considerar una organización coordinada para el desarrollo de la producción local, mientras que el 60% menciona que es muy importante. Concluyendo con el 60% como valor más alto valorado como muy importante, dado que al momento de tener una buena coordinación se podrán desempeñar de mejor manera las actividades para la producción local y de esta manera poder brindar un buen servicio.

- Como considera el planeamiento de objetivos en la organización para los productores locales.

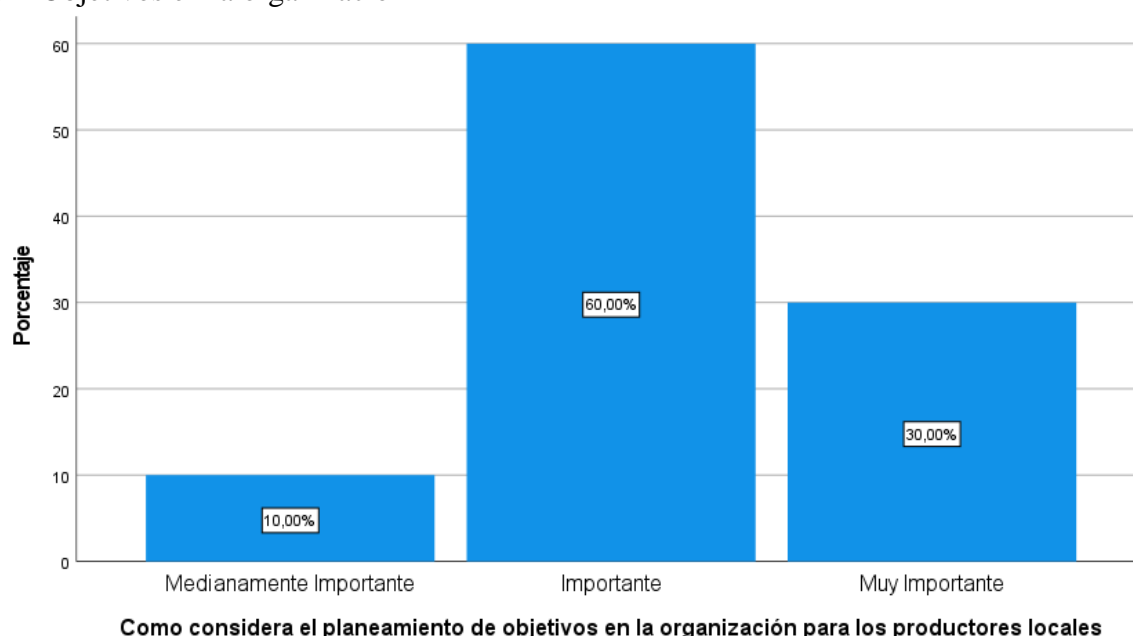
Tabla 49

Objetivos en la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente Importante	1	,5	10,0	10,0
	Importante	6	3,0	60,0	70,0
	Muy Importante	3	1,5	30,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 32 Objetivos en la organización



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 10% de productores artesanales mencionan que el planeamiento de objetivos en la organización es medianamente importante, mientras que el 60% menciona que es importante, finalmente el 30% restante menciona que es muy importante. Concluyendo que el valor predominante es el 60% con la opinión importante, todo esto ya que al fijar objetivos posteriormente se puede realizar un análisis para observar si fueron cumplidos a cabalidad o no, de esta manera facilitará a la toma de decisiones con el objetivo de mejorar de manera constante.

- Como considera a las actividades desarrolladas para la comercialización del producto tales como ferias, exposiciones, entre otras.

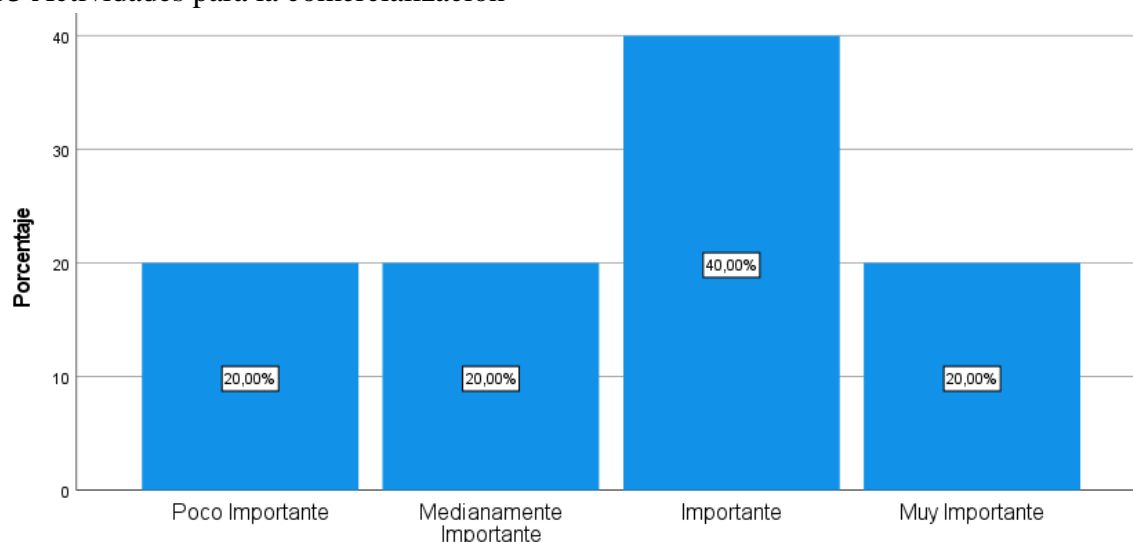
Tabla 50

Actividades para la comercialización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco Importante	2	1,0	20,0	20,0
	Medianamente Importante	2	1,0	20,0	40,0
	Importante	4	2,0	40,0	80,0
	Muy Importante	2	1,0	20,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 33 Actividades para la comercialización



Como considera a las actividades desarrolladas para la comercialización del producto tales como ferias, exposiciones, entre otras

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 20% menciona que las actividades desarrolladas para la comercialización de productos tales como: ferias, exposiciones, entre otras es poco importante y medianamente importante, mientras que el 40% menciona que es importante, finalmente el 20% restante considera que esto es muy importante. Concluyendo que el valor predominante es el 40% con importante ya que de esta manera se les está brindando una oportunidad a los productores para que la demanda pueda conocer cada uno de los productos ofertados.

- Como considera la comercialización de productos locales en los establecimientos turísticos.

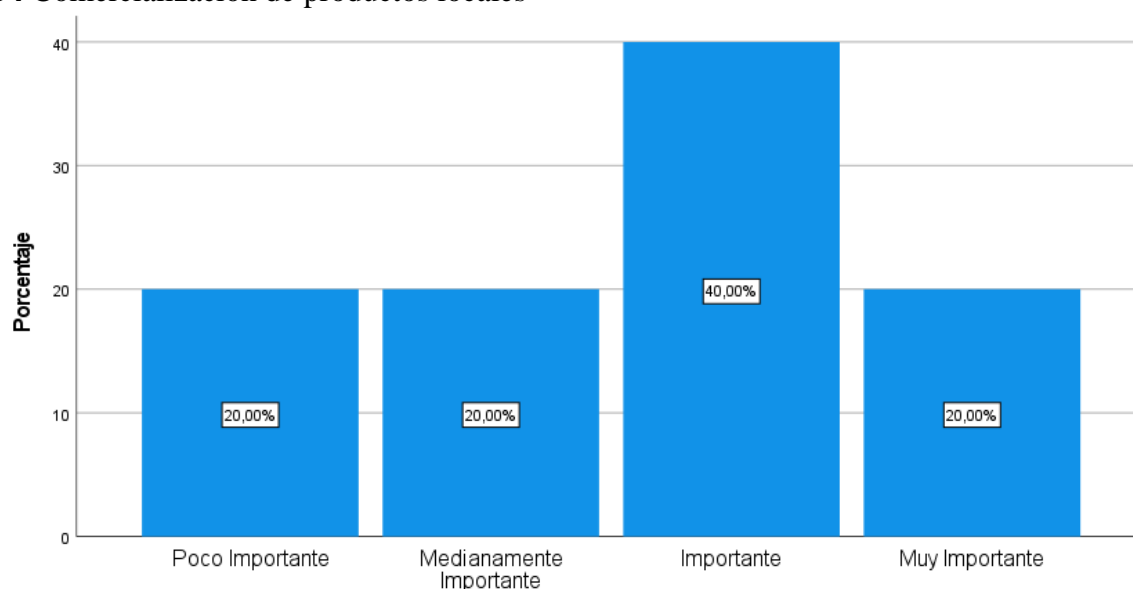
Tabla 51

Comercialización de productos locales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco Importante	2	1,0	20,0	20,0
	Medianamente Importante	2	1,0	20,0	40,0
	Importante	4	2,0	40,0	80,0
	Muy Importante	2	1,0	20,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 34 Comercialización de productos locales



Como considera la comercialización de productos locales en los establecimientos turísticos

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 20% de productores encuestados mencionan que la comercialización de productos locales en los establecimientos turísticos es poco importante y medianamente importante, mientras que el 40% lo considera importante, finalmente el 20% restante lo considera muy importante. Concluyendo que el valor que más predomina es el 40% con importante, ya que al momento en el que se ofertan los productos realizados por los productores locales se está generando una oportunidad para que ellos los sigan elaborando.

6. Según su perspectiva el satisfacer al consumidor a través de la comercialización de productos locales es.

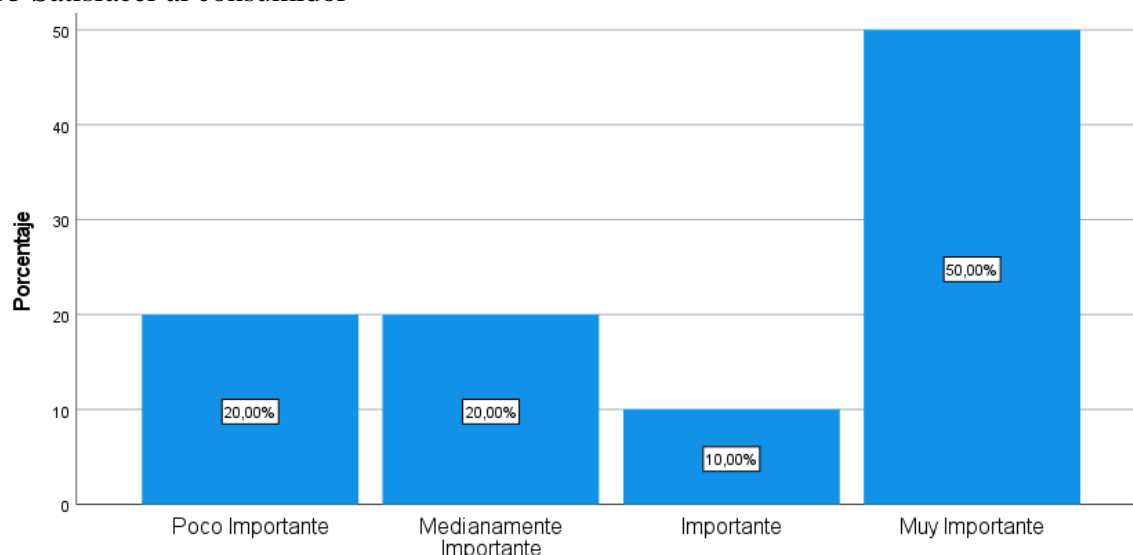
Tabla 52

Satisfacer al consumidor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco Importante	2	1,0	20,0	20,0
	Medianamente Importante	2	1,0	20,0	40,0
	Importante	1	,5	10,0	50,0
	Muy Importante	5	2,5	50,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 35 Satisfacer al consumidor



Según su perspectiva el satisfacer al consumidor a través de la comercialización de productos locales es.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 20% de encuestados consideran que el satisfacer al consumidor a través de la comercialización de productos locales es poco importante y medianamente importante, mientras que el 10% lo considera importante, finalmente el 50% manifiesta que esto es muy importante. Concluyendo que el valor predominante es 50% con muy importante dado que esto permite satisfacer las necesidades de la demanda, de esta manera se podrán generar más ventas y por ende mejorar la economía de todos los productores locales artesanales.

7. Las experiencias y/o vivencias que generan brindar un servicio es.

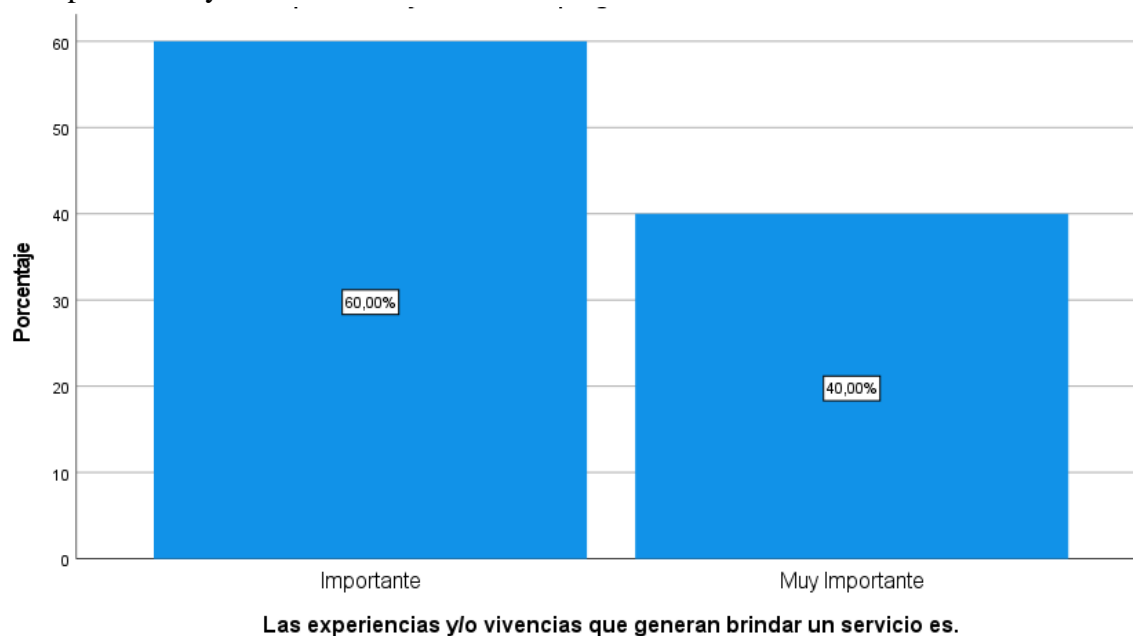
Tabla 53

Experiencias y/o vivencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	6	3,0	60,0	60,0
	Muy Importante	4	2,0	40,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 36 Experiencias y/o vivencias



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que según las experiencias y/o vivencias por parte de las personas encuestadas en un 60% son importantes, mientras que para el 40% es muy importante. Concluyendo así que el valor predominante es el 60% que lo consideran importante ya que se pueden dejar plasmadas sus habilidades en cada una de sus creaciones.

8. La organización de la producción local al momento de brindar u servicio es.

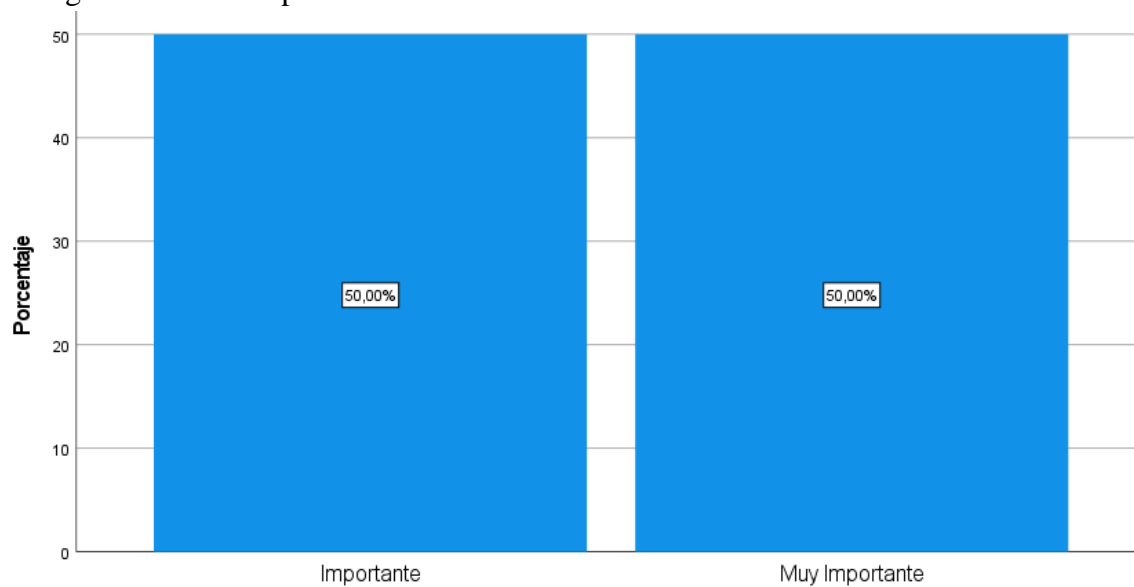
Tabla 54

Organización de la producción local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	5	2,5	50,0	50,0
	Muy Importante	5	2,5	50,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 37 Organización de la producción local



La organización de la producción local al momento de brindar u servicio es.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa que el 50% de encuestados considera que la organización de la producción local para poder brindar un servicio es importante y muy importante. Se concluye que es importante dado que la demanda podrá obtener una mejor calidad de servicio.

9. Como considera a los clientes al momento de poder brindar sus servicios.

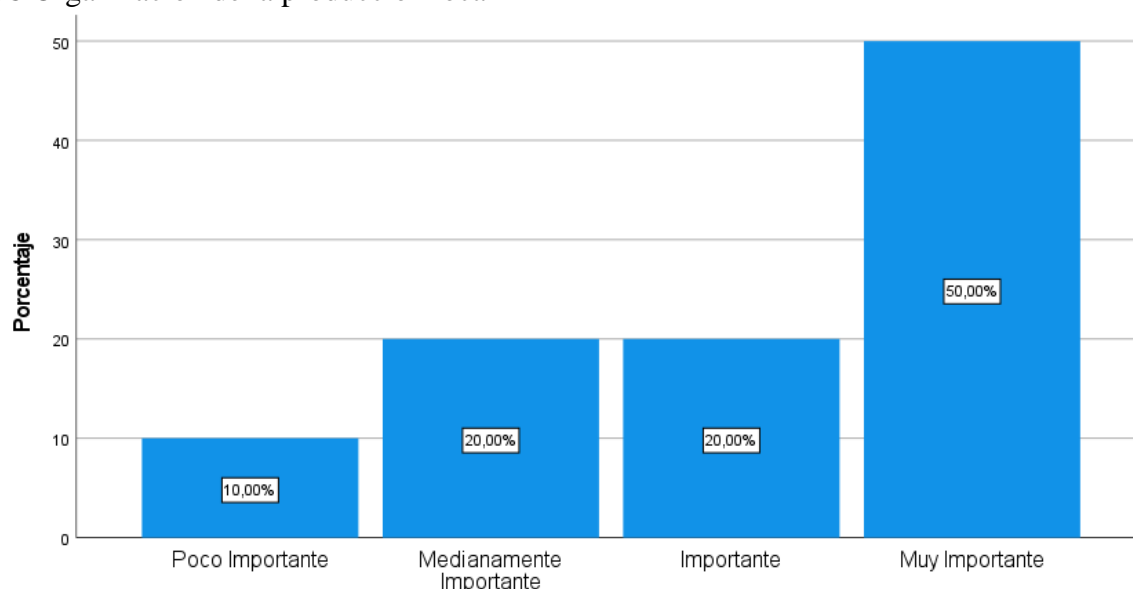
Tabla 55

Cientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco Importante	1	,5	10,0	10,0
	Medianamente Importante	2	1,0	20,0	30,0
	Importante	2	1,0	20,0	50,0
	Muy Importante	5	2,5	50,0	100,0
	Total	10	5,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

Figura 38 Organización de la producción local



Como considera a los clientes al momento de poder brindar sus servicios.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 27, por Ortega (2023).

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a los productores locales artesanales del cantón Riobamba, se observa la consideración a los clientes al momento de poder brindar sus servicios es en un 10% poco importante, mientras que el 20% lo considera medianamente importante e importante, finalmente el 50% menciona que es muy importante, predominando el 50% con muy importante, dado que los clientes son la parte fundamental a la hora de poder brindar un producto o servicio.