



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

Título

**“OFERTA TURÍSTICA Y MANIFESTACIONES CULTURALES EN LA
COMUNIDAD RUMICRUZ, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, CANTÓN
RIOBAMBA”**

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo

Autor:

Olmedo Tierra Ambar Dayana

Tutor:

PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade.

Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Ambar Dayana Olmedo Tierra, con cédula de ciudadanía 060405740-6, autora del trabajo de investigación titulado: “Oferta Turística y Manifestaciones Culturales en la comunidad Rumicruz, Parroquia Santiago De Calpi, Cantón Riobamba”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, 11 de abril de 2024

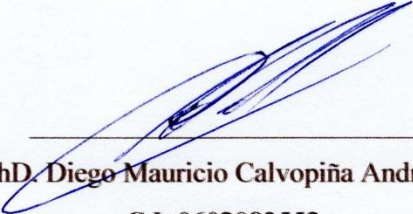


Ambar Dayana Olmedo Tierra
C.I: 060405740-6

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade, 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: “Oferta turística y Manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba”, bajo la autoría de Ambar Dayana Olmedo Tierra; 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 11 días del mes de abril de 2024.



PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade.

C.I: 0602083552

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "Oferta turística y Manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba" presentado por Ambar Dayana Olmedo Tierra, con cédula de identidad número 060405740-6, bajo la tutoría de PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 02 días del mes de mayo de 2024

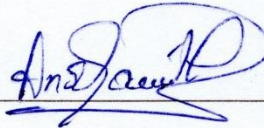
PhD. Victor Medardo Velasco Samaniego
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Danilo Quintana Puga
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Andrea Garrido
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **OLMEDO TIERRA AMBAR DAYANA** con CC: **060405740-6**, estudiante de la Carrera **DE TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**OFERTA TURÍSTICA Y MANIFESTACIONES CULTURALES EN LA COMUNIDAD RUMICRUZ, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, CANTÓN RIOBAMBA**", cumple con el 6 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio DE **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 11 de abril de 2024


PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade.
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con mucho amor a mi madre Olga Tierra, que ha sido un ejemplo para mí por ser una mujer que ha sabido sacar adelante a su hogar sin declinar, por brindarme apoyo y amor en mi vida y motivarme económicamente así también moralmente para no rendirme en este proceso, así como en ningún otro. También a mis hermanas Karen y Damaris al ser un ejemplo a seguir para ellas por concluir con una etapa más de mi vida, al brindarme también sus ánimos y palabras de superación que han sido de gran ayuda.

Dedico este trabajo a mi familia que sin el cariño y motivación de ellos no hubiera sido posible este proyecto de grado, cada uno de ellos han sido un pilar para no decaer en este proceso.

Finalmente dedico este trabajo de grado a Oscar Córdova quien también ha sido mi compañero desde un inicio en todo este proceso universitario, al darme ánimos para no debilitarme ante las circunstancias que se presentaban.

Ambar Dayana Olmedo Tierra.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis me gustaría agradecer a mi Dios por esa fe y sabiduría que puso en mí para llegar hasta donde he llegado y cumplir uno más de mis anhelos.

También quiero agradecer a mi madre infinitamente por el gran apoyo que no me ha hecho faltar a lo largo de mi vida. Su dedicación y sacrificio ha sido fundamental para alcanzar este logro.

Agradezco a mi tutor PhD. Diego Calvopiña por la paciencia y la dedicación que le brindo a este proyecto.

A si tambien a cada uno del miembro de tribunal, por su apoyo al revisar este proyecto de tesis.

Finalmente, a la Universidad Nacional de Chimborazo, facultad de Ciencias Políticas y Administrativas al haberme permitido por brindarme la formación académica, a todo el personal Docente por los conocimientos adquiridos semestre a semestre.

Ambar Dayana Olmedo Tierra.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

1.	CAPÍTULO I. INTRODUCCION.....	16
1.1	Introducción	16
1.2	Antecedentes	16
1.3	Problema	18
1.4	Justificación.....	18
1.4.1	Justificación teórica	18
1.4.2	Justificación práctica	19
1.4.3	Justificación metodológica	19
1.4.4.	Justificación epistemológica.....	19
1.5	Objetivos.....	19
1.5.1	General.....	19
1.5.2	Específicos.....	19
2.	CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1	Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación	20
2.1.1	Epistemología de Oferta Turística.....	20
	Epistemología de Manifestaciones culturales.....	20
2.2	Estado del arte.....	21
2.2.1	Estado del arte de la variable independiente Oferta Turística.....	21
2.2.2	Estado del arte de la variable dependiente Manifestaciones Culturales...	22

2.3	Marco Teórico	23
2.3.1	Bases teóricas de la variable independiente: Oferta turística	23
2.3.2	Bases teóricas de la variable dependiente: Manifestaciones culturales....	28
3.	CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	32
3.1	Tipo de investigación	32
3.1.1	No experimental	32
3.1.2	Transversal.....	32
3.1.3	Enfoque mixto	32
3.1.4	Inductivo.....	33
3.1.5	Deductivo	33
3.1.6	Analítico	33
3.1.7	Sintético.....	33
3.2	Diseño de investigación	34
3.2.1	Documental.....	34
3.2.2	Correlacional	34
3.2.3	Observacional	34
3.2.4	Exploratorio	34
3.3	Técnicas de recolección de datos.....	35
3.3.1	Técnicas	35
3.3.2	Instrumentos	35
3.3.3	Confiabilidad de instrumentos.....	35
3.4	Operacionalización de variables y matriz de consistencia.....	36
3.5	Población de estudio y tamaño de muestra.....	36
3.5.1	Unidad de análisis.....	36
3.5.2	Población de estudio	37
3.7	Hipótesis	38
3.7.1	Hipótesis General	38

3.7.2	Hipótesis Específicas	39
3.8	Métodos de análisis	39
3.9	Procesamiento de datos	39
3.9.1	Hipótesis general	39
2.9.2	Hipótesis específica 1	40
3.9.1	Hipótesis específica 2	41
3.9.4	Hipótesis específica 3	42
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
4.1	Análisis e interpretación de resultados	44
4.1.1	Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente “Oferta turística”	44
4.1.2	Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente “Manifestaciones turísticas”	48
4.2	Discusión	52
5.	CAPÍTULO V. PROPUESTA.....	53
5.1	PROPUESTA.....	53
5.2	Introducción.....	53
5.3	Objetivos.....	53
5.4	Justificación	54
5.5	Desarrollo de la propuesta.	58
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
6.1	Conclusiones.....	62
6.2	Recomendaciones.....	62
7.	REFERENCIAS.....	63
8.	ANEXOS.....	71
	Anexo 1 Árbol de problemas.....	71
	Anexo 2 Matriz de operacionalización de la variable independiente (Oferta Turística) y variable dependiente (Manifestaciones Culturales).....	71

Anexo 4 Matriz de consistencia.	76
Anexo 5 Matriz de Estado del arte.	78
Anexo 6 Encuesta de la variable independiente (Oferta turística)	84
Anexo 7 Encuesta de la variable dependiente (Manifestaciones culturales).....	86
Anexo 8 Análisis e interpretación de los datos de la variable independiente (Oferta turística).....	88
Anexo 9 Análisis e interpretación de los datos de la variable dependiente (Manifestaciones culturales)	106

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1	Crterios de Coeficiente de Alfa de Cronbach.....	35
Tabla 2	Estadísticas de fiabilidad	36
Tabla 3	Estadísticas de fiabilidad	36
Tabla 4	Muestra de la variable independiente: Oferta turística.....	37
Tabla 5	Coeficiente de correlación Rho de Spearman.....	39
Tabla 6	Prueba hipótesis general	40
Tabla 7	Prueba hipótesis específica 1	41
Tabla 8	Prueba hipótesis específica 2	41
Tabla 9	Prueba de hipótesis específica 3	42
Tabla 10	Género	88
Tabla 11	Edad.....	89
Tabla 12	Nivel de instrucción.....	89
Tabla 13	Destinos turísticos	90
Tabla 14	Acceso a la información turística	91
Tabla 15	Experiencias espirituales	92
Tabla 16	Calidad de servicios turísticos	93
Tabla 17	Instalaciones y equipamiento.....	94
Tabla 18	Actividades turísticas.....	95
Tabla 19	Accesibilidad a las actividades turísticas.....	96
Tabla 20	Servicio de turismo.....	97
Tabla 21	Nivel de participación.....	98
Tabla 22	Recomendación de viajeros en Rumicruz	99
Tabla 23	Espacio turístico	100
Tabla 24	Comparación en relación a otros destinos turísticos	101
Tabla 25	Conservación y mantenimiento del lugar	102
Tabla 26	Costumbres	103
Tabla 27	Experiencia	104
Tabla 28	Género	106
Tabla 29	Edad.....	106
Tabla 30	Nivel de instrucción.....	108
Tabla 31	Edificaciones	109
Tabla 32	Espacios urbanos	109
Tabla 33	Arquitectura	110
Tabla 34	Preservación	111
Tabla 35	Interacción	112
Tabla 36	Artesanías	113
Tabla 37	Promoción.....	114
Tabla 38	Música y danza	115
Tabla 39	Campo científico.....	116
Tabla 40	Manifestaciones contemporáneas	117
Tabla 41	Identidad cultural.....	118
Tabla 42	Aportes	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género	88
Figura 2 Edad	89
Figura 3 Nivel de instrucción	90
Figura 4 Destinos turísticos	91
Figura 5 Acceso a la información turística	92
Figura 6 Experiencias espirituales	93
Figura 7 Calidad de servicios turísticos	94
Figura 8 Instalaciones y equipamiento	95
Figura 9 Actividades turísticas	96
Figura 10 Accesibilidad a las actividades turísticas	97
Figura 11 Servicio de turismo	98
Figura 12 Nivel de participación	99
Figura 13 Recomendación de viajeros en Rumicruz	100
Figura 14 Espacio turístico	101
Figura 15 Comparación en relación a otros destinos turísticos	102
Figura 16 Conservación y mantenimiento del lugar	103
Figura 17 Costumbres	104
Figura 18 Experiencia	105
Figura 19 Género	106
Figura 20 Edad	107
Figura 21 Nivel de instrucción	108
Figura 22 Edificaciones	109
Figura 23 Espacios urbanos	110
Figura 24 Arquitectura	111
Figura 25 Preservación	112
Figura 26 Interacción	113
Figura 27 Artesanías	114
Figura 28 Promoción	115
Figura 29 Música y danza	116
Figura 30 Campo científico	117
Figura 31 Manifestaciones contemporáneas	118
Figura 32 Identidad cultural	119
Figura 33 Aportes	120

RESUMEN

El trabajo de titulación “Oferta turística y manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba” tiene por objetivo examinar la relación entre la oferta turística y las manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz, ubicada en Santiago de Calpi, cantón Riobamba, caracterizada por su cultura y geografía, basada en su propia identidad, historia y dinámicas que la identifican de otras comunidades del sector.

Por otro lado, al tratarse de una investigación de enfoque mixto, en la cual se destacan los métodos de investigación elegidos fueron no experimentales y transversal, tomando información por medio de estudios observacionales para poder documentar la misma, con el fin de comprender el entorno de la localidad aplicando el diseño de investigación de campo. La técnica utilizada fue un cuestionario basado en la escala de Likert, aplicado en la variable independiente que corresponde a la oferta turística aplicada a 35 turistas del sector de Rumicruz, mientras que en la variable dependiente oferta turística quienes también formaron parte fue de 128 representantes de la población económicamente activa de la comunidad. El análisis se realizó mediante herramientas estadísticas como el coeficiente de correlación de Spearman utilizando el software IBM SPSS. Los resultados de las pruebas estadísticas proporcionan información importante sobre la presencia o ausencia de una relación significativa entre los incentivos turísticos y las expresiones culturales. Este trabajo no sólo se centra en la presentación de datos estadísticos, sino que también pretende brindar un conocimiento profundo de la dinámica entre los servicios turísticos y las expresiones culturales, enfatizando la importancia de preservar, preservar y promover la riqueza cultural de la comunidad para el desarrollo de la comunidad.

Palabras claves: Oferta turística, manifestaciones culturales, cultura, diversidad cultural, destino

ABSTRACT

The degree work titled "Tourist Offer and Cultural Manifestations in the Rumicruz Community, Santiago de Calpi Parish, Riobamba Canton" aims to examine the relationship between tourist offer and cultural manifestations in the Rumicruz community, located in Santiago de Calpi, Riobamba Canton, characterized by its culture and geography, based on its own identity, history, and dynamics that distinguish it from other communities in the area.

On the other hand, being a mixed-method research, non-experimental and cross-sectional research methods were chosen, obtaining information through observational studies to document it and to understand the local environment by applying a field research design. The technique used was a questionnaire based on the Likert scale, applied to the independent variable corresponding to the tourist offer to 35 tourists from the Rumicruz sector, while the dependent variable, tourist offer, also involved 128 representatives of the economically active population of the community. The analysis was conducted using statistical tools such as the Spearman correlation coefficient using IBM SPSS software. The results of the statistical tests provide important information about the presence or absence of a significant relationship between tourist incentives and cultural expressions. This work not only focuses on presenting statistical data but also aims to provide a deep understanding of the dynamics between tourist services and cultural expressions, emphasizing the importance of preserving and promoting the cultural richness of the community for community development.

Keywords: Tourist offer, cultural manifestations, culture, cultural diversity, destination



Reviewed by:
Dra. Nelly Moreano
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 1801807288

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCION.

1.1 Introducción

La comunidad Rumicruz está localizada a 18,67 km de distancia de la ciudad de Riobamba, en donde todavía habitan descendientes de la etnia Puruhá que se dedican a la producción agrícola y ganadera la mayor parte de su tiempo ya que por muchos años esta ha sido su única manera de generar ingresos netamente económicos para su comunidad; sin embargo, hay que considerar que esta comunidad no presta mucha importancia a las riquezas culturales que posee, ya que utilizándolas se puede generar una mejor identidad cultural y a su vez producir ingresos económicos para el beneficio de los pobladores de la zona.

El tema propuesto referente a la oferta turística y manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba tiene como finalidad tratar de involucrar sus culturas en el sector y obtener una fuente de trabajo mediante la oferta, siendo más variada y llamando la atención de turistas nacionales e internacionales.

Es posible que la comunidad de Rumicruz no cuente con productos elaborados propios para su comercialización, haciendo que la comunidad no se desarrolle turísticamente al no tener que ofrecer a los turistas y así no le den importancia al ingreso económico que esta oferta les puede brindar.

Por ello, para analizar la problemática de las manifestaciones culturales, es necesario considerar como se expresa en la oferta turística para despertar interés en los turistas extranjeros y afianzar la identidad de la comunidad.

La presente investigación está compuesta por los siguientes capítulos:

En el **capítulo I** se mantendrá el marco referencial, que contiene: el planteamiento del problema, la formulación del problema, acompañado de los objetivos generales y específicos, además de la justificación de la investigación.

En el **capítulo II** se hallará el marco teórico, que aborda los conceptos de manifestaciones culturales, se fórmula las variables dependiente e independiente junto a su operacionalización, dimensiones e indicadores.

En el **capítulo III** se mantendrá el marco metodológico y encuestas realizadas en la comunidad Rumicruz.

El **capítulo IV** se engloba los resultados obtenidos mediante la encuesta, posteriormente las conclusiones y recomendaciones.

1.2 Antecedentes

Según Guevara y Masamba (2022) en su trabajo de investigación titulado “El turismo comunitario como estrategia para el desarrollo local de la parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba” señalan que:

El turismo comunitario se da como una de las alternativas económicas que genera ingresos en las comunidades rurales, indígenas, campesinas, entre otras, de un país mediante varios factores como son sus recursos naturales y culturales, así como las actividades económicas diarias donde muestran tanto costumbres como tradiciones de los

pobladores. Por ello, es considerado como la resistencia de las comunidades ante la presencia de empresas petroleras, madereras y de otro tipo de actividades productivas-extractivas que afectaron gravemente el medio ambiente, a las condiciones de la vida de los pueblos donde habitan los indígenas y al tejido social. (pág.34)

Inga y Villalba (2020) en su artículo de revisión titulado “Saberres ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo” manifiestan que:

La ciudad de Riobamba tiene gran importancia en el turismo cultural debido a su vasta gastronomía, la cual se encuentra ligada a costumbres y tradiciones. Al mismo tiempo se determinó que la gastronomía típica es considerada como la transmisión de prácticas culinarias por generaciones a lo largo de los años, mientras que la gastronomía tradicional se encuentra vinculada a las festividades de los pueblos. En la ciudad de Riobamba el programa del Buen Vivir y el MAGAP (Ministerio de Agricultura y Ganadería) logran incrementar los resultados por la gestión de sus proyectos con el apoyo brindado a 1188 organizaciones de pequeños y medianos productores del sector agroindustrial dividido en 129 parroquias; al hacerlos beneficiarios y partícipes de actividades de siembra, cuidado y cosecha de plantas frutales en las cuales las mujeres han generado valor agregado con la incorporación del agroturismo, al hacer partícipes a los turistas en actividades de recolección de frutos, semillas u hortalizas como un modelo tradicional en el que incluyen técnicas culinarias y agrarias que prevalecen en todos los procesos desde la siembra hasta la cosecha para la elaboración y degustación de la comida.(pág.139)

El artículo de revisión titulado “Desarrollo turístico promotor socioeconómico” presentado por Gonzales, Alvarado y Ríos (2021) argumentan:

El turismo es necesario para el desarrollo sostenible de la comunidad, pero se debe capacitar al personal, se deben implementar planes que apoyen el desarrollo económico, se requiere que la política pública se implemente con todos los actores involucrados en esta actividad generadora de mejora sostenible; si bien es cierto se tiene una Ley General del Turismo, pero se debe implementar en todos los niveles y no tener esfuerzos aislados. Se hace prioritario como se evidencia en todos los estudios que el turismo ayuda al desarrollo y mejora en la calidad de vida de la comunidad, y es una industria verde, la misma que está en concordancia con los objetivos de desarrollo sostenibles (1, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14 y 17) de las Naciones Unidas. (pág.81)

De igual manera Pisco, Rodríguez y Cevallos (2018) en su artículo titulado “El turismo en la matriz productiva de Ecuador: resultados actuales” destacan:

En Ecuador el vínculo del turismo con el sector agrario y petrolero, por ejemplo, cursa desde distribución de la renta destinada al gasto turístico y de cómo fluye hacia ellos el beneficio al considerarse eje transformador, por tanto el reto que se presenta es lograr que en la medida en que las empresas turísticas que reciben la renta renueven sus materiales o mobiliario, paguen a proveedores, salarios, combustible, impuestos, tasas, facturas de gas, luz, agua, seguros, todo lo cual genera flujos de renta que permiten impulsar el crecimiento sostenido en los sectores esenciales de la matriz productiva, redistribuyéndose en un círculo cada vez mayor que genere valor agregado.(pág.260)

Así mismo, Molina, Villagrán, Guerrero y Villareal (2021) en su investigación nombrada “Análisis de la oferta turística del programa Pueblos mágicos Ecuador-4 mundos”

La oferta turística dentro de las localidades que ostentan el reconocimiento de pueblo mágico está dada por tres dimensiones: la primera es la configuración territorial, puesto que la ubicación geográfica influye en la vocación turística y esto se relaciona con la generación de flujos turísticos. La segunda dimensión, es la jerarquía de los atractivos turísticos, que se concibe por la presencia mayoritaria de las manifestaciones culturales sobre los atractivos naturales, superando en 3 a 1 su concentración, y finalmente, la dimensión en la disposición de la prestación de servicios básicos y turísticos, en dónde se destaca que 6 de cada 10 prestadores de servicios pertenecen al sector de alimentos y bebidas sobre los servicios restantes, dando a notar que la cercanía hacia las zonas urbanas, ocasionan que las localidades receptoras se conviertan en lugares de proximidad sin mayor impacto en la pernoctación. No todos los pueblos mágicos tienen un mismo desarrollo y se visualiza claramente con los resultados, ya que seis localidades superan más de 100 registros turísticos, mientras que, cinco locaciones no superan los 10 prestadores de servicios. (pág.138)

1.3 Problema

Con el transcurso del tiempo, se ha observado que existe un limitado desarrollo de la oferta turística en la comunidad; debido al escaso conocimiento y disminución de la población respecto de la identidad cultural.

En la comunidad Rumicruz, situada en la Parroquia Santiago de Calpi, la planificación de las actividades turísticas de carácter cultural se ve afectada por una gestión deficiente del servicio ofrecido a los visitantes. Esto resulta en la insatisfacción de las necesidades de los turistas durante su experiencia en la zona, lo que, además representa un problema significativo para la comunidad local.

En esta comunidad, el turismo cultural debería resultar en un importante ingreso económico, derivado de la inserción de las manifestaciones culturales, costumbres y tradiciones en la oferta turística.

En este punto es importante tomar en cuenta las actividades culturales que se puedan realizar en la comunidad, pero también existen otras actividades turísticas que ayudan a incrementar y generar nuevas mejoras de conexión con el turista y lograr así satisfacer sus necesidades, es por eso que en la presente investigación nos enfocaremos en la investigación de las manifestaciones culturales y así relacionarlas en la oferta turística que ofrece el sector.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

La comunidad Rumicruz perteneciente a la Parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba, se caracteriza por poseer abundantes recursos naturales y culturales, esto gracias a que en el lugar habitan distintas comunidades, en las cuales se puede apreciar su apropiación de cultura y costumbres, otorgándole un significado vivo a sus atractivos turísticos que llaman la atención a propios y extraños.

Por tal motivo, la presente búsqueda se centra en identificar la relación entre el potencial turístico que está presente en la comunidad y las manifestaciones culturales.

1.4.2 Justificación práctica

La investigación pretende encontrar importantes tipos de manifestaciones culturales que ayuden a elevar el potencial turístico en la comunidad. También hay que mencionar que, al existir un desarrollo inadecuado del turismo por la falta de compromiso en el sector, esto también cuenta como un bajo impacto al medio y el beneficio económico, por esto es de suma importancia crear ofertas turísticas que ayuden a generar una mejor producción, de esa manera generar más empleos y contribuir al desarrollo socioeconómico y a su vez aprovechar los recursos culturales que ofrece la comunidad.

1.4.3 Justificación metodológica

Consecuentemente, para el alcance de los objetivos propuestos en el proyecto, se empleó técnicas de investigación, donde se desarrolló una encuesta con la variable independiente “oferta turística” dirigida a los actores turísticos y otra encuesta de la variable dependiente “manifestaciones culturales” orientada a la población económicamente activa de la comunidad Rumicruz con el objetivo de obtener datos de cada una.

1.4.4 Justificación epistemológica

El origen epistemológico tiene lugar en las manifestaciones culturales, involucrando a sus costumbres y expresiones propias de la comunidad de Rumicruz, dicha información será de utilidad para el sector educativo, así como también a los diferentes gestores públicos y privados.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

- Examinar la relación entre la oferta turística y las manifestaciones culturales en la comunidad de Rumicruz, ubicada en la parroquia Santiago de Calpi, dentro del cantón Riobamba.

1.5.2 Específicos

- Contrastar la relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales en la comunidad de Rumicruz, ubicada en la parroquia Santiago de Calpi, dentro del cantón Riobamba.
- Determinar la relación entre los productos turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba.
- Establecer de qué manera se relaciona el espacio turístico y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba.

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación

2.1.1 Epistemología de Oferta Turística

Según Llupart y Rodríguez (2022) “El objeto de la oferta turística es un consumidor, un turista. Por lo tanto, al planificar y desarrollar un paquete de servicios, es necesario identificar las necesidades reales del cliente y orientar la oferta a estas necesidades” (pág.407).

Por otro lado, Moreno y Coromoto (2011) manifiestan que “El sistema de oferta incluye los lugares o destinos, agencias de viaje, servicios de alojamiento, restauración, transporte y demás instalaciones y servicios útiles que determinan los intereses, motivación y decisión del viajero (SIT)” (pág.154).

González y Rodríguez (2014) consideran que:

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico, que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo. Se distinguen los recursos turísticos de los productos turísticos, definido éste último, como un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística. (pág. 142)

En este mismo contexto, Boullón (2006) expresa que “La oferta turística se refiere a la integración de servicios que suministra elementos de la planta turística y componentes no turísticos” (pág.32-33)

Además, Sancho (2011) añade:

Para explicar el turismo en toda su extensión, no podemos delimitarnos al análisis de la demanda, es necesario ver el otro lado y delimitar conceptualmente la oferta turística. Ésta se define como: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (pág.51).

Es decir, la oferta turística es el conjunto de bienes y servicios que buscan cubrir las necesidades de los turistas, logrando transformar la perspectiva que tienen de un lugar determinado; esto incluye recursos tangibles como establecimiento hotelero, transporte, actividades y la forma de relacionarse con el turista como aspecto intangible.

Finalmente, Salas (2021) “La oferta turística es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que permite, facilita y propicia el aprovechamiento de los atractivos turísticos del lugar” (pág.297)

Epistemología de Manifestaciones culturales

Zorrilla (2020) menciona que:

Las manifestaciones culturales son, ante todo, una expresión de los valores, tradiciones, símbolos, creencias, edificaciones, objetos y modos de vida. Los creamos consciente o inconscientemente para identificarnos y de hecho nos identifican. En una localidad, las manifestaciones culturales son el resultado de actividades públicas que buscan comunicar

lo que quienes ahí habitan son y aspiran ser, y así, exponen o muestran las voluntades y los valores de un pueblo o un grupo de personas (párr.3-4)

Por tanto, una manifestación cultural debe básicamente poseer un valor simbólico o significar algo para alguien; según la trascendencia de este valor, puede tener carácter universal, nacional o local, son objetos únicos e irrepetibles. En consecuencia, es considerado como una construcción social que está evolucionando de forma constante, para dar soporte a las actividades turísticas (Guerreo, 2017).

De acuerdo con González (Sánchez, 2012):

Toda manifestación cultural es, ante todo, una expresión social. Algunas, como las encuadradas tradicionalmente entre las Bellas Artes o la Literatura, están más mediatizadas que otras por las cualidades individuales de sus ejecutores, hecho sobre el que el romanticismo estético fundó una mística del genio entendido como una individualidad situada por encima de sus circunstancias concretas. Sin embargo, a poco que se analicen las condiciones en que cualquier manifestación cultural se desarrolla, adquiere un valor y lo conserva, vemos que debe su existencia a los mismos factores que operan en el contexto ambiental que la engloba. (pág.76)

Dicho con palabras de la ONU, Organización de las Naciones Unidas (2005) mencionan: La “diversidad cultural” se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. La diversidad cultural se manifiesta no sólo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados (pág.14).

Como consecuencia de lo expuesto, las expresiones culturales tienen mucho que ver con la historia cultural de una ciudad o comunidad, lo que permite que surjan conflictos con el tiempo para lograr una mejor expresión cultural con el tiempo, especialmente cuando se considera cómo se construye realmente la identidad.

Mucho se habla sobre la forma en que una sociedad o grupos de personas se expresan ya que depende del entorno en el que vivimos, ya sea urbano o rural, de la preservación de tradiciones ancestrales transmitidas dentro y fuera de los grupos. Debido a que existe diversidad cultural con diferentes formas de expresar y transmitir ideas, esto lo hace muy valioso para los turistas extranjeros.

2.2 Estado del arte

2.2.1 Estado del arte de la variable independiente Oferta Turística

En el artículo “Del recurso atractivo a la experiencia turística” presentado por Aranda y García (2020), se menciona:

La oferta representa la agrupación de estos últimos, la amalgama de componentes que se ajusta se ajusta a determinados segmentos, fechas, intereses por un precio determinado. La experiencia representa un traje a la medida del consumidor, con énfasis en las motivaciones, los sentimientos, las vivencias genuinas y peculiares (pág.65)

Según Socateli (2013), en un extracto del libro titulado “Mercadeo aplicado al turismo. La comercialización de servicios-productos y destinos turísticos sostenibles” menciona que:

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. La conjunción de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar, a los que cuando se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un esquema de distribución y una estructura de precio que responda a las características del mercado meta, es lo que se define como el producto turístico. (pág.1)

De acuerdo con los autores Nolvos, Romero y Ortega (2019) en su artículo titulado “Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible” exponen:

Para un turismo prospero, deben preservarse los elementos centrales de la oferta turística, a saber, una naturaleza invulnerable y hermosos paisajes, el patrimonio cultural, las culturas extranjeras y una buena infraestructura en su originalidad y calidad. Esto da como resultado la necesidad de hacer que las ofertas turísticas sean sostenibles y crear una preferencia por estos servicios sostenibles entre los viajeros (pág.4).

Finalmente, Encalada (2021) en su trabajo de investigación titulado “El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra”, menciona que:

Para el Ecuador el turismo forma parte de la generación de ingresos significativos para la economía nacional, es un sector creador de empleo tanto de puestos directos como indirectos, convirtiéndose de esta manera en una estrategia que puede contribuir a la lucha contra la pobreza y al desarrollo sostenible no solo de las comunidades donde se practica turismo comunitario, sino de todo el país. Por esto, es necesario pensar en el turismo comunitario como una oportunidad en el marco de las nuevas estrategias de hacer economía en el Ecuador y como herramienta para motivar el manejo sostenible de los bienes comunes y del acervo cultural que poseen las comunidades que ofertan actividades de turismo comunitario (pág.35)

2.2.2 Estado del arte de la variable dependiente Manifestaciones Culturales

En el artículo denominado “Aproximación taxonómica de manifestaciones culturales populares” presentado por Chiriboga, Calderón, Gallegos y Costales (2021) confirman que:

Se identificaron siete tipos de manifestaciones culturales populares con sus respectivas esferas categorizadas, entre la que se destacaron las de orden social, ya que su presencia es más evidente en la cotidianidad de los diez cantones de Chimborazo, además de que son las que concretan y conectan con las demás manifestaciones, ramificándose y creando una red cultural. Es necesario decir, que estas manifestaciones y las subdivisiones son resultado de la investigación documental, que se encuentra actualmente, en indagación a profundidad, para posteriormente ser contrastadas en visitas de campo a los diez cantones, en los que se detectarán las más representativas (pág.614).

Por otro lado, en el artículo “Manifestaciones culturales populares en Ecuador” presentado por Cevallos, Costales y Chiriboga (2023) mencionan que:

La historia del Ecuador y su diversidad en el origen de tradiciones hacen que la riqueza cultural sea un punto focal y motivo de investigación. Manifestaciones culturales mestizas, montubias, indígenas o afro, incluyen saberes, relatos, rituales, acontecimientos míticos y expresiones populares cotidianas y artísticas constituyendo la cultura popular ecuatoriana, que además se transforma y reconfigura con el paso del tiempo. En esta multiplicidad de afirmaciones culturales, se localizan en veinte y cuatro provincias, cada una con enfoques propios respecto a la cultura popular, que logran una particularización con el resto de países latinoamericanos (pág.2498)

De la misma manera, Hurtado (2021) en su artículo “Sociabilidad, manifestaciones culturales y conflicto”, considera que:

La socialización es la manifestación cultural de la sociabilidad por medio de la cual los materiales simbólicos se convierten en posturas sociales que fundamentan la acción colectiva. Este proceso se lleva a cabo por medio del imaginario político, el cual, permite que los sujetos procesen el material simbólico recogido a partir de los procesos de apropiación espacial e identificación colectiva para convertirlos en acciones que permitan divisar alguna alternativa de cambio. Estas alternativas no están ligadas solamente al ámbito político la exigencia de más participación, por ejemplo, sino que recae también la posibilidad que el espacio construido refleje los deseos, las formas y los usos que una comunidad imagina (pág.136)

Finalmente, Díaz y Vázquez (2018) en su investigación titulada “Sistema de acciones para preservar el patrimonio vivo desde el museo provincial mayor general Vicente García González” añaden que:

El patrimonio inmaterial es dinámico y en constante evolución. Para mantenerse vivo debe tener para la comunidad importancia social, política, económica y cultural; fomentar su vitalidad al reconocer e incentivar a sus depositarios, sean estos transmisores, portadores, actores o creadores de expresiones culturales o científicas (pág.116).

2.3 Marco Teórico

2.3.1 Bases teóricas de la variable independiente: Oferta turística

2.3.1.1 Producto turístico

Según Mckercher (2016) un producto turístico se puede clasificar en familias de acuerdo con la necesidad del turista, así los productos turísticos se pueden agrupar en uno de los cinco tipos según las necesidades que se satisfacen: placer, búsqueda personal, esfuerzo humano, naturaleza y negocios, de estas necesidades se crean 27 familias de productos, las cuales a su vez se subdividen en 90 tipos de subproductos que describen la oferta posible de productos turísticos disponibles de un mercado.

En esta misma línea, Bastidas, Domínguez, Argadoña y Guevara (2020) mencionan que: En consecuencia, los productos turísticos en Ecuador están definidos no solo en términos de líneas generales, sino que también por la relevancia que tienen los productos en función de su promoción. La clasificación por la línea de producto permite agregar tantos tipos de turismo como sean posibles mientras correspondan o mantengan características similares

a la línea original del producto. Asimismo, es posible determinar la relevancia del producto turístico en función de su importancia para la promoción, ya sea porque aportan valor añadido al turismo, un valor mediano de interés para el país o bien sirven porque permiten atraer nuevos nichos de mercado o segmentos específicos, lo que va a incidir en la prioridad al momento de disponer de recursos para la promoción de determinado producto turístico en el país. (pág.145)

De este modo, un producto turístico debe combinarse y estar acorde a las necesidades del turista, abarcando una amplia gama de componentes, con el fin de brindar una experiencia cultural, recreativa en el que participe el turística y tenga acercamiento con la comunidad como participante activo de este proceso.

2.3.1.2 Producto

Según la concepción de Thompson (2019) manifiesta que es:

Cualquier ofrecimiento que tenga la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo, y que, para ello, pueda atraer la atención del público objetivo para ser adquirido, usado o consumido. Un producto, puede ser un bien tangible, un servicio, una idea, una persona, un evento, una experiencia, un lugar, una organización, una información o una propiedad. De la misma manera, Araújo (2018) define que:

Un producto de una actividad económica transporta consigo características intrínsecas, es decir, se compone por dos partes inseparables: la parte tangible (constituida por el producto en sí, tal como es definido por los productores) y la parte intangible (percepción y/o las expectativas que los consumidores tienen del producto). Engloba también atributos que pueden ser divididos en tres categorías: Valor del producto (fórmula del producto, es decir, la descripción técnica de sus componentes materiales), el producto visible (las características observables por los consumidores cuando lo están consumiendo) y el valor adicional (incluye todo aquello que puede hacerlo más interesante y apelativo para el público, es decir, marca, atención personalizada, calidad, entre otras).

2.3.1.3 Servicio Turístico

Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores. (Antonietti, 2017, pág. 1)

Según la metodología propuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT), los servicios turísticos se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Servicios específicos: son aquellos relacionados directamente con el cliente turístico. A su vez se subdividen en servicios característicos y asociados. Los primeros son aquellos que en ausencia del fenómeno turístico desaparecerían por completo o su consumo se vería sensiblemente disminuido, como por ejemplo los hoteles, los

restaurantes, servicios de ocio y recreación, las agencias de viajes, etc. Los segundos son consumidos en cantidades significativas por los visitantes, aunque en ausencia de los turistas seguirían siendo consumidos por los residentes, por ejemplo, el transporte interurbano, los taxis, los museos, los teatros, etc.

- Servicios no específicos: aquellos relacionados indirectamente con el usuario turístico, como por ejemplo los centros de salud, farmacias, supermercados, bancos, etc. (Perini, 2015)

2.3.1.4 Servicio

Según Sandhusen, (2002) "Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo" (pág.1)

Para Galán (2020) "Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado" (párr.1).

"El servicio es un producto intangible, que demanda la necesidad de cumplir con ciertas actividades para poder satisfacer las necesidades de los clientes" (Cruz, Flores, Zamora, & Hermida, 2021, pág. 1434)

2.3.1.5 Espacio Turístico

El espacio geográfico como objeto de estudio de la ciencia geográfica, es producto de la sociedad que lo habita. Lo adapta, organiza y modifica de acuerdo con los parámetros culturales y formas de vida, adecuándolo para satisfacer sus diferentes necesidades. El espacio adaptado para satisfacer un estado de carencia o un deseo vinculado al ocio de los visitantes, es el denominado espacio turístico. El espacio geográfico devendrá de un carácter turístico a partir de la presencia de recursos culturales y naturales y por la disposición de cierto equipamiento específico e instalaciones que demande los visitantes. (Pinassi & Ercolani, 2017, pág. 38)

Asimismo, otros autores como Sampaio, Vieira y Silva (2019) sostienen que:

De esta manera, se comprende el espacio turístico como todo el enmarañado de relaciones que ocurren entre las personas y los atractivos turísticos, los emprendimientos y la infraestructura que se crean para dar funcionalidad a la actividad como los hoteles, los bares y restaurantes, los monumentos y todos los objetos geográficos. Es también un "locus", en el cual ocurre una relación dialéctica de "construcción del espacio" donde está, por un lado, el turista y de otro la comunidad local, relacionándose con los atractivos turísticos y produciendo efectos diferentes a medida en que interactúan con los espacios que se construyen para el turismo o que son moldeados por la práctica de la actividad, generando así espacios turistificados. (pág.5)

2.3.1.6 Bienes públicos

Los bienes públicos son los que están disponibles para todos (es decir, "no excluyentes") y que pueden ser utilizados una y otra vez por cualquier persona sin que se reduzcan los beneficios que ofrecen a otros ("no rivales"). Los bienes públicos pueden tener alcance local, nacional o mundial. Los fuegos artificiales públicos son un bien público local: todas

las personas que puedan verlos los disfrutan. La defensa nacional es un bien público nacional cuyos beneficios disfrutaban los ciudadanos del Estado. (Chin, 2021, pág. 62)

El vínculo de los bienes patrimoniales con el turismo conjuga aspectos de relación que pertenecen en marco general al sustrato básico de la humanidad en la interacción con el otro, consigo misma y con el planeta tierra. La necesidad de placer, distracción y el interés de conocer y comprender la diversidad son incentivos que impulsan el desarrollo del turismo. (Marchesi, 2022, pág. 1086)

2.3.1.7 Bienes culturales

En el caso del patrimonio cultural inmaterial, el turismo patrimonial no solo pretende conocer sino, también, percibir (olores, sabores, sonidos, texturas, etc.), experimentar (conviviendo con los nativos del lugar y, a ser posible, compartiendo solo en parte sus modos de vida), y sentir (emociones, sensaciones, impresiones, etc.). (Madariaga & Asencio, 2018)

“La apropiación colectiva de los bienes culturales, configuran relaciones de solidaridad y distinción, (...) dan satisfacciones biológicas, simbólicas y sirven para enviar y recibir mensajes, como un momento del ciclo de producción y reproducción social”. (Gómez, 2018, pág. 163)

En esta misma línea de ideas, Torres (2016) manifiesta:

Los bienes culturales materiales se pueden generar en cualquier contexto, su esencia es diversa, refleja las características propias de los contextos en los cuales se encuentran. En este sentido, las comunidades universitarias están en constante generación de bienes. Específicamente, las más antiguas han acumulado a lo largo de su historia un amplio y variado patrimonio cultural, tanto de naturaleza material como inmaterial. Inmuebles históricos, bienes muebles, museos, colecciones artísticas y científicas, ritos y tradiciones, componen el universo de valores que acogen las casas de altos estudios. Las universidades han participado de manera activa en las transformaciones intelectuales, sociales y culturales en sus respectivas sociedades, construyendo identidades y procesos de acendrada significación.

2.3.1.8 Necesidades

Según Thompson (2019) define a necesidad como un Estado de carencia percibida que puede ser física (de alimento, abrigo, seguridad) o mental (de pertenencia, afecto conocimiento y autoexpresión) del que es difícil sustraerse porque genera una discrepancia entre el estado real (lo que es en un momento dado) y el deseado (que supone el objeto, servicio o recurso que se necesita para la supervivencia, bienestar o confort). (s/p)

2.3.1.9 Mercado

Cortes (2023) define al mercado turístico de esta manera que:

El mercado turístico es el conjunto de consumidores de un producto turístico que tienen los medios para comprarlo hoy o mañana (poder adquisitivo potencial). Es un sistema de relaciones económicas mundiales en el que tiene lugar el proceso de transformación

de los servicios turísticos y de excursión en dinero y la transformación inversa del dinero en servicios turísticos y de excursión. En este contexto, se puede decir que el mercado turístico está formado por países que exportan e importan turismo. (s/p)

2.3.1.10 Actividades

En las estadísticas de turismo al 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, 2016)

2.3.1.11 Corriente turística

“Las corrientes turísticas son este desplazamiento de grandes grupos de personas de un lugar a otro. El lugar del que provienen se le suele llamar “núcleo emisor”, y el lugar hacia el que viajan se conoce como núcleo receptor”. (Truyols, s.f)

2.3.1.12 Atractivo turístico

Mientras que “los atractivos y recursos turísticos son considerados como la base del desarrollo turístico de una localidad, debido a que el turismo es esencial para el desarrollo de una localidad, es importante invertir en ellos para fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de igual forma motivar a los turistas para que realicen una visita” (Zambrano & Quintero, 2018, pág. 165).

2.3.1.13 Patrimonio turístico

Delgado (2017) conceptualiza el patrimonio turístico en las siguientes concepciones:

- Conjunto de elementos vinculados a la actividad turística con que se cuenta en su momento determinado para favorecer el desarrollo turístico.
- Conformado por la suma de atractivos turísticos, la planta e instalaciones turísticas, junto con la infraestructura y la superestructura turística.

Los recursos y los destinos patrimoniales reciben una afluencia creciente de visitantes, tanto turistas como excursionistas, habiendo entrado, en mayor o menor medida, en los circuitos del turismo de masas. El patrimonio, tanto material como inmaterial, y la cultura se han incorporado a la oferta turística y a la competitividad entre los destinos, dado que atraen segmentos específicos de demanda y propician nuevas prácticas y experiencias (Vinuesa & Torralba, 2018, pág. 213).

2.3.1.14 Planta turística

“La planta turística un conjunto de instalaciones físicas de bienes y servicios necesarios que requiere la satisfacción del turista como: transporte, hoteles, restaurantes, agencias de viaje, recreación etc. Y estos factores facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino” (Herrera, 2019, pág. 7).

La importancia de la planta turística es la valorización de los espacios turísticos, representados por la demanda y oferta de cada producto turístico cuales deberían ser aprovechados positivamente para mejorar la promoción de dichos espacios y así desarrollar el ámbito turístico. Además, se ha convertido en un conjunto de trabajo para compensar el esfuerzo de cada prestador de servicio turístico y de tal forma satisfaciendo al visitante (Aguilar, 2020, pág. 13).

2.3.2 Bases teóricas de la variable dependiente: Manifestaciones culturales

2.3.2.1 Arquitectura

De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2018) es el conjunto de sitios y manifestaciones de épocas pasadas, (Área histórica civil, religiosa), Monumentos. Espacios públicos que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país.

Las formas que puede adquirir la relación arquitectura-turismo son múltiples. Van desde satisfacer el cobijo de los viajeros a cubrir sus necesidades emocionales e intelectuales, cuando la visita de un edificio es objeto de deseo, sin olvidar todas aquellas estructuras habitables que el viajero comparte con el habitante local (Vega L. S., 2017).

2.3.2.2 Folklore

Folklore, folclore, folcklore, folclor o folklor, todo ello hace referencia al término que describe el conjunto de costumbres, prácticas y creencias tradicionales de un pueblo o una cultura en concreto. Desde el baile, hasta las artesanías, las leyendas o las supersticiones están relacionadas con el folklore de una región, unas tradiciones que se han ido transmitiendo de generación en generación con el paso del tiempo y que, hoy en día, todavía continúan vigentes (Dantí, 2023).

Por un lado, el folklore (palabra que, ya sola, tiene al menos tres significados diversos) aparentaba en cierto momento, allá por los inicios del siglo XX, ser igual a una suerte de esencia nacional. Como tal, su nombre transmitía cierta imagen de solidez, intangibilidad y casi diríamos inmovilidad, concepción superada que sin embargo a inicios del XXI sigue filtrándose como herencia (capital simbólico acumulado) no solo científica sino sobre todo popular. (Molinero, 2019).

2.3.2.3 Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas

Según el Ministerio de Turismo (2018) “comprenden aquellas manifestaciones de la sociedad actual en los campos técnicos, científico, minero, agropecuario, industrial, entre otros”

2.3.2.4 Sitios Arqueológicos

El Patrimonio Arqueológico no está formado únicamente por los yacimientos arqueológicos. Por tanto, podemos considerarlo al patrimonio arqueológico un bien mueble e inmueble dependiendo de su naturaleza. Cualquier objeto descubierto en un yacimiento arqueológico (piezas cerámicas, monedas, herramienta, etc.) puede considerarse un patrimonio mueble, algunos de los cuales terminan en las vitrinas de nuestros museos. Por otro lado, el propio yacimiento en sí es un patrimonio inmueble pues no podemos trasladarlo a ningún otro lugar (Carreton, 2018).

2.3.2.5 Manifestaciones pasadas

El Turismo ha creado movimientos sociales tales como el conservacionismo que sobrepasa la vida de una sola generación, la ecología, las vacaciones, las manifestaciones culturales y la globalización que de manera directa incide en la dimensión sociocultural de los residentes locales (Medina, 2011).

2.3.2.6 Monumentos

Se considera “monumento” a toda aquella estructura que haya sido construida especialmente como modo de conmemorar a alguien o a algún evento. Un monumento, sin embargo, puede ser un espacio o un objeto que naturalmente gana importancia y significado para una sociedad a pesar de no haber sido construido para tal fin (esto es especialmente común cuando se hablan de monumentos naturales). Por lo general, el monumento, además de ser un elemento ceremonial, tiene una riqueza artística e histórica única (Bembibre, 2009).

“Los monumentos, las piezas y diversos objetos que hemos recibido desafían al tiempo, constituyen una puerta hacia el pasado y son una forma de viaje por la historia que, en muchas ocasiones, conllevan algo trascendente” (Gracia, 2018).

2.3.2.7 Espacios públicos

“El espacio público constituye el ámbito formado por aquellos bienes para el uso y disfrute general de todas las personas, en el ejercicio de sus derechos y libertades” (Aguado, 2023, pág. 62).

“Los espacios públicos estimulan el encuentro ciudadano, libre y espontáneo, permitiendo la interacción social original que últimamente parece haberse desplazado hacia las redes sociales” (Chehade, 2017).

Otros autores como Cirera (2018) conceptualiza al término de la siguiente manera:

El término espacio público no goza de una definición única. De hecho, es un concepto híbrido que tiene significaciones e interpretaciones diversas. Estas definiciones se mueven entre un contexto físico y un contexto político, siendo definido como el espacio de circulación y de encuentro dentro de la ciudad y al mismo tiempo el espacio de comunicación y participación de la ciudadanía(pág.221).

2.3.2.8 Expresiones tradicionales

Las expresiones culturales tradicionales son un elemento fundamental de las comunidades étnicas, por cuanto representan una percepción del mundo, un arraigo a sus costumbres y porque debido a sus mecanismos de tradición oral muestran la forma tanto de trascender en el mundo como de mantenerse a través de las generaciones siguientes. Esto es lo que entendemos por cosmovisión, la cual se sustenta en la relación entre las comunidades con todo lo que les rodea, y que les permiten desarrollar saberes y prácticas que han sido transmitidas a través de las diferentes generaciones para hoy en día ser valoradas como conocimientos tradicionales (Vargas, Cassiani, & Manotas, 2018).

2.3.2.9 Artesanías

“La artesanía es un importante recurso para un turismo que gusta de apreciar las expresiones populares del arte en diversos materiales” (Cruz, Manzanares, García, & Ontiveros, 2008, pág. 226).

Rivas (2018) identifica los dos tipos de artesanía, los cuales son:

a) La artesanía tradicional, la cual se produce desde tiempos ancestrales y en las cuales se conservan, sin mucha variación, las técnicas, los diseños y hasta los colores originales; e identifican el lugar de origen del producto. b) La artesanía contemporánea, consistente

en productos que conservan gran parte del proceso de elaboración que las tradicionales, pero que sufren modificaciones para satisfacer nuevas necesidades materiales y espirituales.

2.3.2.10 Medicina ancestral

“La medicina ancestral, o medicina tradicional, tiene sus raíces en el conocimiento de los pueblos antiguos y es parte integral de su cultura” (Cruz, Gavilánez, Muñoz, Cruz, & Quintana, 2022).

La medicina tradicional ancestral es el conjunto de prácticas y conocimientos (transmitidos oralmente) que se basan en el uso de recursos naturales y terapias espirituales para mejorar la salud. Esta, además de tratar las enfermedades comunes, también cura las enfermedades etno-culturales. (Moyolema, 2022)

“La utilización de esta medicina se debe a que ha evolucionado de manera impresionante, adquiriendo conocimientos en diversos ámbitos, basados en teorías, creencias y experiencias de diversas culturas que se han heredado de generación en generación para mantener la salud, prevenir, diagnosticar, mejorar o tratar enfermedades físicas y mentales” (Porras, 2018)

2.3.2.11 Medicina ancestral

Las ferias de turismo son eventos de carácter público y periódico que tienen como finalidad primordial la exposición, muestra y difusión de la oferta de bienes y servicios del sector turístico, para contribuir a su conocimiento y comercialización. Su origen se remonta a finales de los años sesenta como una forma de acercamiento entre países emisores y receptores de turismo. En aquellos años el objeto turístico comercializado se identificaba con lo característico y típico de cada región. Las muestras de gastronomía, el folklore y la artesanía constituían el pilar básico de las mismas (Fayos, Sancho, & Sanchez, 2017).

2.3.2.12 Música y danza

La relación entre ambos fenómenos está establecida desde hace tiempo, ya que se remonta a los inicios del turismo: los primeros turistas se sintieron atraídos por la música local, y los destinos locales organizaron muy pronto eventos musicales para atraer visitantes (Berglund, 2020).

2.3.2.13 Gastronomía

La alimentación se diferencia en cada cultura hecho que se da por varios aspectos como el clima, el suelo, los productos agrícolas, etc. El hombre cocina de acuerdo con lo que le ofrece el medio ambiente en el que vive. Así, es posible que a través de la cocina se puedan reconocer culturas, religiones, acontecimientos, épocas, etc (Oñate, Fierro, & Viteri, 2018).

El turismo gastronómico se convierte por tanto en un producto turístico singular, por su carácter desestacionalizador, que se está convirtiendo en una herramienta para el desarrollo socioeconómico de las zonas productoras agroalimentarios (costeras y rurales), generando verdaderas oportunidades derivadas de la dinamización turística en torno a la cultura enogastronomica (Cerezo, 2020)

2.3.2.14 Centros de exhibición

Los no-lugares son los espacios por excelencia legitimados por el turismo, el cual tiene lugar en un espacio fuera del entorno vital del turista, quien se aleja geográficamente de la sociedad de donde proviene y de su medio simbólico-cultural, entrando a participar de un espacio turístico que desconoce. Se produce entonces, una ruptura que le impide ver el lugar, al tiempo que intenta llenar este vacío con un gran flujo de información en un corto espacio de tiempo, en el que busca registrarlo todo, acumular gran cantidad de experiencias y llevar consigo una prueba de ello (Bautista, 2018).

2.3.2.15 Manifestaciones agropecuarias

Esta actividad económica ocupa un lugar protagónico en la mayoría de los países subdesarrollados, siendo el escenario primario y básico, en la producción de alimentos necesarios para la supervivencia del hombre en su proceso histórico. América Latina ha sido por excelencia, una región en la cual se manifiestan dichas relaciones agrarias (Cedeño, Alemán, & Pérez, 2019)

2.3.2.16 Manifestaciones industriales

“El concepto de industrias culturales no es nuevo, hacia el año 1949 Theodor Adorno comenzó a utilizar este término, refiriéndose principalmente a las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales” (Aspíllaga, 2014, pág. 46)

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

La investigación científica está encaminada a profundizar el conocimiento de un proceso ya sea teórico, práctico o teórico-práctico, parte del conocimiento científico y lo lleva a la solución de problemas de la sociedad que de una forma u otra no han sido investigados o su investigación se ha conducido en otra dirección (Cortés, 2004, pág. 8)

Dicho esto, en otras palabras, la metodología de la investigación es un apartado en el cual se exponen las técnicas y procedimientos que organizan los hallazgos de determinado tema a investigar, contribuyendo a un conocimiento determinado.

3.1 Tipo de investigación

Los tipos de investigación son las maneras en las que un estudio se puede abordar en concordancia con los aspectos que lo definen, tales como el título, la profundidad, objetivos, tratamiento de la muestra y los datos, tipo de inferencia, manipulación de las variables, temporalidad, entre otros (Suárez, 2023).

El presente estudio se basa en diferentes tipos de investigación que nos ayudará a buscar una solución a la problemática de dicha exploración, y a su vez en cada uno de los capítulos que posee este proyecto.

3.1.1 *No experimental*

Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. (Escamilla, 2010)

Es decir, la presente disertación es considerada no experimental debido a su enfoque mixto. Consecuentemente, se centra en analizar las dos variables, la oferta turística y las manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz, que, en lugar de manipular dichas variables, pretende describir la realidad turística y cultural de la comunidad.

3.1.2 *Transversal*

La principal característica de este tipo de estudio es que tanto la variable desenlace como exposición son medidas de forma simultánea, por lo que no se puede establecer una adecuada relación de temporalidad. Estos estudios aportan un nivel de evidencia preliminar en relación con la asociación entre variables en comparación con los casos-controles y las cohortes (Vega, Maguiña, Valdivia, & Correa, 2021)

En este mismo contexto, el estudio transversal se justificará porque permitirá tener una visión general acerca de ambas variables en un tiempo concreto, facilitando la obtención de información actualizada de la comunidad.

3.1.3 *Enfoque mixto*

La investigación de métodos mixtos es el complemento de la investigación cualitativa y cuantitativa. Los métodos de investigación mixta ofrecen una gran promesa para la práctica de la investigación. La metodología mixta es formalmente definida aquí como la utilización de los métodos cuantitativos y cualitativos en una investigación social. Una

característica clave de la investigación de métodos mixtos es su pluralismo metodológico (Delgado, Gadea, & Vera, 2018)

Se ha escogido la combinación de elementos cualitativos y cuantitativos con el objetivo de obtener datos complementarios como son datos estadísticos, percepciones asociadas a cada variable según corresponda, permitiendo una comprensión integral de ambas.

3.1.4 Inductivo

El método inductivo es un enfoque que se utiliza en la investigación y el razonamiento científico, que busca inferir conclusiones generales a partir de observaciones específicas. Es decir, este método parte de hechos concretos y particulares para llegar a una conclusión general. Una de las principales características del método inductivo es que se basa en la observación y la recolección de datos empíricos para generar patrones y generalizaciones (Suárez, 2023).

Se escogió este tipo de método, dado que ambas variables de investigación: dependiente e independiente, pueden variar significativamente entre comunidades, por tal motivo el método inductivo facilita la exploración sin previa imposición de categorías preestablecidas, dando lugar a abordar la variable dependiente a profundidad.

3.1.5 Deductivo

Bajo el enfoque deductivo, las hipótesis se ofrecen a priori, los datos se recogen, y los análisis se realizan para determinar el grado en que las hipótesis son apoyadas. La estrategia hipotético-deductiva no está destinada a los investigadores que buscan identificar posibles explicaciones alternativas para los patrones que surgen de los datos. Por el contrario, la deducción se basa en "probar una sola teoría para la adecuación empírica" y para ello deben de existir cuando las premisas que anteceden a la investigación son verdaderas (Andrade, Machado, & Amendariz, 2018).

Así mismo, la elección del enfoque deductivo establece relaciones entre las variables de estudio para proporcionar la selección de información más clara, relacionando de igual manera a las hipótesis formuladas en el proceso investigativo.

3.1.6 Analítico

El método analítico es un procedimiento que descompone un todo en sus elementos básicos y, por tanto, que va de lo general a lo específico. También es posible concebirlo también como un camino que parte de los fenómenos para llegar a las leyes, es decir, de los efectos a las causas (Ortega, s.f).

El método analítico se elige deliberadamente para esta investigación con el objetivo de descomponer, examinar y comprender a fondo la oferta turística y las manifestaciones culturales en la comunidad de Rumicruz. Este enfoque proporciona una estructura sólida para el análisis de datos, facilitando la identificación de patrones, relaciones y la presentación coherente de resultados.

3.1.7 Sintético

“Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos (reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad)” (Labajo, 2017).

El método sintético se selecciona intencionadamente para esta investigación con el propósito de integrar y comprender de manera holística la oferta turística y las manifestaciones culturales en Rumicruz. Este enfoque proporciona una herramienta eficaz para capturar la complejidad de la realidad estudiada y generar conocimientos aplicables y significativos.

3.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación se refiere a la planificación general que se utiliza para abordar una pregunta específica de investigación, generando validez de la misma, entre ellos se utilizarán los siguientes:

3.2.1 Documental

La investigación documental, o bibliográfica, es aquella en la que se obtiene, selecciona, organiza, interpreta, compila y analiza información acerca una cuestión que es objeto de estudio a partir de fuentes documentales. Estas fuentes pueden ser de todo tipo, como libros, hemerografía, registros audiovisuales, recortes de periódico, entre otros. Se trata de una técnica muy usada en ciencias sociales y es de tipo cualitativo (Rubio, 2020).

En relación con lo anterior, la investigación documental permitirá la búsqueda y organización de fuentes confiables de información complementándose entre sí, exponiendo el punto de vista acerca de diferentes conceptualizaciones de términos como música y danza, manifestaciones culturales, medicina ancestral, con el fin de aportar al reconocimiento de la oferta turística que se desarrolla en la localidad.

3.2.2 Correlacional

“Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Fernández & Baptista, 2014).

La elección del diseño correlacional se basa en identificar la relación que existen entre las variables, oferta turística y manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz; por medio de la recopilación de datos y del análisis estadístico.

3.2.3 Observacional

Los estudios observacionales (EO) corresponden a diseños de investigación cuyo objetivo es "la observación y registro" de acontecimientos sin intervenir en el curso natural de estos. Las mediciones, se pueden realizar a lo largo del tiempo (estudio longitudinal), ya sea de forma prospectiva o retrospectiva; o de forma única (estudio transversal) (Manterola & Otzen, 2014, pág. 634).

Además, la elección del diseño observacional se basa utilizar la observación directa que permita identificar patrones, la autenticidad de las expresiones culturales y la influencia que estas tienen al relacionarse con la oferta turística.

3.2.4 Exploratorio

Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno, y generalmente anteceden a los otros tipos. Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado

antes. Se caracterizan por ser más flexibles y amplios en su metodología en comparación con los estudios descriptivos o explicativos (Batthyán & Cabrera, 2020, pág. 33).

El diseño exploratorio se ha elegido como el enfoque metodológico para la investigación sobre "Oferta Turística y Manifestaciones Culturales en la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba" debido a la naturaleza poco explorada y diversa de los fenómenos en estudio. La comunidad de Rumicruz puede albergar una gama variada de manifestaciones culturales y ofertas turísticas que aún no han sido completamente comprendidas. Un diseño exploratorio brinda la flexibilidad necesaria para investigar a fondo estos fenómenos, permitiendo a los investigadores descubrir nuevos patrones, características y relaciones que podrían no haber sido evidentes previamente.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas

Encuesta. - Una encuesta es un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa (Terreros, 2021).

Esta técnica clave, aplicado a los habitantes y actores turísticos de la comunidad Rumicruz, permitirá obtener datos cuantitativos sobre diversas dimensiones como participación comunitaria, preferencias turísticas y las expectativas sobre ella.

3.3.2 Instrumentos

Cuestionario. - Se elaboró dos cuestionarios, uno para la variable independiente y otro para la variable dependiente, utilizando: dimensiones e indicadores para cada variable de estudio, bajo un parámetro de calificación de escala de Likert: Muy malo (1), Malo (2), Regular (3), Bueno (4), y Muy bueno (5), datos que serán procesados en el paquete estadístico de IBM SPSS Statistics y Microsoft Excel.

3.3.3 Confiabilidad de instrumentos

En lo que respecta a la confiabilidad de los instrumentos, se empleó el software SPSS para evaluarla a través del análisis del Coeficiente Alfa de Cronbach. Durante este proceso, se establecieron los siguientes criterios para determinar la fiabilidad.

Tabla 1 Criterios de Coeficiente de Alfa de Cronbach

Índice	Nivel de Fiabilidad	Valor del Alfa de Cronbach
1	Excelente]0.9, 1]
2	Muy Bueno]0.7, 0.9]
3	Bueno]0.5, 0.7]
4	Regular]0.3, 0.5]
5	Deficiente	0, 0.3]

Nota. Adaptado de ALFA DE CRONBACH PARA VALIDAR UN CUESTIONARIO DE USO DE TIC EN DOCENTES UNIVERSITARIOS (p.41) por Tuapanta Dacto, Duque Vaca, & Mena Reinoso, (2017), Revista mktDescubre - ESPOCH FADE.

3.3.3.1 Alfa de Cronbach Variable Independiente: Oferta turística

Se encuestó a 35 actores turísticos del sector Rumicruz, en donde se obtuvo el siguiente nivel de confiabilidad de la variable independiente.

Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.98	16

Nota. Fuente: Elaboración propia

En el estadístico de coeficiente de Cronbach se obtuvo un resultado de 0.98, mismo que en base a los criterios del alfa de Cronbach está ubicado dentro del rango Muy bueno, lo que nos da paso a la aplicación de la encuesta.

3.3.3.2 Alfa de Cronbach Variable Dependiente: Manifestaciones culturales

Se encuestó a 128 habitantes de la comunidad Rumicruz en donde se obtuvo el siguiente nivel de confiabilidad de la variable independiente.

Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,99	12

Nota. Fuente: Elaboración propia

El coeficiente de Cronbach arrojó un resultado de 0.99, y según los estándares establecidos para el alfa de Cronbach, este se encuentra en la categoría de "Muy bueno". Este resultado nos proporciona la justificación para proceder con la aplicación de la encuesta.

3.4 Operacionalización de variables y matriz de consistencia

De igual manera, durante la ejecución de la investigación, se aplicó la reconocida matriz de operacionalización de variables. Esta matriz se organiza en cuadrantes que abarcan aspectos como variables, categorías o dimensiones, indicadores, ítems, métodos, técnicas e instrumentos, los cuales se desarrollarán a lo largo del proceso de elaboración del estudio. Esta matriz sirve como punto de partida para la siguiente, la matriz de consistencia, en la que se detallan principalmente los problemas, objetivos e hipótesis de investigación, tanto generales como específicos. Estos detalles se encuentran disponibles en los anexos (*Anexo 2, Anexo 3 y Anexo 4*) para su apreciación más detallada.

3.5 Población de estudio y tamaño de muestra

3.5.1 Unidad de análisis

En otra perspectiva, la unidad de análisis se define como la entidad de estudio seleccionada por la investigadora, convirtiéndose así en el foco de estudio y en la fuente primordial de datos pertinentes para la investigación en cuestión. En el caso específico que nos ocupa, estas unidades son nuestras poblaciones o universos de estudio, como son:

Variable independiente: Oferta Turística

La unidad de análisis para la Oferta Turística, a los destinos y establecimientos turísticos de la comunidad de Rumicruz.

Variable dependiente: Manifestaciones Culturales

Por otro lado, para la unidad de análisis para las Manifestaciones Culturales se enfocará a la población económicamente activa de la comunidad de Rumicruz.

3.5.2 Población de estudio**3.5.2.1 Población de la variable independiente: Oferta Turística**

La población objeto de estudio en lo que respecta a la variable independiente de oferta turística está asociada a la presencia de diversidad atractivos turísticos, servicios, infraestructura y cultura de la localidad. La interrelación de estos elementos crea un conjunto integral que define la oferta turística y, por ende, su conexión estrecha con la variable independiente.

3.5.2.2 Selección de la muestra: Oferta Turística.

Muestreo intencional o de conveniencia: Aquel método que solo incluye a los elementos poblacionales que cumplen ciertos criterios prácticos, como la disponibilidad y facilidad de acceso, la proximidad geográfica, o, en el caso de personas, la voluntad de participar en el estudio. Asimismo, se refieren a las muestras de conveniencia como accidentales, porque los elementos pueden ser seleccionados simplemente por estar situados temporal, espacial o administrativamente, al alcance del investigador que está realizando la recogida de datos (Romero, y otros, 2017).

El tipo de muestreo seleccionado es de naturaleza no probabilística, ya que la muestra fue elegida según la conveniencia y criterio de la investigadora, sin recurrir al uso de alguna fórmula estadística o programa informático. Esto se debe a la limitada cantidad de actores turísticos dentro de la zona en estudio. El enfoque se dirige principalmente hacia los guías locales presentes en la zona y ciertas entidades como el GAD parroquial, GAD cantonal y la prefectura de Chimborazo. Se llevaron a cabo 35 encuestas físicas a turistas asociados con el sector para recopilar la información necesaria.

Tabla 4 Muestra de la variable independiente: Oferta turística

Entidades	Representantes	Rol	Numero de encuestas
GAD Parroquial de Rumicruz	Manuel Ocanagua	Presidente de la junta parroquial de Rumicruz.	5
GAD Municipal de Riobamba	Andrea Benavides	Directora de Gestión de Turismo del GAD Municipal de Riobamba	10
Prefectura de Chimborazo	Carla Castillo	Técnica del departamento de cultura y deporte	5

Casa de la Cultura Núcleo de Chimborazo	Juan Carlos Huaraca	Director de la Casa de la Cultura Núcleo de Chimborazo	5
Guías del Ecuador	Miguel Cazar	Guía Nacional	10
Total			35

Nota. Fuente: Daniel Villa (2023)

3.5.2.3 Población de la variable dependiente: Manifestaciones Culturales

Se consideró la participación de 564 residentes encuestados de la Comunidad de Rumicruz. Los cuales constituirán una valiosa fuente de datos, proporcionando información fundamental sobre los conocimientos ancestrales que se conocen y se conservan en la región. Su participación se considera esencial para establecer una sólida base de datos en este aspecto.

3.5.2.4 Selección de la muestra: Manifestaciones Culturales

Para la selección de la muestra, se aplicó la fórmula estadística que se detalla a continuación, un método riguroso empleado con el fin de garantizar un proceso adecuado y representativo en la elección de los participantes para el estudio.

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

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.25 \cdot 564}{564(0.076)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{3.84 \cdot 0,25 \cdot 564}{564(0.605776) + 3.84 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{3031.68}{17.72}$$

$$n = 128$$

Donde:

Z = Nivel de confianza (93%)

N = Universo (564)

p = Probabilidad a favor (0.5)

q = Probabilidad en contra (0.5)

e = Error de estimación (0.076)

n = Tamaño de la muestra (128).

3.7 Hipótesis

3.7.1 Hipótesis General

- **H1** Existe relación entre oferta turística y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.
- **H0** No existe relación entre oferta turística y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.

3.7.2 Hipótesis Específicas

- **He1.-** Existe relación entre los productos turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.
- **He0.-** No existe relación entre los productos turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.
- **He1.-** Existe relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.
- **He0.-** No existe relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.
- **He1.-** Existe relación entre los espacios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi
- **He0.-** No existe relación entre los espacios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi

3.8 Métodos de análisis

La elección realizada para el análisis y procesamiento de datos implica la utilización del estadígrafo Rho de Spearman. Esta elección se fundamenta en la naturaleza no paramétrica de nuestro estudio, donde se busca examinar la relación entre las variables de interés. El estadígrafo Rho de Spearman se seleccionó por su idoneidad en este contexto. Este método se basa en una serie de parámetros que nos permitirán profundizar en la comprensión de las relaciones entre las variables en cuestión.

Tabla 5 Coeficiente de correlación Rho de Spearman

Valor de rho	Criterio
-0.91 a -1	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.75 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota. Adaptado de Aplicación del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio de fisioterapia (p.02) por Montes Díaz , Ochoa Celis, Juárez Hernández , Vazquez Mendoza , & Díaz León, (2021), Revista CAPE.

3.9 Procesamiento de datos

3.9.1 Hipótesis general

1. Planteamiento de hipótesis

H1 Existe relación entre oferta turística y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.

H0 No existe relación entre oferta turística y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.

Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

2. Estadístico de prueba

IBM SPSS Statistics

4. Lectura de p valor

p_valor= 0.802

Tabla 6 Prueba hipótesis general

Correlaciones					
			Oferta Turística	Manifestaciones culturales	
Rho de Spearman	Oferta Turística	Coeficiente de correlación	1,000	,242	
		Sig. (bilateral)	.	,161	
		N	35	35	
	Manifestaciones culturales	Coeficiente de correlación	,242	1,000	
		Sig. (bilateral)	,161	.	
		N	35	128	

5. Toma de decisión

Como se puede apreciar el nivel de significancia es de 0.161 la cual es mayor al margen de error del 0.05, lo cual indica que hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis alternativa (H1) y aceptar la hipótesis nula (H0) que nos dice “No existe relación entre oferta turística y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.”, además se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.242 lo cual sugiere entre las variables de investigación una correlación positiva de magnitud moderada.

2.9.2 Hipótesis específica 1

1. Planteamiento de hipótesis

He1.- Existe relación entre los productos turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.

He0.- No existe relación entre los productos turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.

2. Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

3. Estadístico de prueba

IBM SPSS Statistics

4. Lectura de p valor

p_valor= 0.191

Tabla 7 Prueba hipótesis específica 1

Correlaciones				
			Producto	Manifestacion
			s	es turísticas
Rho de Spearman	Manifestaciones culturales	Coeficiente de correlación	1,000	,246
		Sig. (bilateral)	.	,155
		N	128	35
	Productos Turísticos	Coeficiente de correlación	,246	1,000
		Sig. (bilateral)	,155	.
		N	35	35

5. Toma de decisión

Como se puede apreciar el nivel de significancia es de 0.155 la cual es mayor al margen de error del 0.05, por lo cual se concluye que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0) que nos dice “No existe relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi”, a su vez, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.246 que significa que existe una correlación positiva media.

3.9.1 Hipótesis específica 2

1. Planteamiento de hipótesis

He1.- Existe relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.

He0.- No existe relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi.

2. Margen de error

Alfa: 5% \rightarrow 0,05

3. Estadístico de prueba

IBM SPSS Statistics

4. Lectura de p valor

p_valor= 0.828

Tabla 8 Prueba hipótesis específica 2

Correlaciones

				Manifestacion es culturales	Servicios turísticos
Rho Spearman	de Manifestaciones culturales	de Coeficiente de correlación		1,000	,108
			Sig. (bilateral)	.	,537
			N	35	35
	de Servicios turísticos	de Coeficiente de correlación		,108	1,000
			Sig. (bilateral)	,537	.
			N	35	35

5. Toma de decisión

Como se puede apreciar el nivel de significancia es de 0.108 la cual es mayor al margen de error del 0.05, por lo cual se concluye que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0) que nos dice “No existe relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi”, a su vez, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.108 que significa que existe una correlación positiva débil.

3.9.4 Hipótesis específica 3

1. Planteamiento de hipótesis

He1.- Existe relación entre los espacios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi

He0.- No existe relación entre los espacios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi

2. Margen de error

Alfa: 5% \rightarrow 0,05

3. Estadístico de prueba

IBM SPSS Statistics

4. Lectura de p valor

p_valor= 0.685

Tabla 9 Prueba de hipótesis específica 3

Correlaciones					
				Manifestacion es culturales	Espacios turísticos
Rho Spearman	de Manifestaciones culturales	de Coeficiente de correlación		1,000	,770**
			Sig. (bilateral)	.	<,001
			N	128	35
	de Espacios turísticos	de Coeficiente de correlación		,770**	1,000
			Sig. (bilateral)	<,001	.
			N	35	35

5. Toma de decisión

Como se puede apreciar el nivel de significancia es de $<,0001$ la cual es mayor al margen de error del 0.05, por lo cual se concluye que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) que nos dice “Existe relación entre los espacios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi”, a su vez, se obtuvo un coeficiente de correlación de $0,770^{**}$ que significa que existe una fuerte relación entre las variables.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis e interpretación de resultados

Los datos recolectados mediante encuestas a los residentes de la comunidad Rumicruz y a los actores turísticos que operan en esa área fueron registrados y codificados en una hoja de cálculo de Microsoft Excel, posteriormente, se ingresaron en el programa IBM SPSS Statistics, desde donde se generaron gráficos y tablas correspondientes a los ítems de cada una de las variables.

Además, se llevó a cabo una breve interpretación de estos resultados, destacando su contribución específica a la investigación. Una exposición más detallada de estos análisis se encuentra disponible en los anexos (*Anexo 8 y Anexo 9*).

4.1.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente “Oferta turística”

A continuación, se proporciona un resumen integral de los resultados más destacados relacionados con la variable independiente de oferta turística. Este análisis se llevó a cabo mediante encuestas dirigidas a los actores turísticos clave que operan en la comunidad Rumicruz. Estos participantes han compartido valiosa información que destaca:

Variable independiente: Oferta turística		
N°	Ítems	Interpretaciones
Información General		
1	Género	Según el número de encuestados se refleja que: 63% son de género femenino 37% son del género masculino Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados pertenecen al sexo femenino con un 63%.
2	Edad	Según el número de encuestados se refleja que: 9% tiene 18 - 25 años 11% tiene 26 - 33 años 52% tiene 34 - 41 años 11% tiene 42 - 49 años 17% tiene 50 en adelante Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados ronda entre las edades de 34 a 41 años de edad con un 52%.
3	Nivel de instrucción	Según el número de encuestados se refleja que: 3% cuenta con estudios primarios 6% cuenta con estudios secundarios 23% cuenta con estudios superiores no universitarios 28% cuenta con estudios superiores universitarios

		40% cuenta con estudios de postgrado Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados cuentan con estudios de postgrado con un 40%.
Información Específica		
Productos turísticos		
1	Accesibilidad a los destinos turísticos	Según el número de encuestados se refleja que: 6% Muy malo 12% Malo 31% Regular 37% Bueno 14% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el acceso a los destinos turísticos es bueno con un 31%.
2	Disponibilidad en el acceso de información turística proporcionada (señalización, guías, folletos)	Según el número de encuestados se refleja que: 6% Muy malo 6% Malo 37% Regular 37% Bueno 14% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el acceso a la información turística es considerado como bueno y regular con un 37%.
3	Nivel de satisfacción en relación a experiencias espirituales o culturales	Según el número de encuestados se refleja que: 7% Malo 9% Regular 37% Bueno 47% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el nivel de satisfacción es muy bueno en relación a experiencias espirituales o culturales con un 47%.
4	Calidad de servicios turísticos como: alojamiento, restaurantes, transportes disponibles en Rumicruz.	Según el número de encuestados se refleja que: 17% Muy malo 14% Malo 23% Regular

		<p>17% Bueno 29% Muy bueno. Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la calidad de los servicios turísticos disponibles en Rumicruz es muy buena con un. 29%.</p>
5	Calidad de las instalaciones y equipamiento utilizadas durante la visita turística	<p>Según el número de encuestados se refleja que: 9% Malo 43% Regular 37% Bueno 11% Muy bueno. Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la calidad de las instalaciones es buena durante la visita turística con un 37%.</p>
Servicios turísticos		
6	Diversidad de actividades turísticas desarrolladas	<p>Según el número de encuestados se refleja que: 9% Malo 43% Regular 37% Bueno 11% Muy bueno. Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la diversidad de actividades turísticas desarrolladas es regular con un 43%.</p>
7	Accesibilidad a las actividades turísticas	<p>Según el número de encuestados se refleja que: 3% Muy malo 3% Malo 37% Regular 34% Bueno 23% Muy bueno. Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la accesibilidad a las actividades turísticas es regular con un 37%.</p>
8	Satisfacción y comodidad al recibir el servicio de turismo a los visitantes	<p>Según el número de encuestados se refleja que: 6% Regular 48% Bueno 46% Muy bueno</p>

		Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el servicio turístico es bueno con un 48%.
9	Nivel de satisfacción al participar en las actividades turísticas durante la visita	Según el número de encuestados se refleja que: 17% Bueno 18% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el nivel de satisfacción es muy bueno al participar en las diferentes actividades turísticas con un 18%.
10	Recomendación a otros viajes en base a los atractivos y actividades desarrolladas	Según el número de encuestados se refleja que: 6% Regular 48% Bueno 46% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la recomendación a otros viajeros es buena en base a los atractivos y actividades desarrolladas con un 48%.
Espacios turísticos		
11	Evaluación en general de este espacio turístico	Según el número de encuestados se refleja que: 6% Regular 31% Bueno 63% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la evaluación en general es muy buena de este espacio turístico con un 63%.
12	Originalidad y singularidad a consideración con otros espacios turísticos	Según el número de encuestados se refleja que: 6% Regular 31% Bueno 63% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la originalidad y singularidad es muy buena a comparación con otros destinos turísticos con un 63%.
13	Valoración sobre la conservación y mantenimiento del lugar	Según el número de encuestados se refleja que: 8% Muy malo 6% Malo 14% Regular

		43% Bueno 29% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la valoración es buena sobre la conservación y mantenimiento del lugar con un 43%.
14	Rescate de costumbres y tradiciones	Según el número de encuestados se refleja que: 20% Bueno 80% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el rescate de costumbres y tradiciones es muy bueno con un 80%.
15	Enriquecimiento de la experiencia al explorar y aprender sobre esta comunidad	Según el número de encuestados se refleja que: 3% Regular 54% Bueno 43% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el enriquecimiento de la experiencia al explorar es bueno sobre esta comunidad con un 54%.

4.1.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente “Manifestaciones turísticas”

A continuación, se proporciona un resumen integral de los resultados más destacados relacionados con la variable dependiente de manifestaciones culturales. Este análisis se llevó a cabo mediante encuestas dirigidas a la población activa económicamente clave que operan en la comunidad Rumicruz. Estos participantes han compartido valiosa información que destaca:

Variable dependiente: Manifestaciones culturales		
N°	Ítems	Interpretaciones
Información General		
1	Género	Según el número de encuestados se refleja que: 76% son de género femenino 24% son del género masculino Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados pertenecen al sexo femenino con un 76%.

2	Edad	<p>Según el número de encuestados se nos menciona que:</p> <p>12% tiene 18- 25</p> <p>20% tiene 26-33 años</p> <p>13% tiene 34-41 años</p> <p>17% tiene 42-49 años</p> <p>38% tiene 50 años en adelante</p> <p>Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados cuentan con una edad de 50 años en adelante con un 38%.</p>
3	Nivel de instrucción	<p>Según el número de encuestados se refleja que:</p> <p>45% cuenta con estudios primarios</p> <p>12% cuenta con estudios secundarios</p> <p>14% cuenta con estudios superiores no universitarios</p> <p>0% cuenta con estudios superiores universitarios</p> <p>3% cuenta con estudios de postgrado</p> <p>27% no cuenta con estudios formales</p> <p>Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados cuentan con un nivel de instrucción primaria con un 45%.</p>

Información Específica

Arquitectura

1	Estado de conservación de las edificaciones y estructuras históricas de la comunidad	<p>Según el número de encuestados se refleja que:</p> <p>29% Muy malo</p> <p>7% Malo</p> <p>55% Regular</p> <p>34% Bueno</p> <p>3% Muy bueno</p> <p>Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el estado de conservación de las edificaciones y estructuras históricas es regular con un 55%.</p>
2	Diseño de los espacios urbanos de la comunidad	<p>Según el número de encuestados se refleja que:</p> <p>52% Muy malo</p> <p>3% Regular</p> <p>45% Muy bueno</p> <p>Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que el diseño de espacios urbanos es muy malo con un 52%.</p>

3	Influencia de la arquitectura en el sentimiento de orgullo y pertenencia de los habitantes de la comunidad de Rumicruz	Según el número de encuestados se refleja que: 1% Malo 1% Regular 48% Bueno 50% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que si es muy bueno el sentimiento emocional que vincula al cuidado de expresiones culturales con un 50%.
Valor Cultural		
4	Compromiso con la sostenibilidad y preservación arquitectónica de la comunidad	Según el número de encuestados se refleja que: 17% Bueno 83% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la valoración es muy buena del patrimonio arquitectónico con un 83%.
Floklore		
5	Interacción y participación de la comunidad en eventos culturales	Según el número de encuestados se refleja que: 4% Malo 21% Regular 31% Bueno 44% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la participación actividad es muy buena en la comunidad con un 44%.
6	Variedad y calidad de artesanías disponibles para los turistas en la comunidad	Según el número de encuestados se refleja que: 52% Regular 2% Bueno 46% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la disponibilidad es regular en la variedad de artesanías con un 52%.
7	Promoción de la comunidad de Rumicruz en el contexto turístico	Según el número de encuestados se refleja que: 52% Muy malo 1% Malo 30% Regular 5% Bueno

		<p>12% Muy bueno</p> <p>Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que es muy mala la promoción de la comunidad en el ámbito turístico con un 52%.</p>
8	Promoción de la música y danza tradicional	<p>Según el número de encuestados se refleja que:</p> <p>52% Muy malo</p> <p>1% Malo</p> <p>30% Regular</p> <p>5% Bueno</p> <p>12% Muy bueno</p> <p>Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que es muy mala la promoción de la identidad cultural con un 52%.</p>
Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas		
9	Efectividad en la integración de avances en campos científicos técnicos en las actividades turísticas	<p>Según el número de encuestados se refleja que:</p> <p>28% Muy malo</p> <p>11% Malo</p> <p>56% Regular</p> <p>9% Bueno</p> <p>6% Muy bueno</p> <p>Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que es regular la integración de avances científicos relacionado al turismo con un 56%.</p>
10	Integración de manifestaciones contemporáneas como: cultura y arte para agregar valor a la oferta turística en Rumicruz,	<p>Según el número de encuestados se refleja que:</p> <p>43% Muy malo</p> <p>50% Regular</p> <p>3% Bueno</p> <p>4% Muy bueno</p> <p>Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que la incorporación de manifestaciones contemporáneas a la oferta turística es regular con un 50%.</p>
11	Impacto en la identidad cultural de la comunidad de Rumicruz	<p>Según el número de encuestados se refleja que:</p> <p>4% Regular</p> <p>76% Bueno</p> <p>20% Muy bueno</p>

		Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que es bueno el impacto en la identidad cultural en la comunidad con un 76%.
12	Aporte a la experiencia de conocimiento de los turistas a través de los avances técnicos y científicos	Según el número de encuestados se refleja que: 4% Regular 76% Bueno 20% Muy bueno Por ende, se concluye que la mayoría de los encuestados afirman que bueno el aporte a la experiencia para que los turistas accedan a la información y disfruten de la experiencia turística con un 76%.

4.2 Discusión

En cuanto al apartado de la discusión, permitió el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las dos variables de estudio presentadas en el transcurso de la investigación, en base a las hipótesis planteadas, se concluyó que en base a los resultados proporcionados, la prueba de hipótesis para la relación entre ambas variables en la comunidad, sugiere que no hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula (H_0), en la que se plantea que no existe relación entre la oferta turística y las manifestaciones culturales. Sin embargo, es posible vincular ambas, por medio de actividades en las que prevalezca el rescate de las diversas formas de expresión cultural, que representen la identidad de la misma; dichas actividades pueden incluir festivales, danzas en los que participe personas propias de la comunidad para dar a conocer a los visitantes sus artesanías, gastronomía, rituales ancestrales y de esta manera se trasmitan a través de las generaciones para que no se excluyan de su propia identidad. En última instancia, por medio de este análisis se concluye que lo antes expuesto pertenecería a construir la clave para una experiencia turística enriquecedora, contribuyendo a que los visitantes conozcan sobre la identidad cultural de la comunidad, a través de esto creando publicidad para la localidad.

5. CAPÍTULO V. PROPUESTA.

5.1 PROPUESTA

Estrategia de inserción de las manifestaciones culturales en la oferta turística de la comunidad Rumicruz, Parroquia Santiago de Calpi, Provincia de Chimborazo.

5.2 Introducción.

Los descendientes de la etnia Puruhá, ubicados en la comunidad de Rumicruz en el cantón Riobamba, dedican la mayor parte de su tiempo a la agricultura y la ganadería, lo que les ha generado sus ingresos económicos netos durante muchos años. Sin embargo, cabe señalar que esta comunidad no aprovecha de la mejor manera su riqueza cultural que posee, por eso se busca utilizar estas riquezas que puedan proyectar una mejor identidad cultural y convivencia en la comunidad. Esto lleva a generar una propuesta que ayude a identificar, fortalecer y preservar las manifestaciones culturales de la zona y a su vez ofrecer una oferta turística interesante para la comunidad.

Para llevar este proceso a cabo primero debemos identificar las manifestaciones culturales que ayuden a establecer una oferta turística y además se forme un mejor ingreso económico para reactivar el turismo, ya que según los resultados obtenidos se reflejó que la oferta turística tiene un débil potencial cultural para atraer turistas, debido a la falta de colaboración que hay entre sus habitantes, lo cual ha ocasionado un débil conocimiento sobre la explotación turística en base a la cultura que ellos poseen.

Como segundo punto se busca seleccionar las manifestaciones culturales más representativas de la comunidad para su oferta turística, para de esta manera poder guiarla a una mejor convivencia y también promocionar una oferta adecuada siempre y cuando se valore sus costumbres y tradiciones para transmitir a los turistas sobre cómo es la identidad de los pobladores.

La última estrategia a desarrollarse para la comunidad de Rumicruz es el diseño de elementos que identifiquen las manifestaciones culturales, para que los habitantes puedan plasmarlas en productos que ellos crean necesarios o atractivos, dando como ejemplo alfombras, gorros o tazas, etc., utilizando imágenes creadas por artistas de la comunidad o también por gente que realiza el arte comunitario para lograr elaborar diseños en base a las manifestaciones culturales de la comunidad y así alcanzar una conexión directa con el turista.

5.3 Objetivos.

Objetivo General

Crear estrategias de inserción de las manifestaciones culturales en la oferta turística de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

Objetivos específicos

- Identificar las manifestaciones culturales con potencial turístico de la comunidad.
- Seleccionar las manifestaciones culturales más relevantes representativas de la comunidad.

- Adaptar elementos turísticos que identifiquen las manifestaciones culturales de la comunidad.

5.4 Justificación

La propuesta presentada tiene como finalidad generar estrategias de inserción de las manifestaciones culturales para la oferta turística de la comunidad Rumicruz, para poder contribuir en una mejor propuesta turística de la comunidad quienes al contar con una variada manifestación cultural y arqueológica pueden dar a conocer sobre sus hábitos más ancestrales y alcanzar un turismo comunitario.

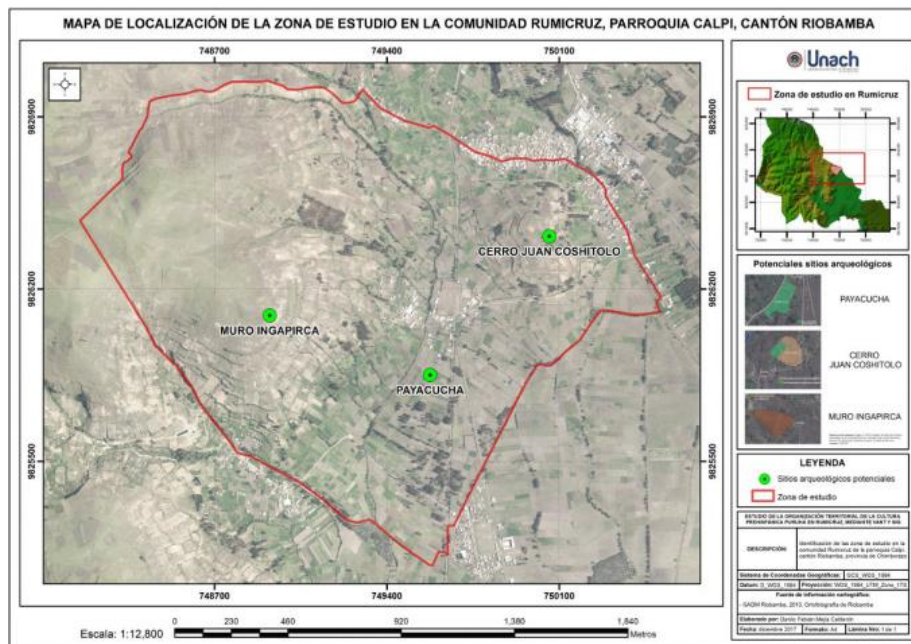
Reseña histórica de la comunidad Rumicruz.

Según Rojas (2010) describe que:

La comunidad Rumicruz está formada por indígenas que se dedican a labores agrícolas y ganaderas, en las cuales sobresale la ganadera, a través de la cual se producen los ingresos por venta de leche, mientras que en el aspecto agrícola la producción se destina para el autoconsumo; constituyen estas actividades la única fuente de ingresos económicos para un 94% de jefes de familia, pues únicamente el 6% tiene un trabajo formal, por lo que el ingreso mensual promedio por familia es de 100 USD que no cubre las necesidades de la población.

Los agropecuarios indígenas que aún viven en la comunidad Rumicruz generan ingresos mediante su trabajo diario los cuales son labores agrícolas y ganaderas como la venta de leche entre otros, esto genera un ingreso de alrededor de 100\$ ocasionando que no cubran las necesidades de la comunidad, por lo cual sería importante aprovechar estas actividades culturales como parte de una oferta turística de un turismo comunitario (pág. 13).

Ubicación geográfica de Rumicruz.



Nota. Adaptado de Estudio de la organización territorial de la cultura prehispánica puruhá en Rumicruz, Ecuador, (p.36), por Mejía Calderón, (2019), UNIGS MSc programme.

Características Generales de la comunidad Rumicruz

Entorno geográfico

Se presentará el diagnóstico en lo que se refiere a la comunidad Rumicruz, sobre su población, límites y demás.

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO GEOGRÁFICO DE LA PARROQUIA RUMICRUZ

Población	300 habitantes
Límites	La comunidad de Rumicruz se encuentra limitada al Norte por la comunidad de Pulingui, al Sur por la comunidad de Nitiluisa, al Este con la comunidad San Vicente de Luisa y al Oeste por la parroquia San Juan.
Extensión	13,11 has aproximadamente
Clima	La temperatura media en la parroquia Calpi fluctúa entre 5 y 13 °C y la precipitación fluctúa entre los 3.9 y 129.8 mm. La parte central de Calpi con 3,684.84 ha se caracteriza por el clima ecuatorial mesodérmico semi-húmedo a húmedo. Las temperaturas mínimas descienden rara vez a menos de 5°C y las máximas no superan los 13°C. Variando en función de la altura y de la exposición, la humedad relativa tiene valores comprendidos entre el 65 y el 85% y la duración de la insolación puede ir de 1,000 a 2,000 horas anuales
Sitios y sectores	Sitios: Pulingui, Nitiluisa y San Vicente de Luisa Sectores: San Andrés, La Moya, Jatari Campesino, San Juan y Calpi
Servicios básicos	Salud: Distintos factores influyen en el acceso a los servicios de salud, desde la ubicación de los centros de salud y la disponibilidad de proveedores médicos, influye asimismo la falta de transporte. El fácil o difícil acceso a la atención médica tiene consecuencias sobre la morbilidad y la mortalidad de la población. Los servicios de salud en la Parroquia se llevan a cabo en un Centro y subcentro hasta donde acuden las personas a la prevención de enfermedades, aquí se brinda servicios de primeros auxilios, tratamientos preventivos, campañas médicas, estos cuentan con médicos, enfermeras, un(a) auxiliar de enfermería. Educación: La parroquia rural de Rumicruz no cuenta con establecimientos de educación dentro de sus límites geográficos, pero si acuden a centros de educación de comunidades aledañas como Escuela "Quipaypan", Unidad Educativa Once de Noviembre y Unidad Educativa Geovanny Calles.

Deporte: Se cuenta con una cancha de vóley y una cancha de indor-futbol.

Agua potable: Los recursos hídricos en el área de estudio son abundantes. Y pertenece a la subcuenca del Río Chambo que drena con los ríos Cutuchi y Ambato toda la parte alta de la demarcación hidrográfica del Pastaza, delimitación creada en 2010 por la SENAGUA.

Energía eléctrica: Cuenta con una calidad media debido a que el servicio no es continuo y hay varias interrupciones por las lluvias y vientos fuertes.

Vivienda: Al inicio de su creación solo se construyeron cuatro casas muy separadas las mismas que fueron de palo, tierra y sus techos eran de paja, pero en la actualidad existen casas mixtas en donde se mezcla lo que es el hormigón, ladrillo, bloque y bahareque.

Internet: La mayoría de la población está conectado a un servicio de internet a través de distintos proveedores, asimismo, cabe recalcar que no todos los lugares cuentan con una buena señal para el servicio.

Accesibilidad: La mayoría de las vías son de segundo y tercer nivel y solo la vía principal se encuentra asfaltada y se puede llegar mediante transporte terrestre todos los días, el bus que lleve al lugar sale de la terminal intercantonal de la ciudad de Riobamba. Este medio se puede adquirir a cada hora en la cooperativa Unidos

**Organizaciones
sociales y
deportivas**

Organización Social: Organización de mujeres Santa Anita.
Organización deportiva: Club juvenil El progreso y Nueva Generación.

Nota. Adaptado de Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de Calpi, (p. 45-75), por PDyOT parroquial de Calpi, (2015), PDyOT parroquial de Calpi.

Entorno Turístico de la comunidad Rumicruz

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA RUMICRUZ

Fiestas parroquiales	11 de Junio “Parroquialización” 29 de Junio “Fiestas de San Pedro” 06 de Enero “Fiesta de reyes”
Atractivos turísticos	Cruz de Piedra: La cruz de piedra se encuentra a pocos metros de la comunidad de Rumicruz y ha sido removida muchas veces pues esta divide a Rumicruz de las otras comunidades.

Muros de ingapirca: Se trata de un muro de 70 metros de longitud, 1 metro de altura en algunas zonas visibles y de 40-50 centímetros en otras áreas, ya que la mayor parte está cubierta por la tierra procedente de terrazas superiores. Ubicado a 200 metros al oeste de la comunidad de Rumicruz, a 3.422 m.s.n.m.

Viviendas antiguas: Estas viviendas son un atractivo importante, porque su infraestructura es netamente antigua construidas hace más de 100 años mediante la técnica de tapial y adobe y cubiertas de paja.

Payacucha: Se trata de una zona de terreno plano, de 16.000 m² ubicada a 50 metros al sur de la comunidad. Su nombre en quichua significa paya (viejo) y cucha (laguna), es decir «laguna vieja».

Cerro Juan Coshitolo: Se trata de un cerro en forma piramidal, con terrazas trabajadas artificialmente. La zona donde abundan restos arqueológicos puruhaes, situada al oeste, tiene un área de 200 m². Está ubicado a 80 metros al norte de la comunidad. También es conocido como el «Cerro Redondo». Su nombre en quichua significa juan (persona) y cushi (alegría), es decir «persona alegre».

Iglesia parroquial: Un atractivo de carácter cultural que llama a todos los fieles devotos de la parroquia para las ceremonias espirituales y demás manifestaciones culturales que se expresan en la comunidad.

Comidas típicas

Cariucho y papas con cuy o carne de res.

Idioma: Bilingüe (Kichwa y español)

Vestimenta: Tradicional indígena en su propio lugar. Amestizado en los varones jóvenes fuera del lugar.

Fiestas: Tradicionales colonizadas: Navidad. Finados, Reyes, Carnaval, Pascuas, Patronales.

Valores: reciprocidad, solidaridad, cambia manos, mingas, trueque, apoyo social.

Cultura

Creencias: Buena cosecha, fases lunares para la siembra y corte de árboles, romerías.

Religión: Estimativo: 40% evangélicos, 60% católicos. Los Shamanes son también curadores en base a hierbas medicinales y que además realizan limpiezas.

Actividades turísticas

Caminata, fotografía y ciclismo.

Servicios turísticos

Alojamiento: No existe

Alimentación: Cafetería parroquial (Sin funcionamiento)

Transporte: No existe

Operación e Intermediación turística: No existe

Nota. Adaptado de Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de Calpi, (p. 45-75), por PDyOT parroquial de Calpi, (2015), PDyOT parroquial de Calpi.

5.5 Desarrollo de la propuesta.

Las manifestaciones culturales con potencial turístico de la comunidad Rumicruz.

En base a la investigación realizada se ha podido identificar las siguientes manifestaciones culturales de la comunidad.

- **Parroquialización.**

Este evento se realiza cada 11 de junio, en donde la comunidad realiza varias actividades para celebrar su parroquialización, en la cual cada hogar comparte con los habitantes en la organización de juegos populares también comparten la diferente gastronomía que posee el lugar.

- **Fiestas de San Pedro.**

Se realiza cada 29 de junio en devoción a San Pedro, fecha en la cual las personas creyentes reflejan su adoración por medio de eventos culturales y también realizan una misa en su honor junto a las procesiones en la que cada miembro de casa participa, además se realizan bailes populares en donde se manifiesta la cultura y tradición del pueblo.

- **Fiesta de Reyes.**

Es una celebración muy tradicional para el Ecuador, pero cada comunidad tiene una forma diferente de realizarlo, en la comunidad Rumicruz se la lleva a cabo desde 2 días antes, en donde se realizan eventos culturales entre las familias, como por ejemplo contar historias que se han ido registrando a cada hogar a sus descendencias, también cada familia realiza los llamados “Pases del niño” pero con una temática diferente, con los personajes tradicionales ya conocidos, pero también se agregan a personajes míticos de las historias que hay en el sector, esto hace que sea muy diferente a como en la ciudad se la realiza.

Cuando llega el día de la “Fiesta de Reyes”, realizan un pregón de los personajes ya encargados por cada familia, y los sacerdotes son los encargados de disfrazarse de los reyes magos, los cuales interpretan una trama de la llegada a belén, para la visita al nacimiento de Jesús, realizan varias recitaciones hacia los espectadores y llevan consigo comida preparada tradicionalmente en la comunidad.

Las manifestaciones culturales más relevantes representativas de la comunidad.

Estas manifestaciones culturales son las que se han tomado en cuenta ya que tienen un alto nivel de importancia para la comunidad y los turistas ya que realizan actividades destacadas en estas fechas.

- **Parroquialización.**

Se escogió esta fecha por ser un evento muy importante al representar directamente las costumbres y tradiciones con las que cuenta el pueblo, es un momento especial porque ayuda a identificar como es la convivencia de la comunidad.

- **Fiestas de San Pedro.**

Se pretende usar esta fecha ya que para ellos San Pedro es una representación católica muy grande por ser muy devotos a ese santo y realizan varias actividades diferentes a lo

cotidiano de la comunidad lo cual también simboliza la diferenciación a sus costumbres y sobre todo a la fe católica que ellos tienen.

Para promocionar estas manifestaciones en su oferta se sugiere realizar ferias de emprendimiento que pueden ser promovidas en las mismas fechas especiales de la comunidad, también como un punto clave sería la realización de videos y fotografías reales del producto para publicarlos en redes sociales y así poder llegar a más gente, de esa manera se podrá evidenciar cuan llamativo puede ser el producto.

Un dato importante por dar a destacar es crear una marca representativa de la comunidad que ayude a identificar que son productos propios del lugar para poder diferenciarlo de otras marcas, esto ayudará a elevar el nivel de significancia del producto.

Diseñar elementos turísticos que identifiquen las manifestaciones culturales de la comunidad.

Con esta estrategia se pretende dar a conocer de manera ilustrada sobre las manifestaciones culturales con la que cuenta el sector, logrando llamar la atención de nuevos turistas y así alcanzar que el sector y los visitantes valoren la identidad cultural con la que cuenta la comunidad de Rumicruz, también el objetivo de elevar los ingresos económicos de cada uno de los habitantes.

Para lograr diseñar elementos turísticos se requiere seguir los siguientes pasos:

- Identificar y seleccionar los modelos que se desea plasmar
- Capacitar a los habitantes que deseen empezar este proyecto.
- Solicitar un convenio con entidades públicas para la maquinaria.
- Crear el producto físico para su difusión.
- Solicitar a entidades públicas la gestión para marketing.
- Organizar una feria de emprendimientos con productos originarios de la comunidad.

Técnicas de reproducción.

Sublimación.

Este proceso de sublimación es una técnica muy usada para la reproducción o para la aplicación de poder ilustrar las imágenes digitalizadas en materiales físicos, pero para esta técnica es muy importante tener en cuenta el material necesario como el poliéster o poli algodón, el papel de sublimación que únicamente se usa para esta técnica, las herramientas necesarias como es la plancha térmica, y la sublimadora de tazas y gorras que igual funciona con una cierta temperatura de calor para poder conservar la imagen con mucha nitidez.

Representación gráfica de los elementos turísticos.



Impresión 3D

Este desarrollo de impresión 3D es una tecnología que puede ser innovadora para la comunidad al ofrecer productos llamativos, también buscando una manera de ahorrar al no tener que invertir grandes cantidades porque los costos de producción son relativamente bajos y sobre todo siendo amigable con el ambiente, ya que el material utilizado es biodegradable, no contaminante ni tóxico, también existe una manera de reutilizar las botellas de plástico, material utilizado llamado PETG, el cual también sirve para este tipo de impresión, teniendo en cuenta el diseño del modelo con un programa en específico el cual es Blender.

Representación gráfica de los elementos turísticos.

Rumicruz

Rumicruz

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1 Conclusiones.

- La oferta turística en la comunidad de Rumicruz se ve representado en las diversas manifestaciones culturales que posee esta localidad, estableciendo una conexión, se logra una simbiosis llena de tradiciones, expresiones artísticas, propias de la zona, y así el turista pueda sumergirse en una experiencia única y de igual manera participar activamente en cada estas actividades relacionadas a la cultura.
- Con respecto al análisis estadístico de Rho de Spearman arrojó datos acerca que el p-valor asociado a esta prueba es 0.802, que es mayor que el margen de error (alfa) establecido en 0.05. Dado que el p-valor es mayor que alfa, no hay suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula. En otras palabras, no se puede afirmar con confianza que exista una relación significativa entre la oferta turística y las manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz, según los datos y el análisis proporcionados.
- De la misma manera, en cuanto a la relación entre productos turísticos y manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba, gracias a la utilización del análisis estadístico del coeficiente de correlación, se pudo apreciar el nivel de significancia fue mayor al margen de error, dando como resultado que no existe relación entre los productos turísticos y las manifestaciones culturales, sin embargo no se descarta que las manifestaciones culturales son clave para organizar un producto turístico a propios y extraños.
- Tras una investigación detenida entre la conexión entre el espacio turístico y las manifestaciones de la comunidad Rumicruz, se concluye que existe una dependencia recíproca en la que participan las costumbres ancestrales, que tienen como finalidad la participación de toda la comunidad, para que esto no se pierda y todas las generaciones lo vayan socializando depende el escenario en donde se encuentren, es decir cualquiera de estas iniciativas contribuye a fortalecer el turismo local de la comunidad.

6.2 Recomendaciones.

- Se sugiere desarrollar estrategias específicas para resaltar y promover las manifestaciones culturales locales como parte integral de la oferta turística en Rumicruz. Esto podría incluir la creación de eventos culturales periódicos, talleres participativos y la integración de la comunidad en la planificación de actividades turísticas. La colaboración estrecha con artistas locales, artesanos y líderes comunitarios puede enriquecer la experiencia turística y fortalecer el vínculo entre la oferta turística y las ricas tradiciones culturales de Rumicruz. A fin de obtener una comprensión más completa de la relación entre la oferta turística y las manifestaciones culturales en la comunidad Rumicruz.
- Explorar formas creativas de incorporar elementos culturales auténticos en la oferta turística puede diferenciar la propuesta de Rumicruz, ofreciendo a los visitantes una experiencia única y auténtica. La colaboración con la comunidad en la creación de itinerarios turísticos que destaquen las manifestaciones culturales podría ser clave para atraer a nuevos públicos.

- Se sugiere implementar programas educativos y eventos que fomenten la participación activa de todas las generaciones en la preservación de las costumbres ancestrales. Esto no solo fortalecerá el tejido sociocultural de la comunidad, sino que también contribuirá a la creación de un entorno propicio para el turismo local. La organización de actividades inclusivas, como festivales culturales o jornadas de intercambio generacional, puede ser una forma efectiva de lograr este objetivo y garantizar la transmisión continua de tradiciones a las nuevas generaciones.

7. REFERENCIAS.

- Aguado, V. (2023). El espacio público como bien común. Seguridad y convivencia ciudadana. *Revista de Estudios en Seguridad Internacional*, 9(1), 61-72. doi: <http://dx.doi.org.10.18847/1.17.5>
- Aguilar, L. J. (2020). *Análisis de la planta turística oferta, ocio y recreación del cantón Latacunga*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de ingeniería en ecoturismo . Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/6829/1/PC-000950.pdf>
- Andrade, F., Machado, O., & Amendariz, C. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. *Revista Conrado*, 14(63), 117-122. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v14n63/1990-8644-rc-14-63-117.pdf>
- Antonietti, B. (2017). *Servicio turísticos*. Trabajo de investigación , Universidad Tecnológica Nacional , Turismo y hotelería . Obtenido de <https://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Aranda, M. F., & García, C. A. (2020). Del recurso atractivo a la experiencia turística. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 13(29), 64-79. doi:<https://doi.org/10.51896/TURYDES/WKCZ2156>
- Araújo, J. (2018). *knoow*. Obtenido de [knoow.net: https://knoow.net/es/tierras-y-lugares/turismo-es/producto-turistico/](https://knoow.net/es/tierras-y-lugares/turismo-es/producto-turistico/)
- Arteaga, G. (2022). *test site forme*. Obtenido de [test site forme: https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/](https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/)
- Aspillaga, A. M. (2014). Industrias culturales, creativas y de contenidos. *Revista CONSENSUS*, 19(2). Obtenido de https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales__Creativas_y_de_Contentos_-_Ana_Mar%C3%ADa_Aspillaga.pdf
- Bastidas, R. F., Domínguez, E. S., Argandoña, E. V., & Guevara, N. A. (2020). Análisis de los productos turísticos: caso Península de Santa Elena, Ecuador. *PODIUM*(38), 139-158. doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.9>
- Batthyán, K., & Cabrera, M. (2020). *Metodología de la investigación* . Trabajo de investigación , Universidad de la Republica , Facultad de perioridismo y comunicación social . Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/mis/wp-content/uploads/sites/126/2020/04/p.2_batthianny_k._cabreram._cap_5__metodologia_de_la_investigacion....pdf

- Bautista, M. (2018). Los destinos turísticos y su relación con centros de promoción y difusión de actividades artístico – culturales. Caso Localidad de Santa Fe (Bogotá, Colombia). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS*, 16(1), 161-178. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.011>
- Bembibre, C. (2009). *Significado.com*. Obtenido de Significado.com: <https://significado.com/monumento/>
- Berglund, L. (2020). *Turismo Musicale: Historia, Geografía*, (Primera edición ed.). Bologna: Pàtron editore. Obtenido de https://iris.unica.it/retrieve/e2f56ed9-e3eb-3eaf-e053-3a05fe0a5d97/TANCA%20PP193-201%20da%20Lucarno_Turismo_musicale.pdf
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4a ed.). México, D. E: 1985, Editorial Trillas, 5. A. Obtenido de http://prepacihuahuan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico_ertoc.boullon.pdf
- Cárdenas, F. (2008). *Producto Turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. México: Trillas.: Editorial Trillas .
- Carreton, A. (2018). *Patrimonio inteligente*. Obtenido de U Patrimonio inteligente: <https://patrimoniointeligente.com/patrimonio-arqueologico/>
- Cedeño, P. L., Alemán, A. A., & Pérez, M. P. (2019). Las relaciones agrarias en Latinoamérica. Sus manifestaciones en el Ecuador. *Revista Economía y Desarrollo*, 162(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4255/425560735016/html/>
- Cerezo, A. (2020). *Introducción al turismo y la gastronomía*. Universidad de Málaga, Ciencias gastronómicas y gestión hotelera. Universidad de Málaga. Obtenido de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/19643/INTRODUCCI%C3%93N%20AL%20TURISMO%20Y%20LA%20GASTRONOM%C3%8DA%20v3.pdf>
- Cevallos, F. V., Costales, Á. X., & Chiriboga, M. A. (2023). Estado del arte: Manifestaciones Culturales Populares en Ecuador. *Revista científica dominio de las ciencias*, 9(3), 2495-2516. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3423/7698>
- Cehade, R. (2017). *Red Latinoamericana*. Obtenido de urbanistas.lat: <https://urbanistas.lat/la-importancia-de-los-espacios-publicos/>
- Chin, M. (2021). ¿Qué son los bienes públicos mundiales? *Revista Finanzas & desarrollo*, 58(4), 62-63. Obtenido de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2021/12/pdf/chin.pdf>
- Chiriboga, M. A., Calderón, B. A., Gallegos, M. G., & Costales, Á. X. (2021). Aproximación taxonómica de manifestaciones culturales populares. *Revista Polo del Conocimiento*, 6(5), 601-615. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3423/7698>
- Cirera, K. A. (2018). Lo privado en el espacio público. El caso de un campamento de emergencia. *Arquitectura Revist Redalyc*, 14(2), 221-230. doi:<https://doi.org/10.4013/arq.2018.142.10>
- Cortes, D. (2023). *Centro de estudios superiores CESUMA*. Obtenido de CESUMA: [https://www.cesuma.mx/blog/caracteristicas-del-mercado-turistico.html#:~:text=El%20mercado%20tur%C3%ADstico%20es%20el,ma%C3%B1a%20\(poder%20adquisitivo%20potencial\).](https://www.cesuma.mx/blog/caracteristicas-del-mercado-turistico.html#:~:text=El%20mercado%20tur%C3%ADstico%20es%20el,ma%C3%B1a%20(poder%20adquisitivo%20potencial).)

- Cortés, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la investigación* (Primera edición ed.). (A. P. Gómez, Ed.) México. Obtenido de https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Cruz, M. B., Flores, M. L., Zamora, P. A., & Hermida, L. X. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. *Revista Ciencias Técnicas y Aplicadas*, 7(4), 1430-1446. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2179/4631>
- Cruz, M. L., Manzanares, P. A., García, V. V., & Ontiveros, M. t. (2008). La artesanía como producción cultura susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco. *Revista de ciencias sociales Convergencia*(46), 225-247. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v15n46/v15n46a10.pdf>
- Cruz, T. M., Gavilánez, Y., Muñoz, A., Cruz, M., & Quintana, D. (2022). La Medicina Ancestral en la Sierra y Su Aplicación al Cuidado de la Salud. *Revista científica dominio de las ciencias*, 8(3), 746-760. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2955/6874>
- Dantí, C. M. (2023). *Mundo deportivo*. Obtenido de UNCOMO: <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/educacion/articulo/que-es-el-folklore-52582.html>
- Delgado, K., Gadea, W., & Vera, S. (2018). *Rompiendo Barreras en la Investigación*. (Primera edición ed.). Editorial UTMACH, Ecuador: Editorial UTMACH. Obtenido de https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/15178/La_utilizacion_de_una_metodologia_mixta.pdf?sequence=2
- Delgado, V. A. (2017). *Evaluación del patrimonio turístico*. Universidad Autónoma del Estado de México , Fscultad de turismo y gastronomía , México. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/154797091.pdf>
- Díaz, E. P., & Vázquez, E. B. (2018). Sistemas de acciones para preservar el patrimonio cultural vivo desde el museo provincial Mayor General Vicente García González. *Revista Didasc*, IX(5), 103-126. doi:<https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/813/810>
- Encalada, P. G. (2021). *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra*. Universidad Andina Simón Bolívar, Desarrollo social área de Gestión. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8281/1/T3603-MGDE-Teran-El%20turismo.pdf>
- Escamilla, M. D. (2010). *Aplicación básica de los métodos científicos Diseño no-experimental* . Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo . Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Fayos, E., Sancho, A., & Sanchez, O. (2017). *Ferias internacionales de turismo ¿Algo más que un instrumento comercial?* Universidad de Valencia. Obtenido de <https://old.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a7/07-114~1.pdf>
- Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición ed.). Mexico D.F: McGrawHill Education. Obtenido de

https://www.academia.edu/32697156/Hern%C3%A1ndez_R_2014_Metodologia_de_la_Investigacion

- Galán, J. S. (2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Gómez, M. M. (2018). Los destinos turísticos y su relación con centros de promoción y difusión de actividades artístico – culturales. Caso Localidad de Santa Fe (Bogotá, Colombia). *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 16(1), 161-178. Obtenido de https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/16448/PS_16_1_%282018%29_11.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzales, T. P., Alvarado, G. P., & Ríos, J. G. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 8(2), 71-86. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.82.483>
- González, L. P., & Rodríguez, L. Y. (2014). *Ideas*. Obtenido de Ideas.repec.org: <https://ideas.repec.org/a/col/000461/011186.html>
- Gracia, R. F. (2018). *Universidad de Navarra*. Obtenido de unav.edu: <https://www.unav.edu/opinion/-/contents/28/09/2018/patrimonio-e-identidad-1-a-modo-de-introduccion/content/CnBM7sduyZOb/19374148>
- Guerreo, L. (2017). Patrimonio cultural y turismo en el Ecuador vínculo indisoluble. *Revista de investigación científica*(9). doi:<https://revistas.ute.edu.ec/index.php/tsafiqui/article/view/349/343>
- Guevara, L., & Masabanda, M. (2022). *El turismo comunitario como estrategia para el desarrollo local de la parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE , Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio. Riobamba : Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE . Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/28551/1/T-ESPE-050948.pdf>
- Guevara, M. R., & Aguagallo, C. F. (2020). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades CHAKIÑAN*(13), 129-142. doi:<https://doi.org/10.37135/chk.002.13.08>
- Herrera, S. E. (2019). *Análisis de la planta turística oferta de alojamiento en la Maná*. Universidad Técnica de Cotopaxi , Facultad e ciencias agropecuarias y recursos naturales . Latacunga : Universidad Técnica de Cotopaxi . Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5789/6/PC-000584.pdf>
- Hurtado, V. M. (2021). Sociabilidad, manifestaciones culturales y conflicto. *Redalyc*, 31(1), 25-138. doi:<https://doi.org/10.15446/bitacora.v31n1.86807>
- International Recommendations for Tourism Statistics. (2016). *Compilation Guide* (Vol. 12). United Nations. Obtenido de <https://unstats.un.org/unsd/tourism/publications/E-IRTS-Comp-Guide%202008%20For%20Web.pdf>
- Labajo, E. (2017). *ucm*. Obtenido de ucm.es: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2017-02-08-EI%20M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico%20I.pdf>
- Llupart, M. R., & Rodríguez, M. d. (julio- diciembre de 2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y pensamiento crítico*(16), 406-422. doi: <http://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>
- Madariaga, C. J., & Asencio, F. S. (2018). Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y turismo. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(2), 349-366.

- Obtenido de <https://ojs.scientificmanagementjournal.com/ojs/index.php/smj/article/view/99/100>
- Manterola, C., & Otzen, T. (2014). Estudios Observacionales. Los Diseños Utilizados con Mayor Frecuencia en Investigación Clínica. *International Journal of Morphology*, 32(2), 634-645. doi:<https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v32n2/art42.pdf>
- Marchesi, L. M. (marzo- abril de 2022). La tríada patrimonio público, paisaje cultural y turismo de proximidad del área metropolitana de Mendoza. *Revista Multidisciplinar Ciencia Latina*, 6(2), 1083- 1112. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1941
- Mckercher, B. (2016). Hacia una taxonomía de los productos turísticos. *Elsevier Gestión turística*, 54, 196-208. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.008>
- Medina, J. A. (2011). Los efectos socio-culturales del turismo. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local TURyDES*, 4(9). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turedes/09/jam.htm>
- Mejía Calderón, D. F. (2019). *Estudio de la organización territorial de la cultura prehispánica puruhá en Rumicruz, Ecuador*. Riobamba: UNIGS MSc programme. Obtenido de https://issuu.com/unigis_latina/docs/mejia_danilo_2016a
- Mejía, L., & Bolaño, L. (enero-junio de 2014). La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la Guajira-Colombia. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(1), 139-149. doi:<https://doi.org/10.15665/rde.v12i1.76>
- Ministerio del Turismo. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Ecuador . Obtenido de <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/06/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS-ilovepdf-compressed-1.pdf>
- Molano L., O. (2007). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Revista Opera .
- Molineró, C. (Diciembre de 2019). ¿Nombrar ña tradición.....o el futuro? Folk-lore, posfolklore,folk-link: dudas, comentarios y propuestas . *Revista RECIAL*, 1-28. Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/recial/article/view/27000/28645>
- Montes Díaz , A., Ochoa Celis, J., Juárez Hernández , B., Vazquez Mendoza , M., & Díaz León, C. (2021). Aplicación del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio de fisioterapia. *Cape*, 01-04. Obtenido de <https://www.fcfm.buap.mx/SIEP/2021/Extensos%20Carteles/Extenso%20Juliana.pdf>
- Moreno, M. C. (Enero - Junio de 2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Redalyc Visión Gerencial*(1), 135-158. Obtenido de <https://redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Moyolema, M. (11 de junio de 2022). *Aplicación de la medicina ancestral como alternativa ante una alteración de salud*. Universidad Técnica , Facultad de ciencias de la salud . Ambato : Universidad Técnica . Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/36816/1/Moyolema%20Muyulema%20M%c3%b3nica%20Alexandra.pdf>
- Nolivos, S. P., Romer, A. V., & Ortega, R. A. (4 de febrero de 2019). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7(2), 1-20. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.72.340>
- ONU . (2005). Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales. *Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la*

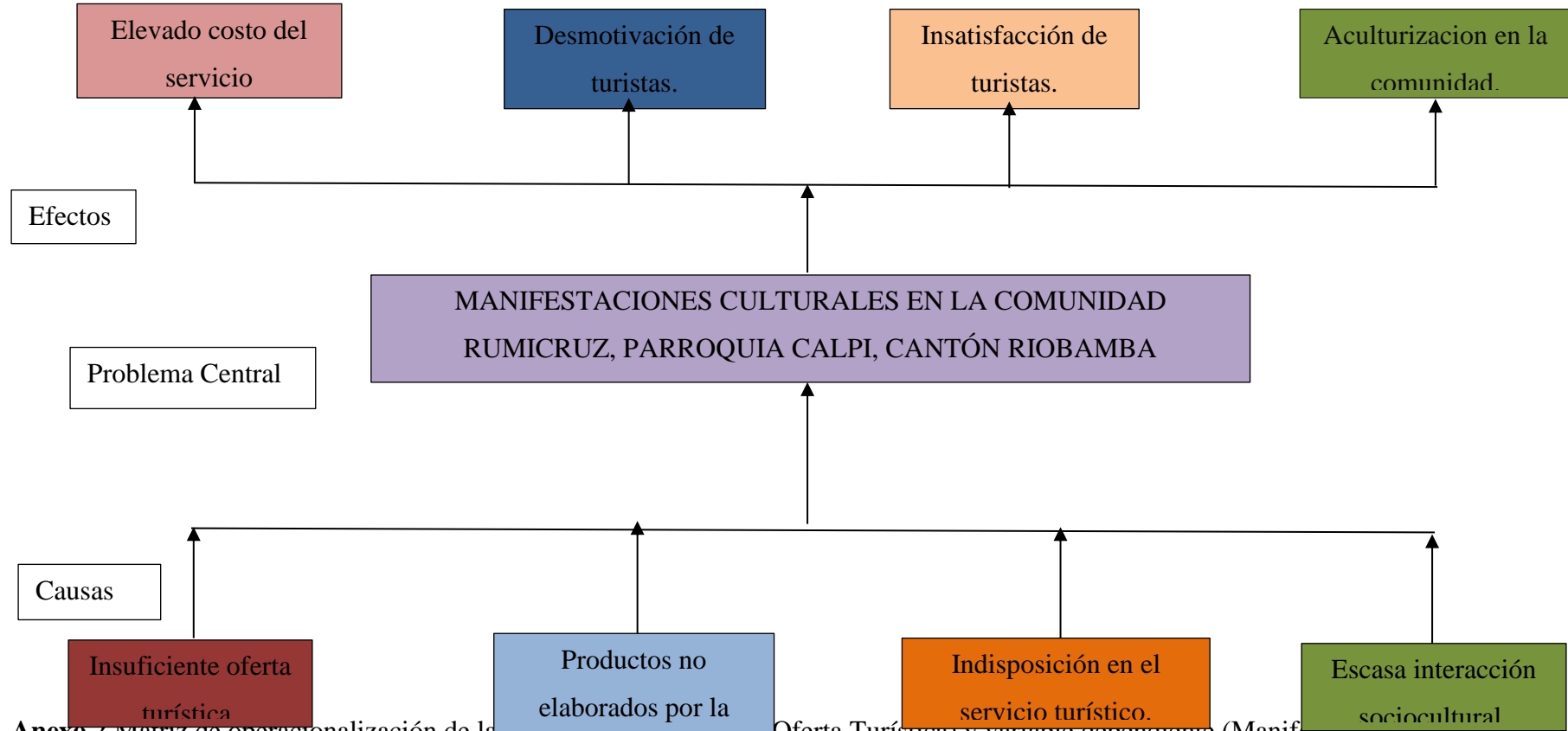
- Educación* (pág. 19). 2005: ONU . Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142919_spa
- Oñate, F., Fierro, J., & Viteri, M. F. (2018). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. *Revista de Comunicación de la SEECI*(44), 01-13. doi:<http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2017.44.01-17>
- Ortega, C. (s.f). *Question pro*. (A. Altamirano, Productor) Obtenido de Blog Questio Pro: <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-analitico/>
- PDyOT parroquial Calpi. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de Calpi 2015-2025*. Riobamba: Gobierno Autónomo Parroquial de Rumicruz. Obtenido de https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660821800001_Calpi%20ultimo%20_30-10-2015_21-08-14.pdf
- Perini, A. (2015). *Generalidades de los servicios turísticos* . Trabajo de investigación , UNEMI . Obtenido de https://sga.unemi.edu.ec/media/recursotema/Documento_201912912217.pdf
- Pinassi, C. A., & Ercolani, P. S. (2017). Turismo y espacio turístico: un análisis teórico conceptual desde la ciencia geográfica. *Revista Anais Bras. de Est.*, 7(1), 42-61. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/335593156_Turismo_y_Espacio_Turistico_Un_Analisis_Teorico_Conceptual_Desde_la_Ciencia_Geografica
- Pisco, L. L., Rodríguez, .. N., & Cevallos, D. A. (Octubre-Diciembre de 2018). El turismo en la matriz productiva de Ecuador: resultados y retos actuales. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 10(5). Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n5/2218-3620-rus-10-05-255.pdf>
- Porras, K. (2018). *Facultad de ciencias sociales UNICEN*. Obtenido de UNICEN: <https://www.soc.unicen.edu.ar/observatorio/index.php/22-articulos/119-medicina-ancestral>
- Ramirez, C. (2017). *Servicios turísticos*. Obtenido de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultura. *Revista de Museología Kóot*(9), 1-15 . Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/297/2971213008/2971213008.pdf>
- Rojas, M. (2010). *“ESTUDIO DE LA POTENCIALIDAD ECOTURÍSTICA DE LA COMUNIDAD RUMICRUZ, PARROQUIA CALPI, CANTÓN RIOBAMBA*. Riobamba: UNACH. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/514>
- Romero, M., Shamah, T., Cuevas, L., Méndez, I., Gaona, E., Acosta, L., . . . Hernández, M. (2017). Diseño metodológico de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino 2016. *Salud Pública de México*, 59(3), 299-305. doi:<https://doi.org/10.21149/8593>
- Rubio, N. M. (7 de abril de 2020). *Psicología y mente* . Obtenido de psicologiaymente.com : <https://psicologiaymente.com/miscelanea/investigacion-documental>
- Salas, V. L. (25 de Diciembre de 2021). Turismo y Desarrollo Local: un Estudio de Caso en el Distrito de Pisac - Cusco. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 296-309. doi:<https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.587>

- Sampaio, E. A., Vieira, L. V., & Silva, P. A. (junio de 2019). Planificación del espacio turístico: producción, funcionalización y estrategias para la consolidación del turismo en la ciudad de São Cristóvão, Sergipe/BR”. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 12(26), 1-16. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/26/espacio-turistico-saocristovao.html>
- Sánchez, J. (2012). Descentralización y desarraigo: el actual desarrollo urbano de villafranca. *Revista de estudios del MUVI*(4), 200-226. Obtenido de https://www.academia.edu/89191182/Descentralizaci%C3%B3n_y_desarraigo_el_actua_l_desarrollo_urbano_de_Villafranca_de_los_Barros
- Sancho, A. (2011). *Introducción al turismo*. Trabajo de investigación . Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Sandhusen, R. (2002). Mercadotecnia. En *Capítulo 1 ¿Qué es Servicio?* (págs. 1-3). México D.F.: Cecsca (Compañía Editorial Continente). Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADAM0000618/C1.pdf>
- Socateli, M. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. En M. Socateli, *Mercadeo aplicado al turismo* (págs. 1-3). Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- Socatelli, M. (2006). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.
- Suárez, E. (10 de Abril de 2023). *Experto universitario*. Obtenido de Blog experto universitario: <https://expertouniversitario.es/blog/tipos-de-investigacion/#:~:text=Los%20tipos%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,variables%2C%20temporalidad%2C%20entre%20otros.>
- Terreros, D. (27 de diciembre de 2021). *Blog Hubspot*. Recuperado el marzo de 2023, de <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- Thompson, I. (julio de 2019). *Promo negocios* . Obtenido de Promo negocios.net : <https://www.promonegocios.net/producto/concepto-producto.html>
- Torres, C. F. (2016). *Patrimonio cultural universitario: valores y experiencias de gestión desde la Universidad de la Habana*. Universidad de Granada , Facultad de filosofía y letras . Granada: Universidad de Granada . Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=55696>
- Truyols, M. (s.f). *Hotelmize*. Obtenido de <https://www.hotelmize.com/es/blog/que-es-una-corriente-turistica-6-caracteristicas/>
- Tuapanta Dacto, J. V., Duque Vaca, M. A., & Mena Reinoso, A. P. (2017). Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitarios. *mktDescubre*, 37 - 48. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf>
- Vargas, I., Cassiani, I., & Manotas, I. (enero-junio de 2018). Las expresiones culturales tradicionales: un dimensionamiento a partir de la caracterización del Lumbalú como conocimiento tradicional. *Revista Justicia*, 23(33). doi:<https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/justicia/article/view/2883>

- Vega, C., Maguiña, J., Valdivia, J., & Correa, L. (2021). Estudios transversales. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(1). doi:<http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>
- Vega, L. S. (20 de Octubre de 2017). La arquitectura como reclamo turístico: visión académica y vernácula. *Revista Red Urban*(3), 71-82. Obtenido de http://redurban.uanl.mx/pdf/num1/_6_%20Zamudio%20Vega.pdf
- Velásquez, E. R., Olivo, P. A., Carvajal, F. R., & Cando, C. A. (2021). Análisis de la oferta turística del programa Pueblos mágicos Ecuador-4 mundos. *Revista Turismo y patrimonio*(17), 122-149. doi:<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.07>
- Villa, D. (2023). *Actividades turísticas y la conservación del patrimonio cultural intangible en la parroquia Rumicruz, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*. Trabajo de titulación, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11206/1/Villa%20M%c3%a9ndez%20D.%20%282023%29%20Actividades%20tur%c3%adsticas%20y%20la%20conservaci%c3%b3n%20del%20Patrimonio%20Cultural%20Intangible%20en%20la%20Parroquia%20de%20Rumicruz%20Cant%c3%b3n%20Ri>
- Vinuesa, M. Á., & Torralba, L. T. (2018). *Visión territorial del patrimonio y sostenibilidad del turismo*. FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA. Madrid : Universidad Complutense de Madrid . doi:<http://dx.doi.org/10.21138/bage.2716>
- Zambrano, G. V., & Quintero, F. A. (junio de 2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *Revista El periplo sustentable*(34), 164 - 184. doi:<https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n34/1870-9036-eps-34-164.pdf>
- Zorrilla, A. (15 de enero de 2020). *CAMPUS*. Obtenido de *CAMPUS* digital idyd: <https://campusidyd.com/ejercicio-analisis-de-recursos-culturales-de-una-localidad/>

8. ANEXOS

Anexo 1 Árbol de problemas



Anexo 2 Matriz de operacionalización de la variable independiente (Oferta Turística) y variable dependiente (Manifestaciones Culturales)

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTOS
----------	------------	-------------	------------	-------------	--------------------------------

VARIABLE I. INDEPEND IENTE OFERTA TURISTIC A	Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios turísticos asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico, que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo. (Socatelli, 2006)	Productos Turísticos	Según Cárdenas (Cárdenas, 2008), el producto turístico “está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama amplia de combinaciones resultantes de las necesidades , requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”	Bienes y Servicios Mercado Necesidades del turista	MÉTODO. Descriptivo. Correlacional No experimental Transversal TÉCNICA. Encuesta. INSTRUMENTOS Cuestionario Escala Likert.
		Servicios Turísticos.	“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 socioeconómica de una determinada corriente turística ”. (Ramirez, 2017),	Actividades Corriente Turística .	
		Espacio Turístico	Roberto Boullón concibe el espacio turístico como consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos , este	Atractivo turístico Patrimonio turístico Planta Turistica	

			elemento del patrimonio turístico más la planta turística y la infraestructura son suficientes para definir el espacio turístico de cualquier país. (Boullón, 2006)		
VARIABLE II. (VARIABLE DEPENDIENTE) MANIFESTACIONES CULTURALES	Molano (2007) menciona que las manifestaciones culturales “son aquellas expresiones que marcan la esencia cultural de un pueblo, se concluye que las mismas se encuentran plasmadas en la arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas contemporáneas y acontecimientos programados que pueden generar un sentimiento de	Arquitectura	Son el conjunto de sitios y manifestaciones de épocas pasadas, (Área histórica civil, religiosa), Monumentos. Espacios públicos que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país (Ministerio del Turismo, 2018).	Sitios y manifestaciones de épocas pasadas (Área histórica civil, religiosa) Monumentos Espacios públicos	MÉTODO. Descriptivo Correlacional No experimental Transversal TÉCNICA. Encuesta. INSTRUMENTOS. Cuestionario Escala Likert.
		Folklore	Representa al grupo de atractivos que dan a conocer las expresiones tradicionales, artesanías, medicina ancestral, ferias y mercados, Música y danza, gastronomía que aún tienen	Expresiones tradicionales Artesanías Medicina ancestral	

<p>pertenencia a un grupo, a un territorio, a una comunidad y, además, fomentar una visión de desarrollo del territorio que implica la mejora de calidad de vida de su población”</p>		<p>vigencia en las costumbres de los pueblos. (Ministerio del Turismo, 2018).</p>	<p>Ferias y mercados Música y danza Gastronomía</p>
	<p>Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas</p>	<p>Comprenden aquellas manifestaciones de la sociedad actual en los campos técnicos, científico, minero, agropecuario, industrial, entre otros (Ministerio del Turismo, 2018).</p>	<p>Centros de exhibición de flora y fauna Manifestaciones agropecuarias Manifestaciones industriales</p>

Anexo 4 Matriz de consistencia.

PREGUNTAS DE INVESTIGACION.	OBJETIVOS.	HIPOTESIS.	VARIABLE	DIMENSIONES
General	General	General	Variable Independiente	Productos Turísticos. Servicios Turísticos. Espacios Turísticos.
¿Cómo se relaciona la oferta turística con las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi?	Analizar la relación de la oferta turística con las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi.	<p>H₁ Existe relación entre oferta turística y las manifestaciones culturales de la comunidad Chimborazo, parroquia Calpi.</p> <p>H₀ No existe relación entre oferta turística y las manifestaciones culturales de la comunidad Chimborazo, parroquia Calpi.</p>	Rodríguez (2006), se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico, que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.	
Específico	Específico	Específico	Variable Dependiente	
PE1.- ¿Cómo se relaciona los productos turísticos con las manifestaciones culturales de la	OE1.- Determinar la relación entre los productos turísticos con las manifestaciones culturales de la	He₁ Existe relación entre los productos turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi.	Para Anguita (2012) la cultura popular y tradicional incluye todo lo que hace referencia al	

<p>comunidad Rumicruz, parroquia Calpi? PE2.- ¿Cómo se relaciona los servicios turísticos con las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi? PE3.- ¿Cómo se relaciona los espacios turísticos con las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi?</p>	<p>comunidad Rumicruz, parroquia Calpi. OE2.- Establecer la relación entre los servicios turísticos con las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi. OE3.- Determinar la relación entre los espacios turísticos con las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi.</p>	<p>H₀ No existe relación entre los productos turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi. H_{e2} Existe relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi. H₀ No existe relación entre los servicios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi. H_{e3} Existe relación entre los espacios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi. H₀ No existe relación entre los espacios turísticos y las manifestaciones culturales de la comunidad Rumicruz, parroquia Calpi.</p>	<p>conjunto de manifestaciones culturales de material como son la: música, los instrumentos, bailes; la danza, los rituales, así como todas aquellas otras que tienen carácter tradicional.</p>	
--	--	---	---	--

Anexo 5 Matriz de Estado del arte.

	Art. 1	Art. 2	Art. 3	Art. 4
Título (Referencia)	Aproximación taxonómica de manifestaciones populares.	Sociabilidad, manifestaciones culturales y conflicto	Sistema de acciones para preservar el patrimonio vivo desde el museo provincial mayor general Vicente García	Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible
Fecha de publicación / Revista	05 de abril de 2021 / Revista Polo del conocimiento	29 de Abril de 2021/ Revista Bitácora	21 de febrero de 2018/ Revista Didáctica y Educación	4 de febrero de 2020/ Revista Científica ECOCIENCIA
Problema / Propósito / Objetivo	El objetivo de este trabajo primigenio es construir la estructura y andamiaje teóricos, a partir de una taxonomía basada en documentación prestigiosa de libros y artículos de autores independientes y	Se pretende entender la relación que tiene el espacio construido desde su dimensión física y simbólica con la organización local-vecinal frente el surgimiento, cada vez más frecuente de los conflictos derivados de la	Este artículo tiene la finalidad de presentar un sistema de acciones para preservar el patrimonio cultural vivo desde el museo provincial mayor general Vicente García González como una alternativa para que los museólogos mejoren el quehacer institucional, en	La investigación tiene como finalidad general es concentrar las mejores experiencias de la industria, para que se pueda aplicar de manera global con un enfoque estratégico sin discriminación del tamaño de las empresas

	organismos culturales.	reconfiguración del espacio urbano.	beneficio del desarrollo cultural en el territorio tunero.	
Marco de referencia / Autores / Conceptos	Manifestación; cultural; popular; / Fausto Vinicio Oviedo Cevallos; Ángel Xavier Solórzano Costales; María Alexandra López Chiriboga	Sociabilidad: espacio público, barrio y comunidad; espacio público; barrio; comunidad; relación entre espacio público, barrio y comunidad; identidad colectiva; apropiación espacial; socialización: procesos de reconfiguración territorial y conflicto en el área metropolitana de Guadalajara; manifestaciones culturales de la sociabilidad; postura colectiva y apropiación espacial / Viviana Marcela Ruiz Hurtado	Desarrollo cultural; patrimonio cultural; museología / Edilma Pavón Díaz; Eriberto Bauzá Vázquez	Responsabilidad social; corporativa; industria hotelera; operadores turísticos; desarrollo sostenible / Sofía Pacherras Nolivos; Arnaldo Vergara Romero; Rafael Antonio Sorhegui Ortega
Tipo de estudio / Diseño	La metodología exploratoria cualitativa permitió un	La metodología descriptiva	Metodología bibliográfica	Metodología aplicada

	estudio a profundidad mediante la revisión bibliográfica, esto permite conocer estudios predecesores y así consolidar conceptualización específica, vinculada a la taxonomía de manifestaciones culturales populares.			
Sujetos	Población ecuatoriana.	Área metropolitana de Guadalajara	Museo provincial mayor Vicente García González	
Instrumentos	Se recopiló información importante de catorce autores, tomando en cuenta los años comprendidos entre 1996 a 2023,	Se recopiló información a través de una revisión bibliográfica	Referencias bibliográficas	Se realizó una amplia búsqueda bibliográfica, el tipo de metodología aplicada en base a información de Scopus y Web of Scienza.
Categoría de análisis	Mixto	Cuantitativo	Cualitativo	Cualitativo
Limitaciones / Recomendaciones	Cimentar una investigación de tipo cultural en una base conceptual probada por autores	La comunidad debe comprenderse hoy como algo más que un grupo asentado en un espacio determinado es	El estudio determinó que el análisis teórico conceptual sobre la labor museológica y la preservación del	Ejecutar una investigación orientado al desarrollo local de los GAD rurales que tienen como política el

	<p>conocedores del área, investigadores, antropólogos e historiadores, permitió consolidar una taxonomía de manifestaciones culturales populares, distinguir niveles, tipos y jerarquizarlas por importancia, inicialmente en un proyecto experimental para la provincia.</p>	<p>necesario, por el contrario, se debe analizar profundamente el papel un espacio cada vez más cambiante y complejo.</p>	<p>patrimonio cultural vivo en su relación dialéctica, permite asegurar la comprensión en su determinación del desarrollo cultural de la localidad como un proceso dinámico y transformador, en el que se conjugan intereses y valores culturales que proporcionan la participación activa de la población.</p>	<p>desarrollo turístico mediante técnicas de series de tiempo relacionada en el ingreso per cápita y calidad de vida.</p>
<p>Principales resultados</p>	<p>Se identificaron siete tipos de manifestaciones culturales populares con sus respectivas esferas categorizadas.</p>	<p>En el texto se retoman algunas de estas nociones apropiación del espacio, identidad colectiva y socialización con el fin de evidenciar que la concepción simbólico cultural, muchas veces irrelevante para en la proyección y gestión de proyectos urbano-arquitectónicos, es eje fundamental para</p>	<p>Se confirmó que los museos contribuyen a la labor formadora de valores, a partir de la preservación de la identidad cultural y en la búsqueda de un hombre más culto y diverso como expresión de una cultura general integral de su localidad al salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial, al promover el</p>	<p>Exponiendo las bases teóricas en forma de reflexión, se analiza que la Responsabilidad Social Corporativa está inmersa a lo largo de la cadena en la industria hotelera y que en la actualidad se sigue investigando las propiedades y usos de las mejores prácticas</p>

		<p>entender de manera integral un espacio previo a su intervención. Por ende, la idea de sociabilidad debe estar cada vez más presente en los estudios urbanos si se tiene en cuenta que el espacio es el resultado de los vínculos, relaciones y redes que definen a una comunidad. Si se reafirma que la construcción de estos vínculos tiene una connotación espacial, entonces, su reconfiguración no concertada y lejana de los nexos que la comunidad establece con su entorno puede generar un conflicto. Por esta razón, la comunidad debe comprenderse hoy como algo más que un grupo asentado en un</p>	<p>respeto popular, la diversidad, a través de un sistema de acciones que propicien sentimientos de apego a las tradiciones y despierten interés en conservarlas y transmitir las en aras de contribuir al desarrollo cultural de Las Tunas..</p>	<p>de las cadenas hoteleras.</p>
--	--	---	---	----------------------------------

		espacio determinado es necesario, por el contrario, se debe analizar profundamente el papel un espacio cada vez más cambiante y complejo.		
Link de referencia	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8016916	https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/articulo/view/86807/76920	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6611255	https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/340/252

Anexo 6 Encuesta de la variable independiente (Oferta turística)



CARRERA DE
TURISMO

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

**“OFERTA TURÍSTICA Y MANIFESTACIONES CULTURALES EN LA COMUNIDAD
RUMICRUZ, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, CANTÓN RIOBAMBA”**

Cuestionario dirigido a los actores turísticos de la comunidad Rumicruz, Parroquia Santiago de Calpi, cantón

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta:

___/___/___/

Encuestador: Ambar Dayana Olmedo Tierra

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como finalidad recabar datos acerca de la oferta turística en la comunidad de Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba

INSTRUCCIONES GENERALES

- ✚ Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son confidenciales.
- ✚ Su criterio será de gran utilidad para el desarrollo de este proyecto de investigación.
- ✚ Marque con una x la respuesta de su elección según corresponda (En ciertas respuestas usted tiene de marcar más de una).
- ✚ Lea detenidamente los ítems y responda según su criterio, teniendo en cuenta la siguiente valoración:

Muy Bueno, 4. Bueno, 3. Regular, 2. Malo, 1. Muy Malo

A. INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

GÉNERO	Masculino		Femenino	
---------------	-----------	--	----------	--

EDAD	18-25		26-33		34-41		42-49		+50	
-------------	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-----	--

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Primaria		Secundaria		Técnico		Tercer Nivel		Cuarto Nivel		Ninguno
-----------------------------	----------	--	------------	--	---------	--	--------------	--	--------------	--	---------

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	Ítems	Parámetros				
		1	2	3	4	5
	Productos turísticos	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
1	Accesibilidad a los destinos turísticos.					
2	Disponibilidad en el acceso de información turística proporcionada (señalización, guías, folletos)					
3	Nivel de satisfacción en relación a experiencias espirituales o culturales					
4	Calidad de servicios turísticos como: alojamiento, restaurantes, transportes disponibles en Rumicruz.					
	Servicios Turísticos					
5	Diversidad de actividades turísticas desarrolladas					
6	Accesibilidad a las actividades turísticas en la comunidad Rumicruz					
7	Satisfacción y comodidad al brindar el servicio de turismo a los visitantes.					
8	Nivel de satisfacción al participar en las actividades turísticas durante la visita					
9	Recomendación a otros viajeros en base a los atractivos y actividades desarrolladas					
	Espacio Turístico					
10	Evaluación en general de este espacio turístico					
11	Originalidad y singularidad a consideración con otros destinos turísticos					
12	Valoración sobre la conservación y mantenimiento del lugar					
13	Rescate de costumbres y tradiciones					
14	Enriquecimiento de la experiencia al explorar y aprender sobre esta comunidad					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 7 Encuesta de la variable dependiente (Manifestaciones culturales)



CARRERA DE
TURISMO

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

**“OFERTA TURÍSTICA Y MANIFESTACIONES CULTURALES EN LA COMUNIDAD
RUMICRUZ, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, CANTÓN RIOBAMBA”**

Cuestionario dirigido a la población económicamente activa de la comunidad Rumicruz, Parroquia Santiago de

Formulario N°: _____
____/____/____/

Fecha de la encuesta:

Encuestador: Ambar Dayana Olmedo Tierra

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene como finalidad recabar datos acerca de las manifestaciones culturales en la comunidad de Rumicruz, parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba

INSTRUCCIONES GENERALES

- ✚ Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son confidenciales.
- ✚ Su criterio será de gran utilidad para el desarrollo de este proyecto de investigación.
- ✚ Marque con una x la respuesta de su elección según corresponda (En ciertas respuestas usted tiene de marcar más de una).
- ✚ Lea detenidamente los ítems y responda según su criterio, teniendo en cuenta la siguiente valoración:

Muy Bueno, 4. Bueno, 3. Regular, 2. Malo, 1. Muy Malo

A. INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

GÉNERO	Masculino		Femenino	
---------------	-----------	--	----------	--

EDAD	18-25		26-33		34-41		42-49		+50	
-------------	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-----	--

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Primaria		Secundaria		Técnico		Tercer Nivel		Cuarto Nivel		Ninguno
-----------------------------	----------	--	------------	--	---------	--	--------------	--	--------------	--	---------

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	Ítems	Parámetros				
		1	2	3	4	5
	Arquitectura	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
1	Estado de conservación de las edificaciones y estructuras históricas de la comunidad					
2	Diseño de los espacios urbanos de la comunidad					
3	Influencia de la arquitectura en el sentimiento de orgullo y pertenencia de los habitantes de la comunidad de Rumicruz					
4	Compromiso con la sostenibilidad y preservación de la parte arquitectónica de la comunidad					
	Folklore					
5	Interacción y participación de la comunidad en eventos culturales					
6	Variedad y calidad de artesanías disponibles para los turistas en la comunidad					
7	Promoción de la comunidad de Rumicruz en el contexto turístico					
8	Promoción de la música y danza tradicional					
9	Interacción y participación de la comunidad en eventos culturales					
	Relaciones técnicas y científicas contemporáneas					
10	Efectividad en la integración de avances en campos científicos técnicos en las actividades turísticas					

11	Integración de manifestaciones contemporáneas como: cultura y arte para agregar valor a la oferta turística en Rumicruz					
12	Impacto en la identidad cultural de la comunidad de Rumicruz					
13	Aporte a la experiencia de conocimiento de los turistas a través de los avances técnicos y científicos					
14	Efectividad en la integración de avances en campos científicos técnicos en las actividades turísticas					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 8 Análisis e interpretación de los datos de la variable independiente (Oferta turística)

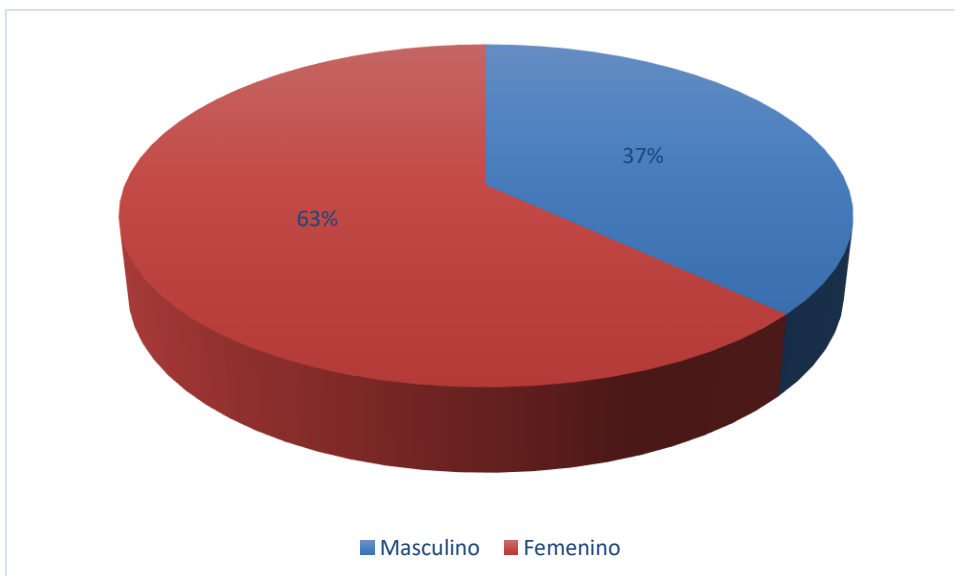
- Información sociodemográfica**

1. Género

Tabla 10 *Género*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Masculino	13	37	37	37
Femenino	22	63	63	100
Total	35	100	100	

Figura 1 *Género*



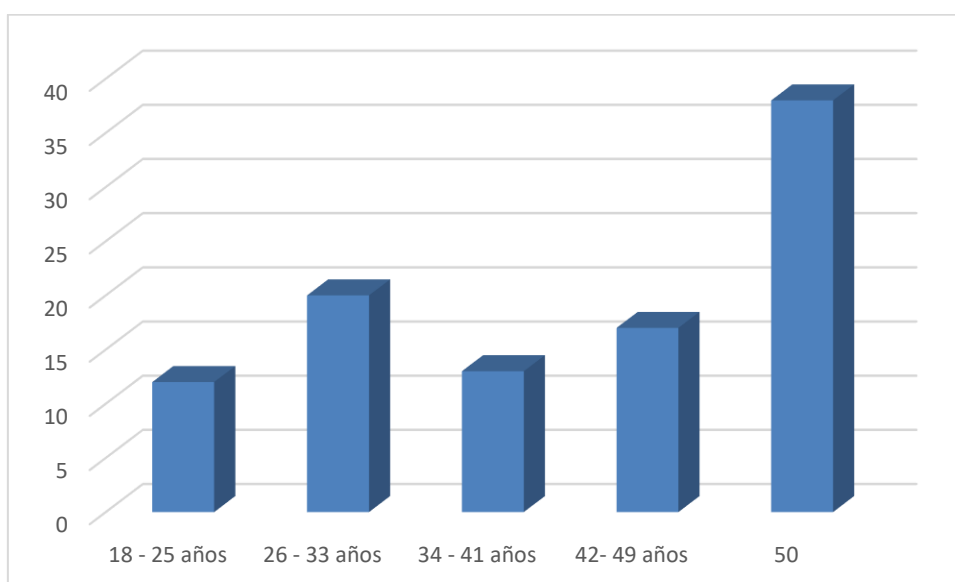
Como podemos apreciar en la figura, el 63% de los encuestados pertenecen al sexo femenino mientras que un 37% se identifica con el sexo masculino, lo que nos indica que el sexo que predomina en los encuestados es el femenino para conocer la apreciación de los actores turísticos sobre la comunidad de Rumicruz.

2. Edad

Tabla 11 *Edad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
18 - 25 años	3	9	9	9
26 - 33 años	4	11	11	20
34 - 41 años	18	52	52	53
42- 49 años	4	11	11	28
+50	6	17	17	100
Total	35	100	100	

Figura 2 *Edad*



En el caso de la edad, el 52% de los encuestados pertenece a la población etaria entre 34 y 41 años de edad, mientras que un 17 % tiene de 50 años de edad en adelante, un 11% tiene entre 42 y 49 años, al igual que el otro 11% que tiene entre 26 y 33, finalmente un 9% tiene entre 18 y 25 años, lo que nos indica que dentro de la población seleccionada para esta variable de estudio existen diferentes grupos etarios.

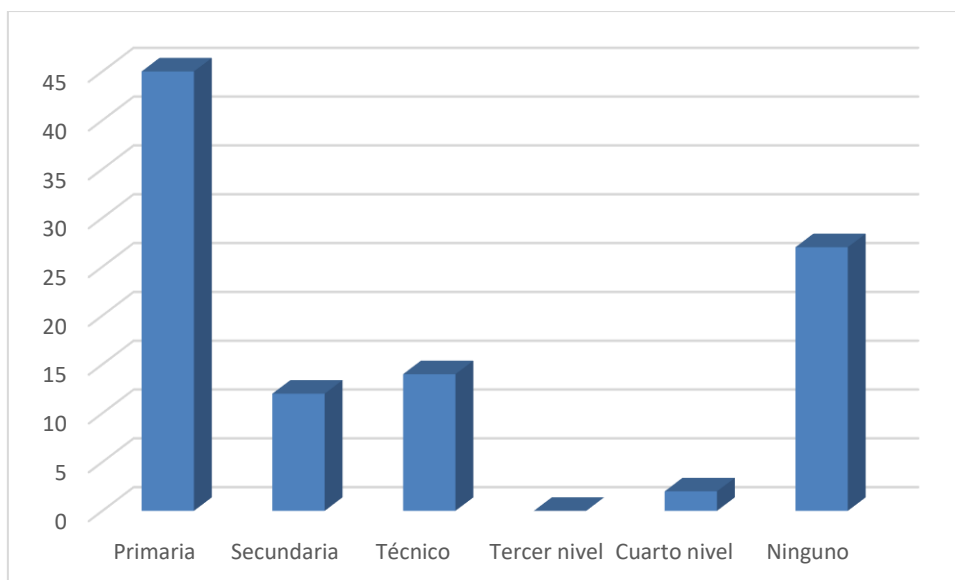
3. Nivel de instrucción

Tabla 12 *Nivel de instrucción*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Primaria	1	3	3	3
Secundaria	2	6	6	9

Técnico	8	23	23	29
Tercer nivel	10	28	28	68
Cuarto nivel	14	40	40	40
Ninguno	0	0	0	100
Total	35	100	100	

Figura 3 Nivel de instrucción



Referente al nivel de instrucción tenemos que el 40% de los encuestados tienen estudios superiores de cuarto nivel, mientras que el 28% posee estudios técnicos, un 23% con estudios técnicos, 6% secundarios, 3% primarios y un 0% no cuenta con instrucción académica. Los resultados indican que contamos con percepciones valiosas tanto de individuos con conocimientos turísticos actuales como de perspectivas globales. Estas aportaciones son fundamentales y positivas para enriquecer nuestra investigación.

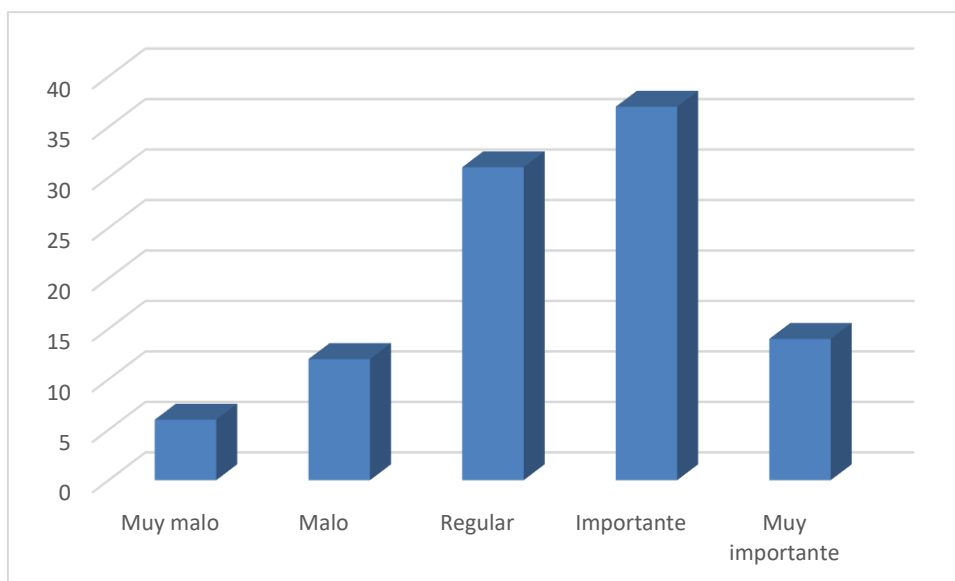
- **Información específica**

4. Accesibilidad a los destinos turísticos

Tabla 13 Destinos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	2	6	6	6
Malo	4	12	12	12
Regular	11	31	31	43
Bueno	13	37	37	68
Muy bueno	3	14	14	100
Total	35	100	100	

Figura 4 *Destinos turísticos*



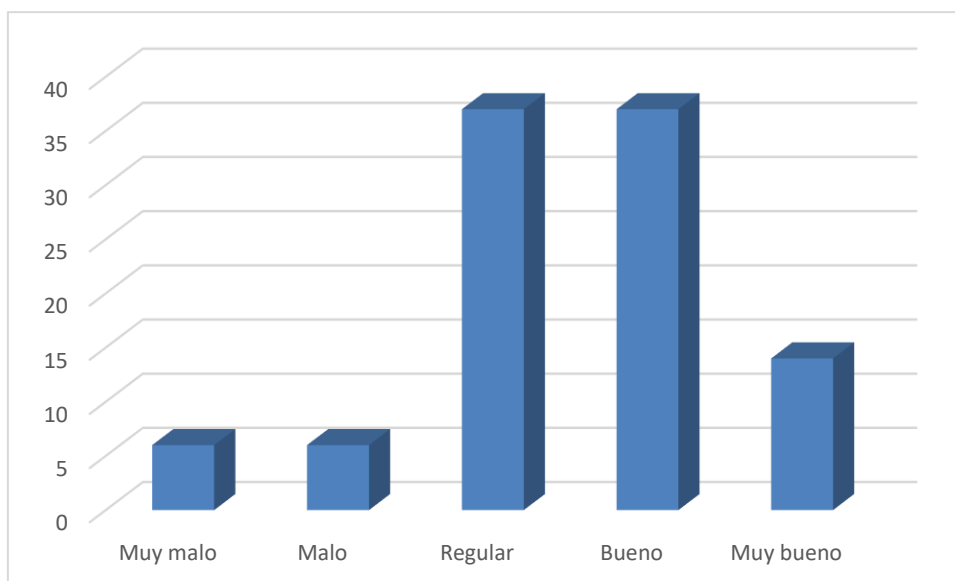
De la misma forma, referente a la accesibilidad de destinos turísticos en la comunidad Rumicruz el 37% considera que la comunidad tiene buena accesibilidad, 31% califica como regular, el 14% marco que era muy buen, ,mientras que 12% califica la accesibilidad como mala y 6% marco muy malo, lo que nos da a entender que la mayoría del grupo etario tiene una percepción positiva acerca de la accesibilidad que permite que la llegada a diferentes destinos turísticos para disfrutar de sus atracciones.

5. Disponibilidad en el acceso de información turística proporcionada (señalización, guías, folletos)

Tabla 14 *Acceso a la información turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	2	6	6	6
Malo	2	6	6	12
Regular	13	37	37	43
Bueno	13	37	37	74
Muy bueno	5	14	14	100
Total	35	100	100	

Figura 5 Acceso a la información turística



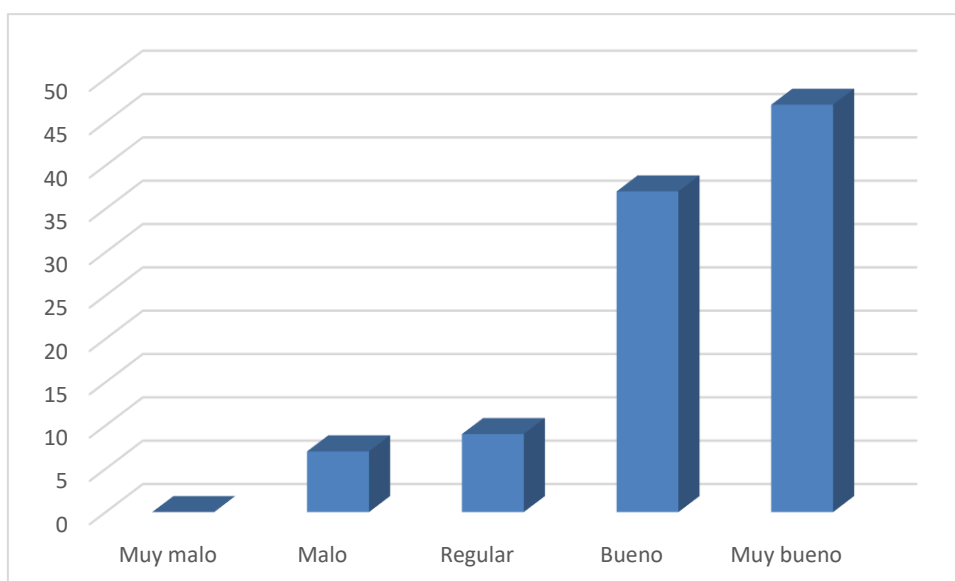
Igualmente, en este aspecto sobre el acceso a la información turística, la cual implica un rol importante para marcar la diferencia en la calidad de la experiencia turística en donde el 37% de los encuestados tiene una percepción intermedia sobre este aspecto, igual que el 37% que marco como regular, un 6% señalo como muy malo, otro 6% marca como malo, finalmente un 14% indica como muy bueno, sin embargo, es un porcentaje bajo. Esto nos quiere decir que a pesar de que se obtiene una distribución variada de opiniones, con una mayoría que tiene percepciones intermedias sobre el aspecto evaluado, hay un margen pequeño apunta a mejoras identificables.

6. Nivel de satisfacción en relación a experiencias espirituales o culturales

Tabla 15 Experiencias espirituales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	2	7	7	7
Regular	3	9	9	16
Bueno	11	37	37	53
Muy bueno	14	47	47	100
Total	35	100	100	

Figura 6 *Experiencias espirituales*



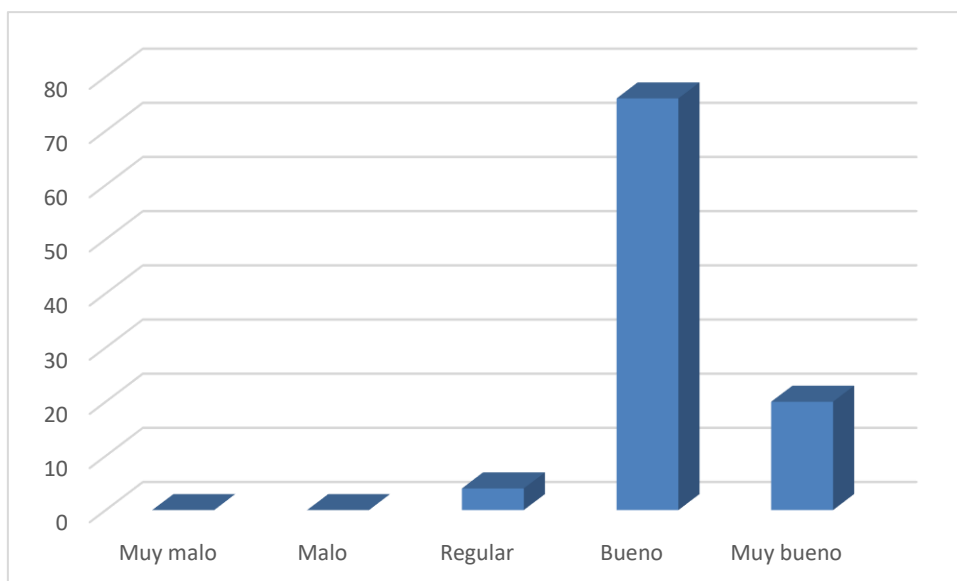
El nivel de satisfacción en relación a las experiencias espirituales según los actores turísticos encuestados nos muestra que un 47% dice que es muy bueno, 37% bueno, 9% regular, 7% malo y 0% muy malo, en este contexto podemos concluir que la mayoría de los encuestados se encuentran satisfechos, destacando así, una experiencia positiva, de excelente calidad según la escala proporcionada.

7. Calidad de servicios turísticos como: alojamiento, restaurantes, transportes disponibles en Rumicruz.

Tabla 16 *Calidad de servicios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	6	17	17	17
Malo	5	14	14	31
Regular	8	23	23	54
Bueno	6	17	17	71
Muy bueno	10	29	29	100
Total	35	100	100	

Figura 7 *Calidad de servicios turísticos*



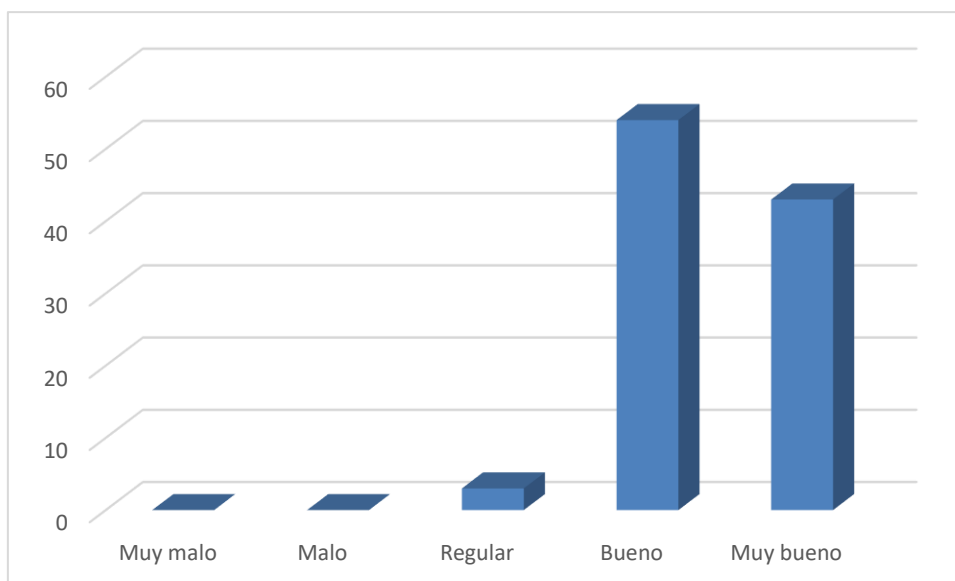
La calidad de servicios turísticos como: alojamiento, restaurantes, transportes disponibles en Rumicruz, según los actores turísticos nos muestra que un 29% dice que es muy bueno, 23% regular, 17% bueno, 17% muy malo y 14% malo, en este contexto podemos concluir que, en general la calidad de los servicios turísticos en Rumicruz, engloba a atención que pueden recibir los turistas de los actores locales que prestan el servicio, lo cual se considera una herramienta valiosa para impulsar y brindar una mejor experiencia turística a todos los visitantes.

8. Calidad de las instalaciones y equipamiento utilizadas durante la visita turística

Tabla 17 *Instalaciones y equipamiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	3	9	9	9
Regular	15	43	43	52
Bueno	13	37	37	89
Muy bueno	4	11	11	100
Total	35	100	100	

Figura 8 *Instalaciones y equipamiento*



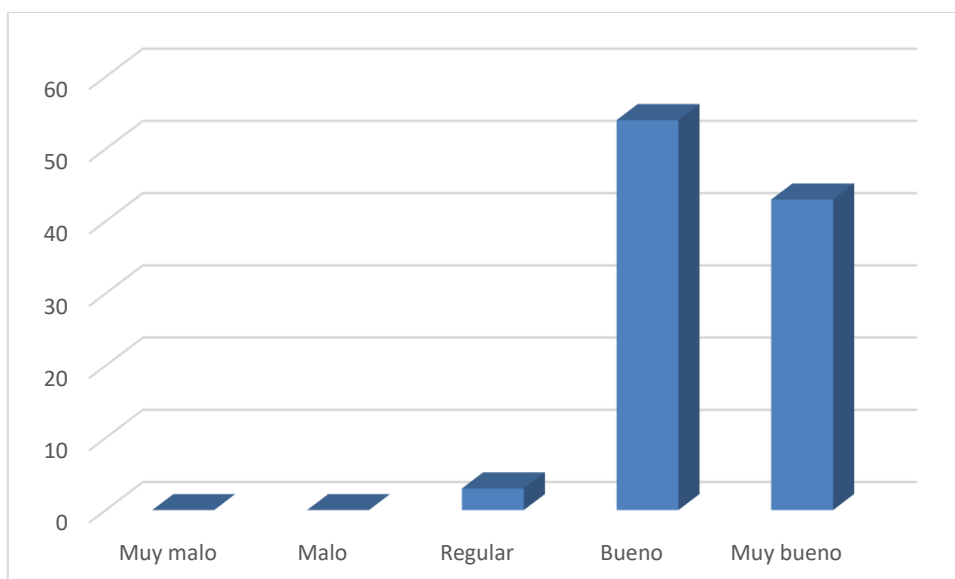
En cuanto a la calidad de instalaciones y equipamiento utilizadas durante la visita turística, indican que un 43% regular, 37% bueno, 11% muy bueno y 9% muy malo, lo que da a conocer que es necesario mantener las instalaciones turísticas en óptimas condiciones y equipadas, ya que esto es una perspectiva general que se lleva el turista y permite que el mismo tenga una satisfacción general del lugar que visita.

9. Diversidad de actividades turísticas desarrolladas

Tabla 18 *Actividades turísticas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	9	9	9
Regular	15	43	43	52
Bueno	15	37	37	80
Muy bueno	5	11	11	100
Total	35	100	100	

Figura 9 *Actividades turísticas*



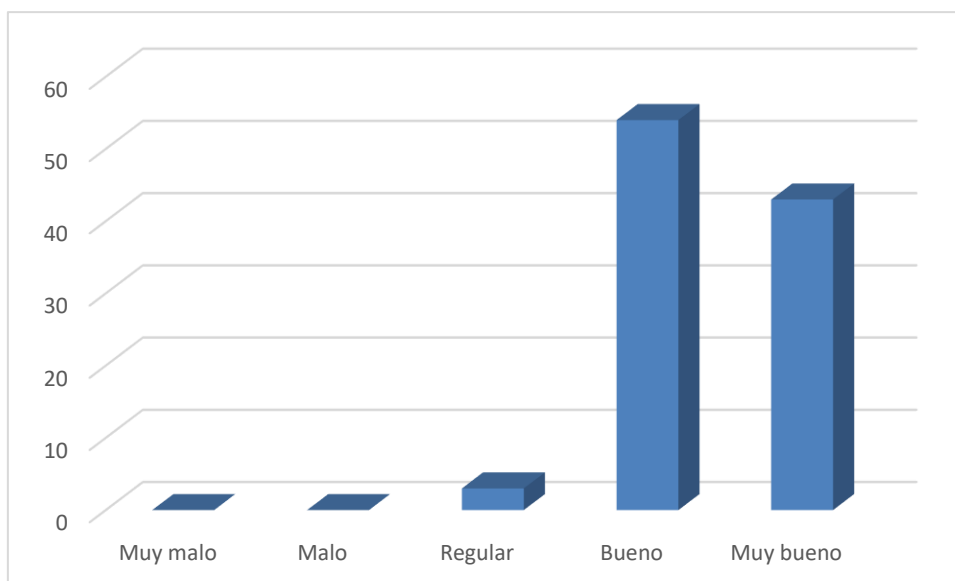
En relación a las actividades turísticas que se desarrollen en el sector de la comunidad de Rumicruz, según los encuestados, indican que un 15% califica como regular, de la misma manera el otro 15% bueno, un 5% como muy bueno, un 0% malo y muy malo, lo que indica que es necesario desarrollar diferentes actividades turísticas no solo para atraer visitantes, sino para generar ingresos que representen a las familias que pertenecen a Rumicruz, al igual que refuerza la relación entre los turistas y la cultura que se desarrolla en la localidad.

10. Accesibilidad a las actividades turísticas en la comunidad Rumicruz

Tabla 19 *Accesibilidad a las actividades turísticas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	1	3	3	3
Malo	1	3	3	6
Regular	13	37	37	40
Bueno	12	34	34	71
Muy bueno	8	23	23	100
Total	35	100	100	

Figura 10 *Accesibilidad a las actividades turísticas*



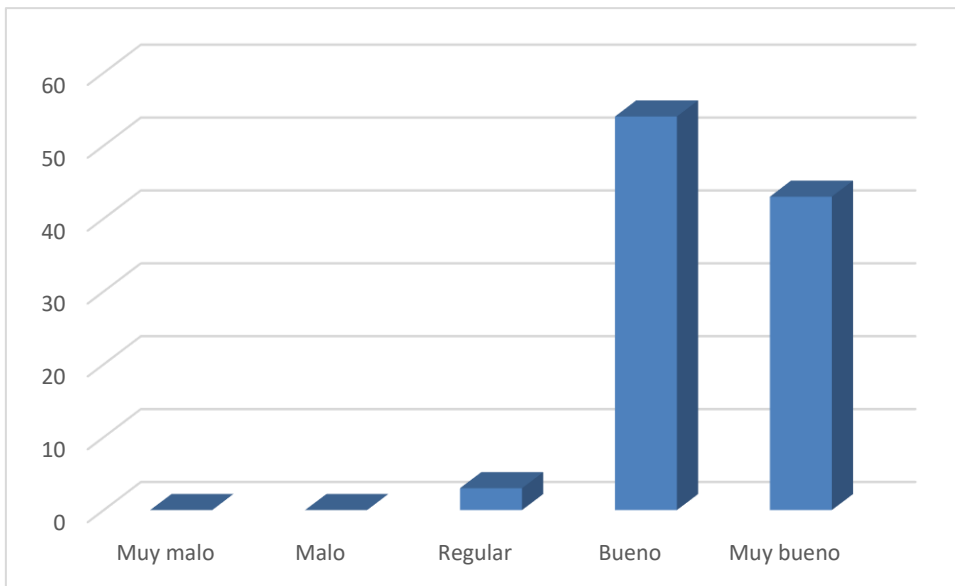
La accesibilidad que puedan tener los turistas en relación a las actividades que se desarrollen en Rumicruz, se indica que un 37% regular, 34% bueno, 23% muy bueno, 3% como malo y 3% muy malo, esto es debido a que en la localidad es necesario mejorar la accesibilidad, infraestructura, señalización y servicios de transporte que aseguren que todas las personas puedan disfrutar plenamente de todas las actividades turísticas.

11. Satisfacción y comodidad al brindar el servicio de turismo a los visitantes

Tabla 20 *Servicio de turismo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	0
Regular	2	6	6	54
Bueno	17	48	48	94
Muy bueno	16	46	46	100
Total	35	100	100	

Figura 11 Servicio de turismo



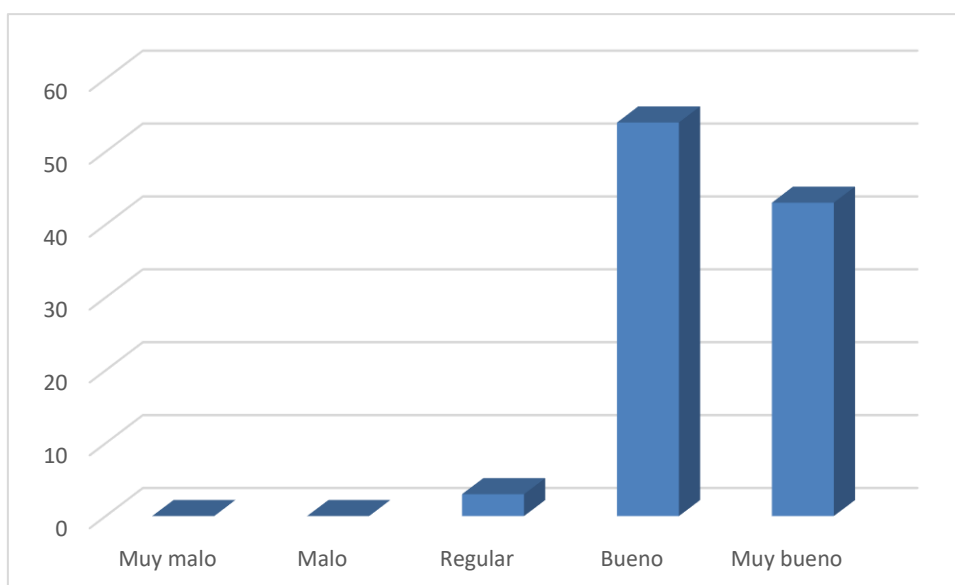
En cuanto a la satisfacción y comodidad al brindar el servicio turístico, los encuestados indican que un 48% bueno, 46% muy bueno, y un 6% regular, mientras que califican como muy malo y malo un 0%, lo que da a conocer una predominancia en respuestas positivas que respaldan la calidad de servicio, que impacta de manera directa a generar recuerdos positivos para que los turistas puedan volver a realizar visitas futuras, vinculándolos de esta manera estrechamente con los servicios ofrecidos, creando competencia en el mercado local y atrayendo más turismo al sector.

12. Nivel de satisfacción al participar en las actividades turísticas durante la visita

Tabla 21 Nivel de participación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	0
Regular	0	0	0	0
Bueno	17	49	49	49
Muy bueno	18	51	51	100
Total	35	100	100	

Figura 12 Nivel de participación



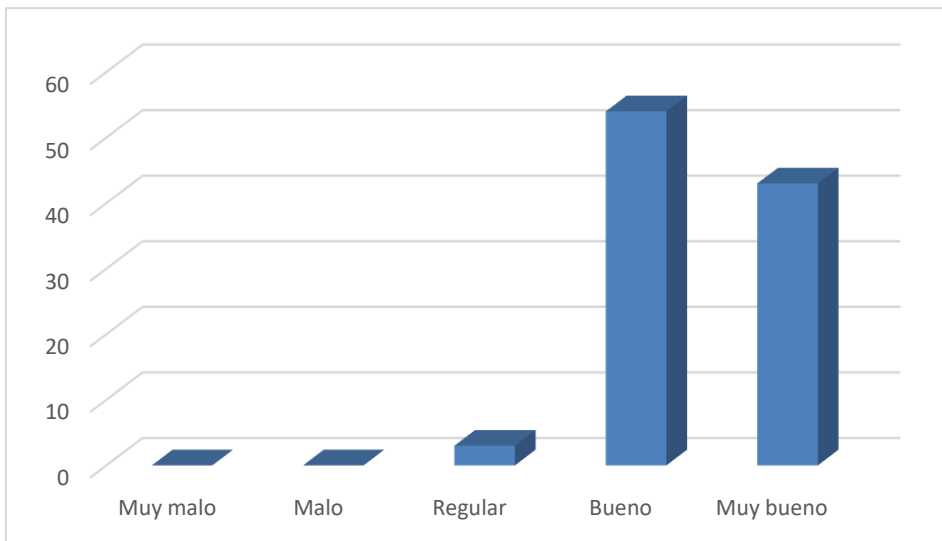
En cuanto al nivel de participación en las actividades turísticas, los encuestados indican que un 51% muy bueno, 49% bueno, mientras que un 0% corresponde a muy malo y malo, este nivel influye directamente a la experiencia general del visitante, generando fidelización y futuro retorno, impactando directamente a contribuir con una buena reputación del destino, y permitiendo adaptar que actividades son más atractivas para los turistas.

13. Recomendación a otros viajeros en base a los atractivos y actividades desarrolladas

Tabla 22 Recomendación de viajeros en Rumicruz

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	3	0	0	0
Regular	2	6	6	54
Bueno	15	48	48	94
Muy bueno	15	46	46	100
Total	35	100	100	

Figura 13 Recomendación de viajeros en Rumicruz



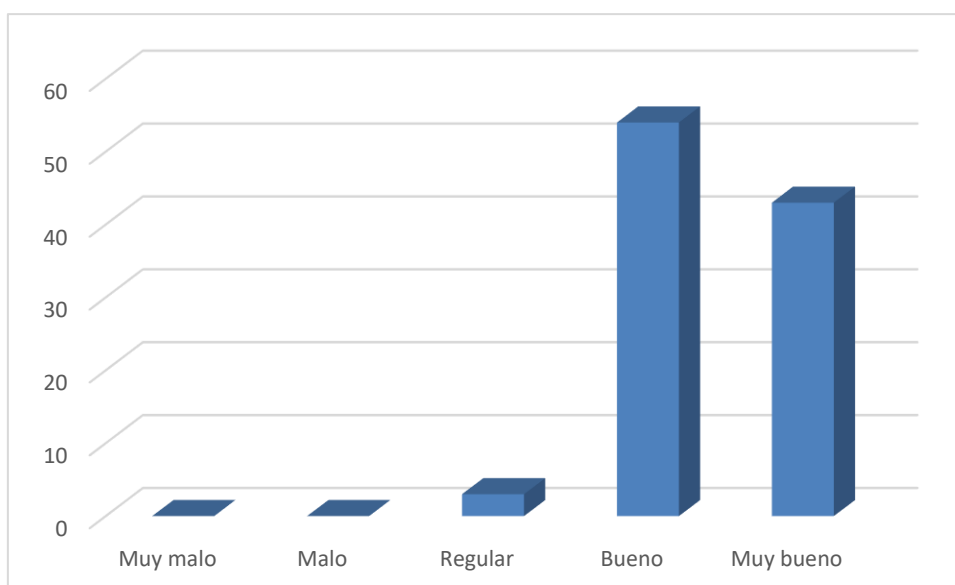
Recomendación de viajeros en Rumicruz entorno a los atractivos y actividades desarrolladas, los encuestados indican que un 48% muy bueno, 48% bueno, 3% malo, 2% muy malo, en lo que se refiere a que la abundancia de recomendaciones positivas acerca a lo que se desarrolla en el destino, repercute a la imagen del lugar y a su crecimiento, la mejor publicidad es contar su experiencia personalmente a alguien más, conocida como de boca a boca, la misma que es un motor poderosos para atraer a nuevos visitantes.

14. Evaluación en general de este espacio turístico

Tabla 23 Espacio turístico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	6
Regular	2	6	6	37
Bueno	11	31	31	94
Muy bueno	22	63	63	100
Total	35	100	100	

Figura 14 *Espacio turístico*



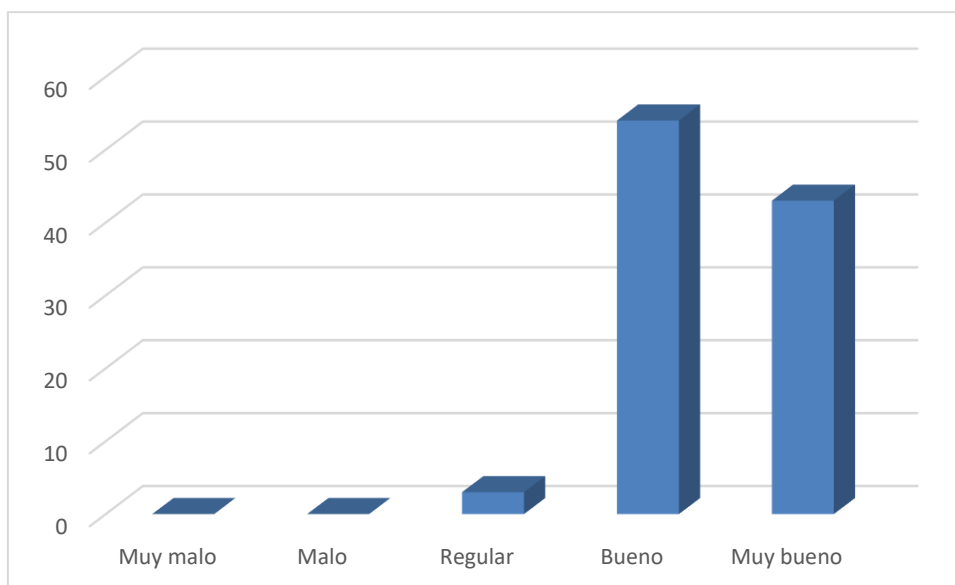
En cuanto a la evaluación general del espacio turístico, los encuestados indican 63% muy bueno, 31% bueno, 6% regular y 0% corresponde a malo y muy malo, esto proporciona una visión directa del espacio turístico, y sirve como herramienta para la toma de decisiones estratégicas para identificar las fortalezas y las posibles mejoras.

15. Originalidad y singularidad a consideración con otros destinos turísticos

Tabla 24 *Comparación en relación a otros destinos turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	6
Regular	2	6	6	37
Bueno	11	31	31	94
Muy bueno	22	63	63	100
Total	35	100	100	

Figura 15 Comparación en relación a otros destinos turísticos



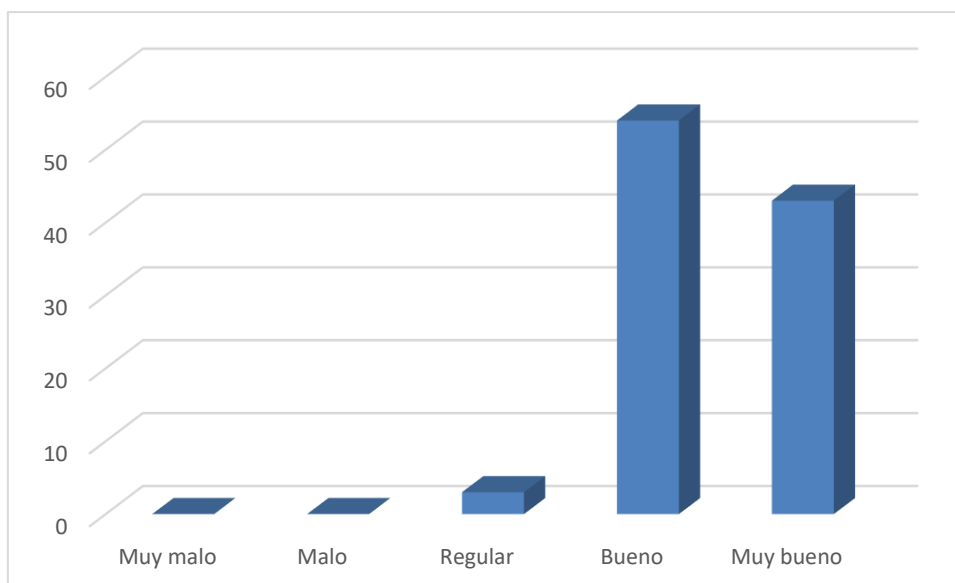
En cuanto a la comparación en relación a otros destinos turísticos, un 63% muy bueno, 31% bueno, 6% regular y 0%, lo cual es una práctica clave que aporta diversos beneficios como la identificación de fortalezas y debilidades, para conocer en que áreas el destino se destaca o necesita una transformación para lograr implementar mejoras continuas, que se adapten a cubrir las necesidades de los visitantes.

16. Valoración sobre la conservación y mantenimiento del lugar

Tabla 25 Conservación y mantenimiento del lugar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	3	8	8	8
Malo	2	6	6	14
Regular	5	14	14	57
Bueno	15	43	43	72
Muy bueno	12	29	29	100
Total	35	100	100	

Figura 16 *Conservación y mantenimiento del lugar*



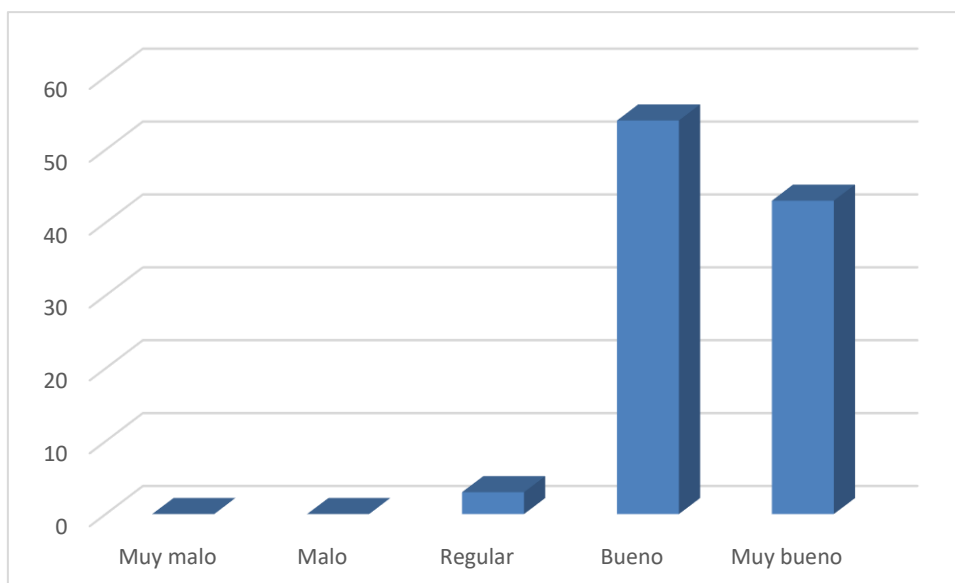
Por otro lado, en relación a la conservación y mantenimiento del lugar, los encuestados responde que un 43% bueno, 29% muy bueno, 15% regular, 8% muy malo y 6% malo, lo cual garantiza la preservación a largo plazo del patrimonio natural del destino, incluyendo también sitios históricos, áreas naturales que forman parte de la identidad del lugar, aportando a la sostenibilidad ambiental, con la finalidad de mantener la integridad de los ecosistemas locales, la calidad del aire, agua, reduciendo el impacto ambiental.

17. Rescate de costumbres y tradiciones

Tabla 26 *Costumbres*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	0
Regular	0	0	0	0
Bueno	7	20	20	0
Muy bueno	28	80	80	100
Total	35	100	100	

Figura 17 *Costumbres*



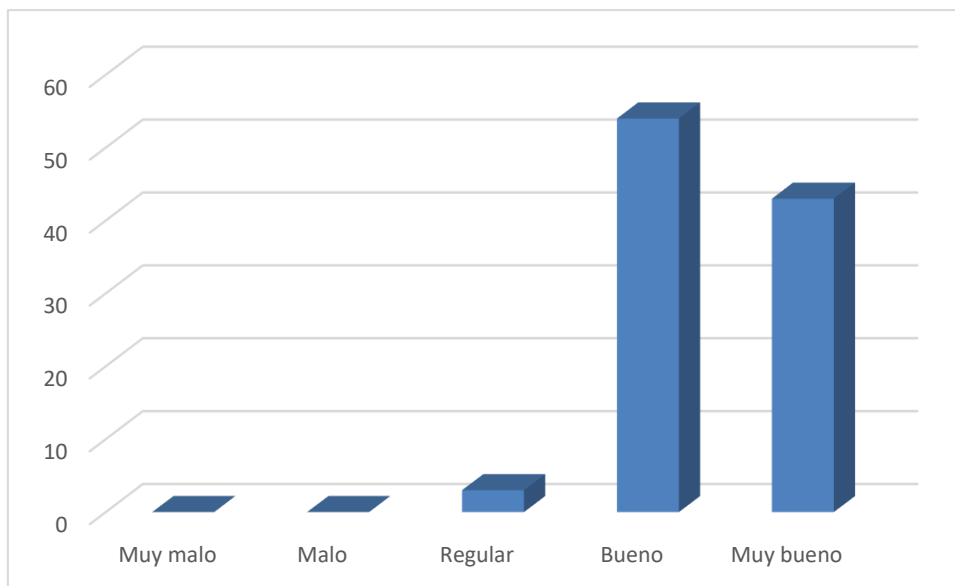
En relación al rescate de costumbres y tradiciones, los encuestados respondieron que un 80% muy bueno y un 20% bueno, mientras que un 0% regular, malo y muy malo, lo que indica que la ausencia de respuestas en últimas categorías sugiere, en general, las costumbres son bien recibidas y apreciadas en la comunidad Rumicruz.

18. Enriquecimiento de la experiencia al explorar y aprender sobre esta comunidad

Tabla 27 *Experiencia*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	0
Regular	1	3	3	3
Bueno	19	54	54	97
Muy bueno	15	43	43	100
Total	35	100	100	

Figura 18 *Experiencia*



Finalmente, en cuanto se refiere al enriquecimiento de la experiencia al explorar y aprender de la comunidad, los encuestados responde que un 54% muy bueno, 43% bueno, 3% regular y 0% corresponde a malo y muy malo, lo que indica que ofrecer experiencias enriquecedoras y educativas distinguen a un destino turístico, esto proporciona una ventaja para ingresar a la competencia y destacarse en el mercado turístico, ya que cada vez más los turistas buscan experiencias para comprender y explorar la autenticidad, para poder desconectarse con la vida cotidiana y establecer una relación con la identidad de una comunidad.

Anexo 9 Análisis e interpretación de los datos de la variable dependiente (Manifestaciones culturales)

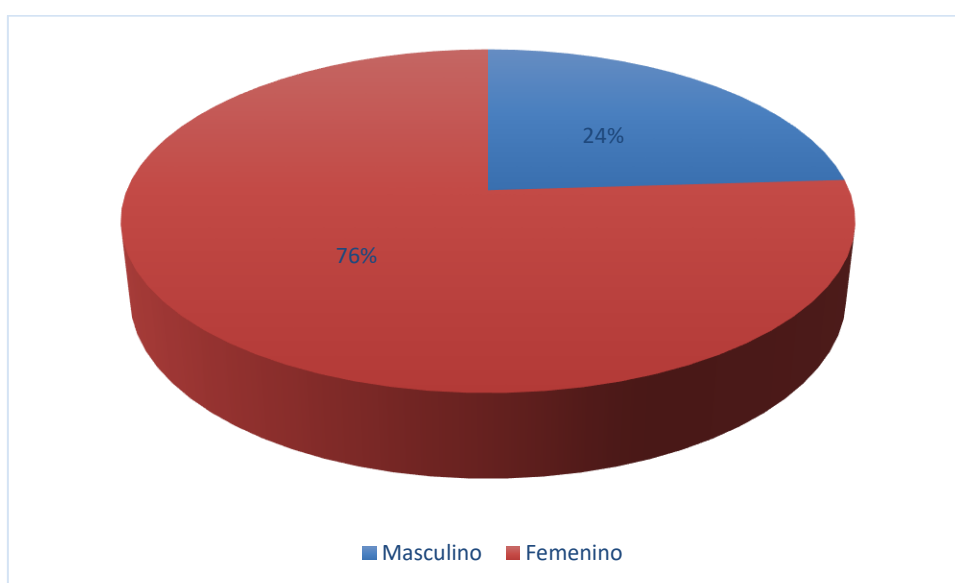
- **Información sociodemográfica**

- 1. Género**

Tabla 28 *Género*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Masculino	31	24	24	24
Femenino	97	76	76	100
Total	128	100	100	

Figura 19 *Género*



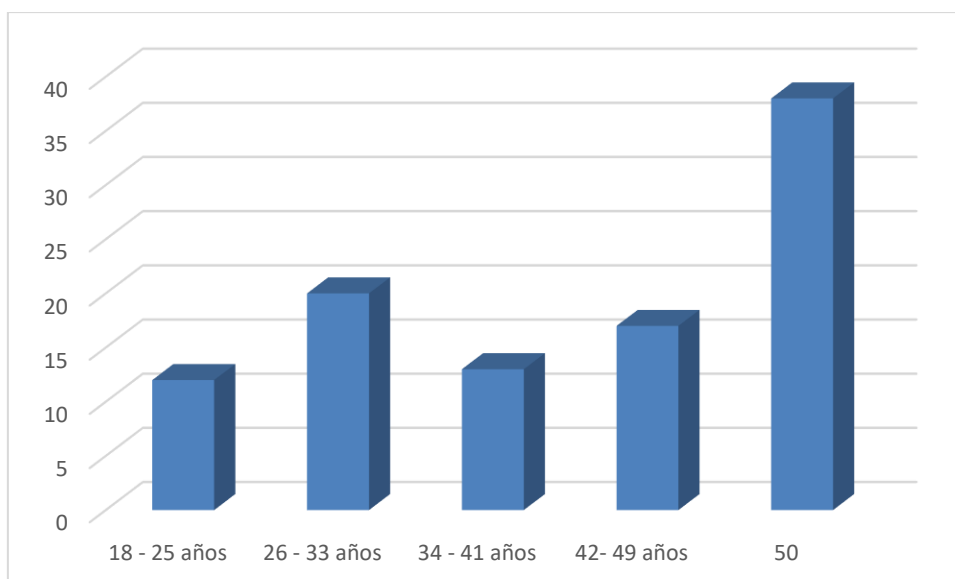
Como se puede notar en base al análisis del número de encuestados, el 76% corresponde a individuos del género masculino, mientras que el 24% restante corresponde al género femenino. Este hecho sugiere que en la parroquia de Rumicruz existe una mayor representación de mujeres, que posiblemente desempeñen diferentes ocupaciones al igual que el género masculino, para de esta manera aportar económicamente en su hogar.

- 2. Edad**

Tabla 29 *Edad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
18 - 25 años	15	12	12	12
26 - 33 años	26	20	20	32
34 - 41 años	17	13	13	45
42- 49 años	22	17	17	62
+50	48	38	38	100
Total	128	100	100	

Figura 20 Edad



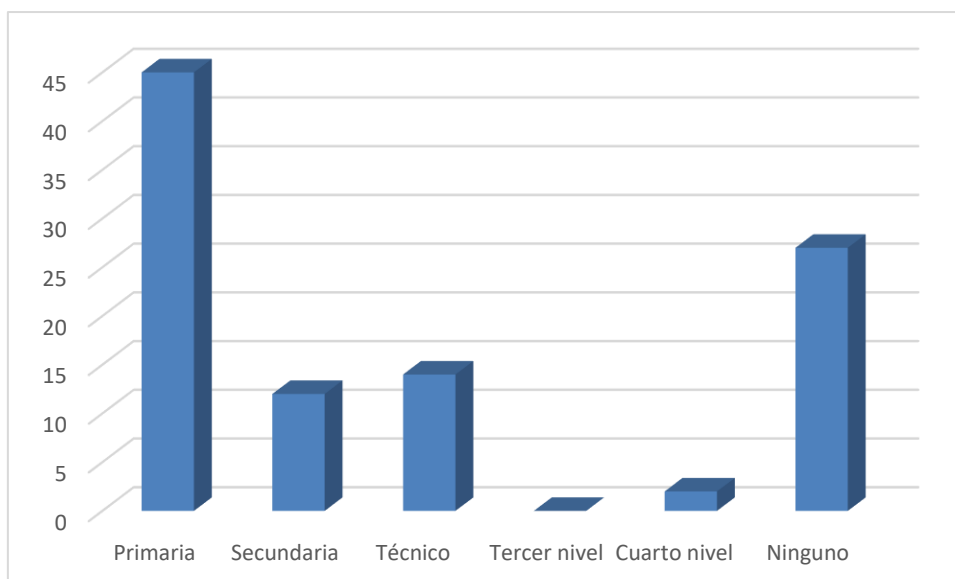
Así mismo, como se puede notar la edad de los encuestados va desde los 18 años hasta más de 50 años, teniendo como resultados que el 38% tiene una edad superior a los 50 años, un 20% oscila entre los 26 a 33 años de edad, el 17% está entre 42 a 49 años un 13 % está entre los 34 a 41 años y finalmente un 12 % está entre los 18 a 25 años de edad, esta distribución revela que la mayoría de los encuestados tienen cincuenta años o más perteneciente a los adultos mayores que podrían tener una cultura más arraigada a la identidad de la comunidad de Rumicruz.

3. Nivel de instrucción

Tabla 30 Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Primaria	58	45	45	45
Secundaria	15	12	12	57
Técnico	17	14	14	29
Tercer nivel	0	0	0	14
Cuarto nivel	3	2	2	29
Ninguno	35	27	27	100
Total	128	100	100	

Figura 21 Nivel de instrucción



Los datos de los encuestados proporcionan la siguiente información que un 45% de tiene una educación primaria, un 27% no cuenta con nivel de instrucción académica, un 14% educación técnica, mientras que el 12% cuenta con educación secundaria y finalmente el 2% posee educación de cuarto nivel, y un 0% indica que no cuenta con educación formal. Este análisis proporciona una visión detallada de la educación de la población encuestada y puede ser útil para comprender cómo diferentes niveles educativos pueden influir en la participación y apreciación de las manifestaciones culturales en Rumicruz.

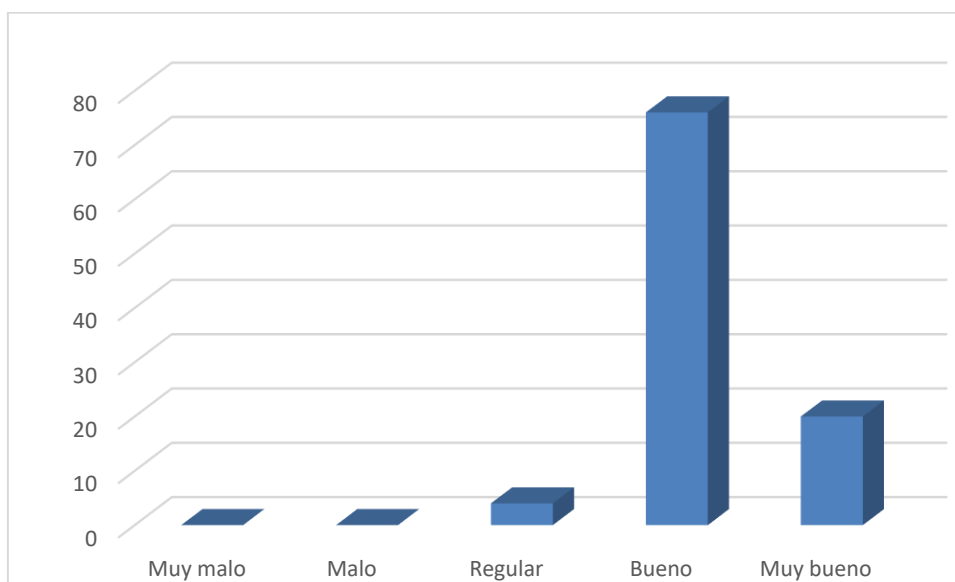
- **Información específica**

4. Estado de conservación de las edificaciones y estructuras históricas de la comunidad

Tabla 31 *Edificaciones*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	29	23	23	23
Malo	7	5	5	28
Regular	55	43	43	48
Bueno	34	27	27	29
Muy bueno	3	2	2	100
Total	128	27	27	

Figura 22 *Edificaciones*



De igual manera, se puede observar que en lo que respecta sobre el estado de conservación de las edificaciones y estructuras históricas de la comunidad, un 43% considera que su estado es regular, mientras que un 27% bueno, 23% muy malo y el 5% malo, 2% muy bueno, lo cual refleja una variedad de opiniones, las áreas que reciben evaluaciones positivas podrían considerarse como puntos fuertes que podrían promoverse para atraer turistas, sin embargo aquellas en estado regular pueden ser objeto de intervenciones para mejorar su conservación.

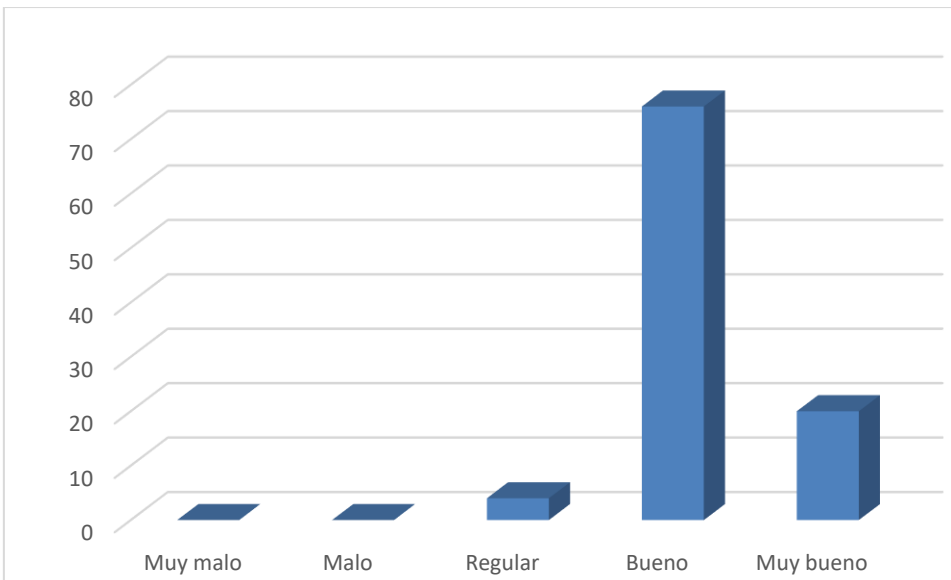
5. Diseño de los espacios urbanos de la comunidad

Tabla 32 *Espacios urbanos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	67	52	52	52

Malo	0	0	0	0
Regular	3	3	3	3
Bueno	0	0	0	0
Muy bueno	58	45	45	100
Total	128	100	100	

Figura 23 *Espacios urbanos*



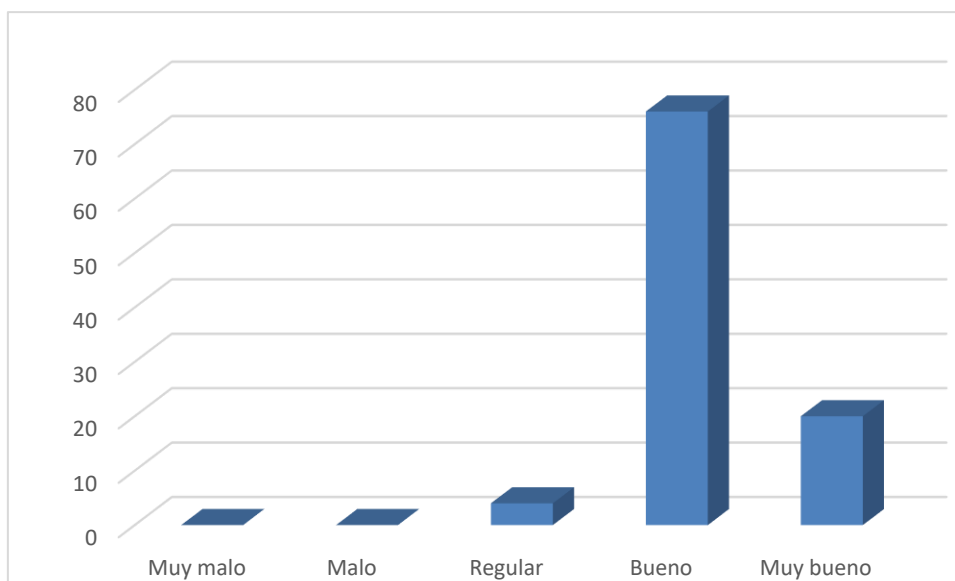
Así mismo, referente al diseño de los espacios urbanos de la comunidad, se da a conocer que un 52% de los encuestados responde como muy malo, un 45% muy bueno, mientras que un 3% considera el diseño de los espacios como regular y un 0% corresponde a las alternativas muy malo y malo. Este análisis proporciona una visión general de como la comunidad percibe el diseño de espacios urbanos, que pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector y atraer a turistas que puedan movilizarse con facilidad a la comunidad.

6. Influencia de la arquitectura en el sentimiento de orgullo y pertenencia de los habitantes de la comunidad de Rumicruz

Tabla 33 *Arquitectura*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	1	1	1	1
Regular	1	1	1	2
Bueno	62	48	48	98
Muy bueno	64	50	50	100
Total	128	100	100	

Figura 24 *Arquitectura*



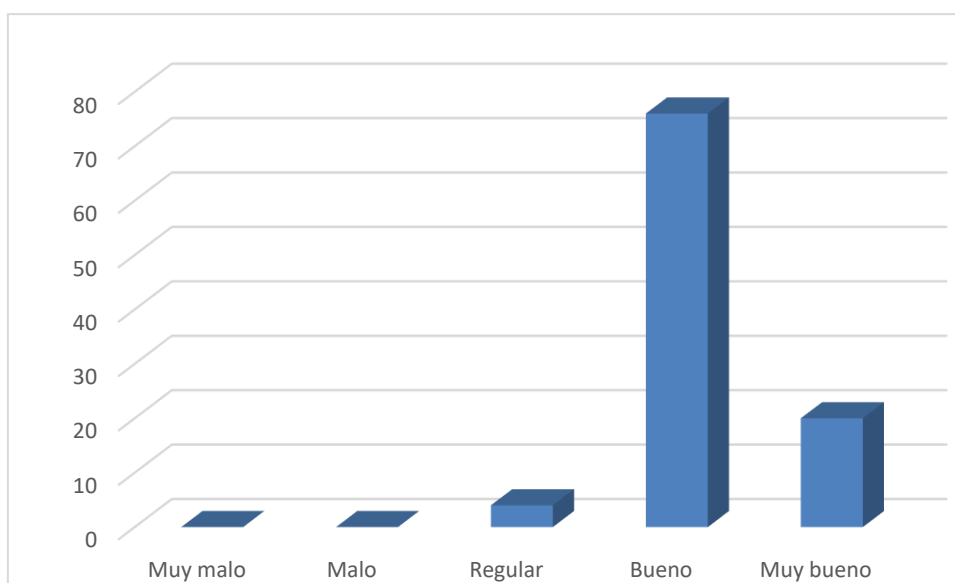
En relación a la influencia de la arquitectura en el sentimiento de orgullo y pertenencia de los habitantes de la comunidad de Rumicruz, la población encuestada responde que un 50% califica la arquitectura como muy buena, indicando una influencia fuerte positiva en el sentimiento de orgullo y pertenencia, mientras que un 48% como bueno, un 1% malo, y finalmente el otro 1% como regular, este aspecto acerca de la arquitectura local se convierte en una expresión tangible de la identidad cultural de la comunidad, y el hecho de generar un sentimiento de pertenencia establece un vínculo emocional que fortalece el cuidado de las diferentes expresiones culturales de la localidad.

7. Compromiso con la sostenibilidad y preservación de la parte arquitectónica de la comunidad

Tabla 34 *Preservación*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	0
Regular	0	0	0	0
Bueno	22	17	17	0
Muy bueno	106	83	83	100
Total	128	100	100	

Figura 25 *Preservación*



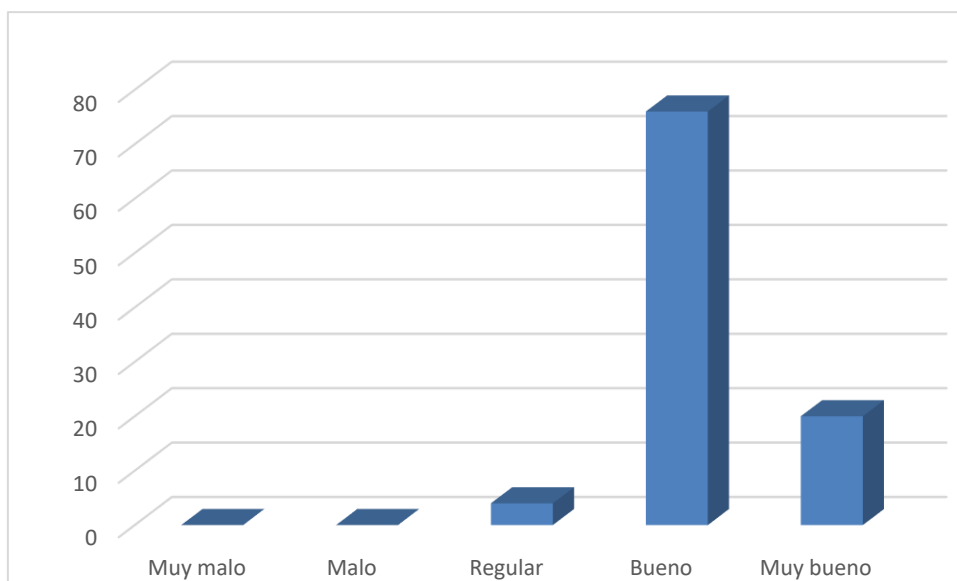
En cuanto al compromiso con la sostenibilidad y preservación de la parte arquitectónica de la comunidad, los encuestados responden que un 83% muy bueno, un 17% bueno, mientras que para las alternativas muy malo, malo y regular un 0% cada una, dando a entender que la preservación arquitectónica bien valorada puede convertirse en un atractivo turístico, que transmita la historia, tradición a diferentes generaciones propias y extrañas del sector, sin embargo es importante que se mantenga el mantenimiento de estos entornos, fortaleciendo el compromiso de sostenibilidad.

8. Interacción y participación de la comunidad en eventos culturales

Tabla 35 *Interacción*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	5	4	4	4
Regular	27	21	21	25
Bueno	40	31	31	75
Muy bueno	56	44	44	100
Total	128	100	100	

Figura 26 Interacción



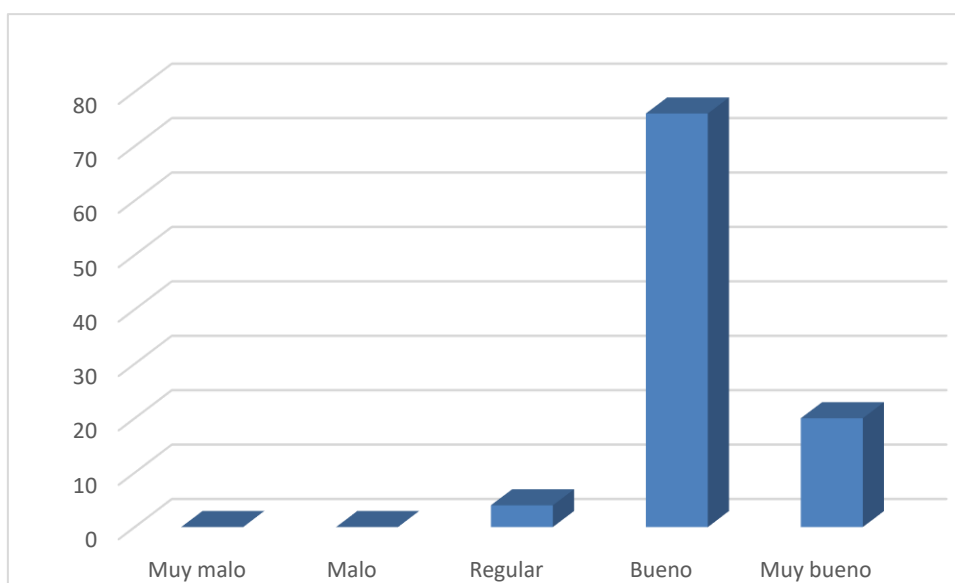
Así mismo, en relación a la interacción y participación de la comunidad en diferentes eventos culturales, la población encuestada responde que un 44% califica como muy bueno, un 31% bueno, el 21% regular, mientras que el 4% malo y 0% muy malo, esto indica que la participación activa y entusiasta de la comunidad desempeña un rol fundamental en la promoción y riqueza cultural, porque refuerza los lazos con el patrimonio cultural y permite transmitir tradiciones de generación en generación.

9. Variedad y calidad de artesanías disponibles para los turistas en la comunidad

Tabla 36 Artesanías

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	0
Regular	67	52	52	52
Bueno	2	2	2	48
Muy bueno	59	46	46	100
Total	128	100	100	

Figura 27 Artesanías



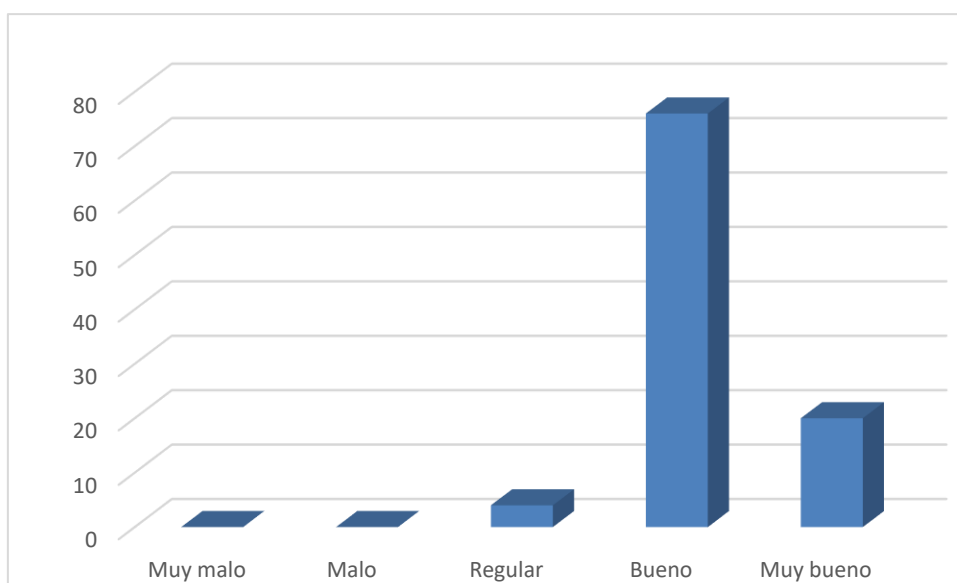
En relación a la variedad y calidad de artesanías, la población encuestada responde que un 52% regular, 46% muy bueno, un 2% bueno, mientras que para la alternativa muy malo y malo 0%, esto indica que la percepción en varios participantes es positiva, y puede ofrecer artesanías de alta calidad para que puedan venderse y comercializar a nivel local, generando fuentes de empleo que formen un conjunto con el turismo comunitario

10. Promoción de la comunidad de Rumicruz en el contexto turístico

Tabla 37 Promoción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	67	52	52	52
Malo	2	1	1	53
Regular	38	30	30	31
Bueno	6	5	5	17
Muy bueno	15	12	12	100
Total	128	100	100	

Figura 28 Promoción



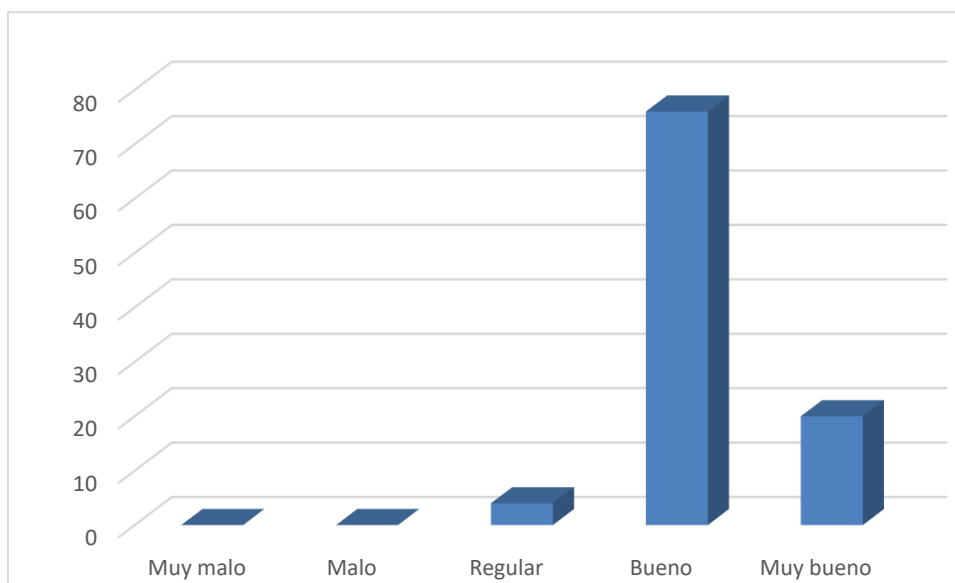
La población en el tema sobre la promoción de la comunidad de Rumicruz en el contexto turístico responden de la siguiente manera, un 52% muy malo, 30% regular, 12% muy bueno, 5% bueno y finalmente un 1% malo, lo que indica que hace falta la promoción y divulgación de lugares turísticos que pertenezcan a la comunidad, para generar flujos de visitantes que contribuyan con la economía local, dando a conocer la cultura que habita en este lugar.

11. Promoción de la música y danza tradicional

Tabla 38 Música y danza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	67	52	52	52
Malo	2	1	1	53
Regular	38	30	30	31
Bueno	6	5	5	17
Muy bueno	15	12	12	100
Total	128	100	100	

Figura 29 *Música y danza*



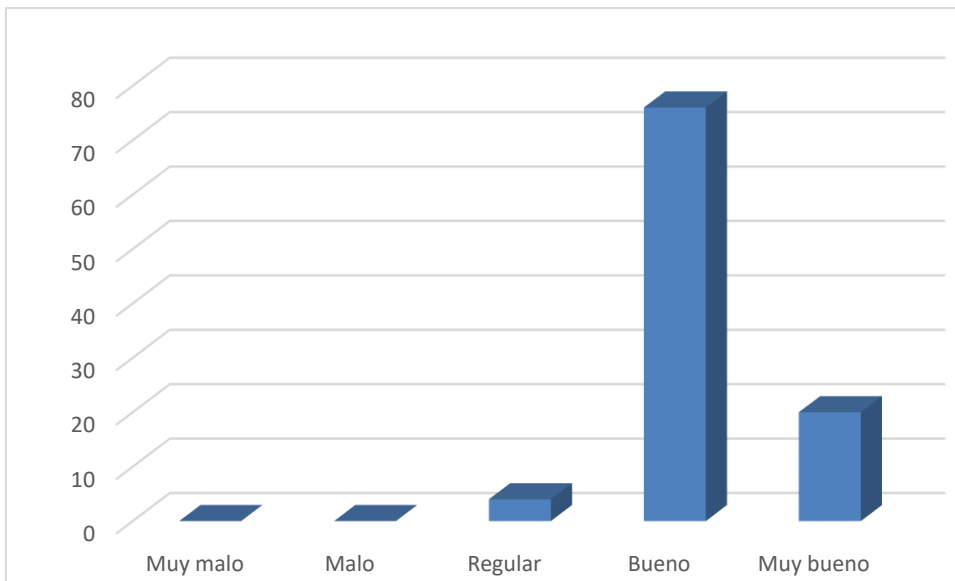
La población en el tema sobre la promoción de cultura en el contexto turístico responden de la siguiente manera, un 52% muy malo, 30% regular, 12% muy bueno, 5% bueno y finalmente un 1% malo, que si no existe dicha promoción, las fuentes de empleo que se rigen en torno al turismo, conforme esto pasa, se van acabando, de la misma manera, la identidad cultural y formas artísticas, por que no va a existir un incremento de visitantes que quieran conocer acerca de estas manifestaciones culturales, debilitando la conexión entre las raíces culturales y tradiciones. Así también, se limitan las oportunidades para artistas locales de música y danza, sin eventos ni plataformas en las que puedan mostrar su talento.

12. Efectividad en la integración de avances en campos científicos técnicos en las actividades turísticas

Tabla 39 *Campo científico*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	23	18	18	18
Malo	14	11	11	29
Regular	71	56	56	67
Bueno	12	9	9	15
Muy bueno	8	6	6	100
Total	128	100	100	

Figura 30 *Campo científico*



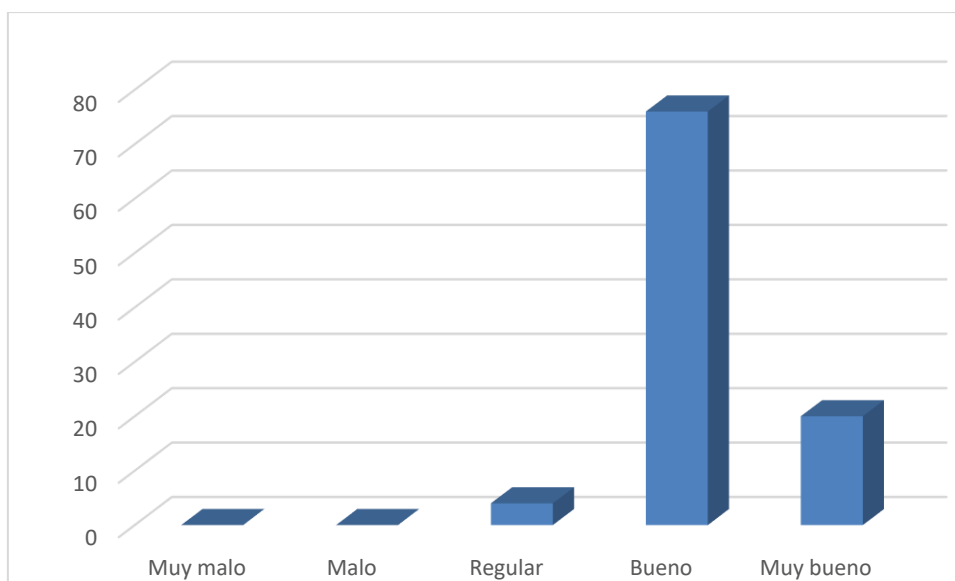
La población encuestada en el tema acerca de los avances en campos científicos en relación al turismo, un 56% regular, 18% muy malo, 11% malo, 9% bueno, 6% muy bueno, lo que indica la falta de avances científicos, misma que esta relacionada en la gestión sostenible del turismo, la ausencia de estos, puede tener como resultado el desarrollo de prácticas inadecuadas con el medio ambiente, disminuyendo la oferta turística.

13. Integración de manifestaciones contemporáneas como: cultura y arte para agregar valor a la oferta turística en Rumicruz

Tabla 40 *Manifestaciones contemporáneas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	55	43	43	43
Malo	0	0	0	0
Regular	63	50	50	50
Bueno	2	3	3	5
Muy bueno	3	4	4	100
Total	128	100	100	

Figura 31 *Manifestaciones contemporáneas*



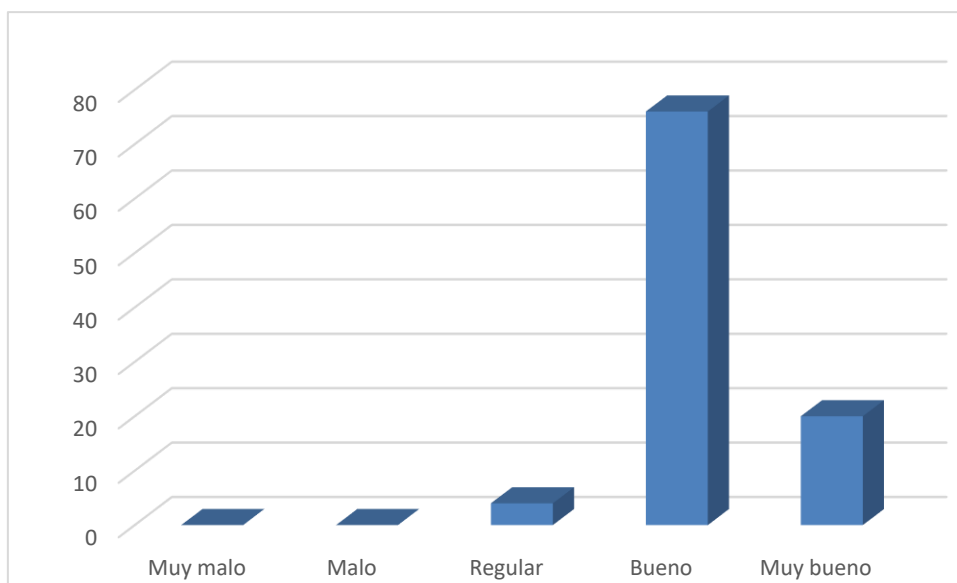
Respecto a las manifestaciones contemporáneas, la población encuestada responde que un 50% regular, un 43% muy malo, mientras que un 4% muy bueno, un 3% bueno y finalmente 0% malo, lo que indica que pueden aparecer destinos turísticos que no se adaptan a las tendencias contemporáneas y pueden perder competitividad frente a otras opciones que sí incorporan la cultura y el arte, sin innovación el destino no cubre las expectativas de los turistas.

14. Impacto en la identidad cultural de la comunidad de Rumicruz

Tabla 41 *Identidad cultural*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	0
Regular	5	4	4	4
Bueno	98	76	76	96
Muy bueno	25	20	20	100
Total	128	100	100	

Figura 32 *Identidad cultural*



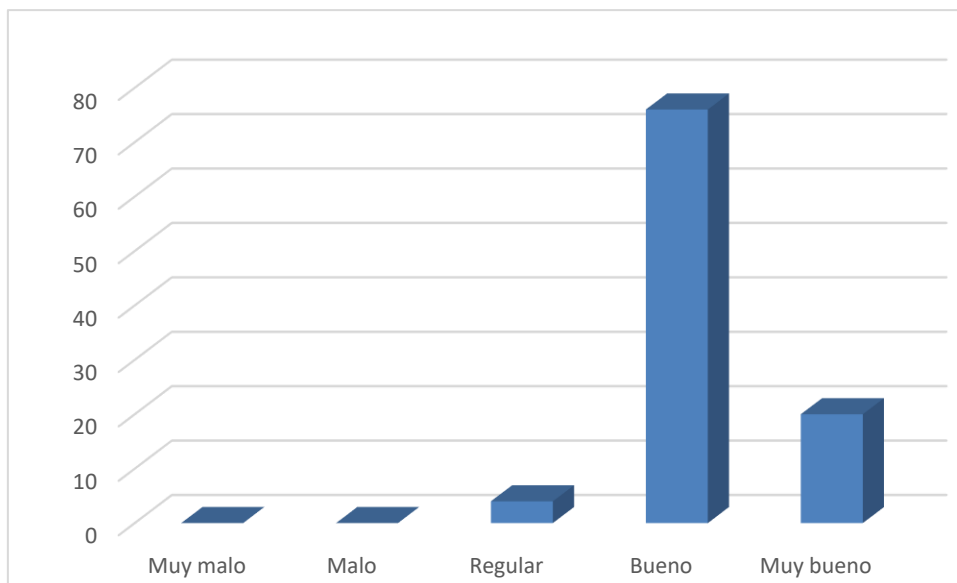
Respecto al impacto de la identidad cultural de la comunidad Rumicruz, la población encuestada indica que un 76% bueno, 20% muy bueno, 4% regular mientras que el 0% corresponde a malo y muy malo respectivamente, lo las actividades turísticas resaltan en la identidad cultural local, fomentando la participación de la comunidad, involucrando la planificación y ejecución de iniciativas que reflejen la identidad de Rumicruz.

15. Aporte a la experiencia de conocimiento de los turistas a través de los avances técnicos y científicos

Tabla 42 *Aportes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje Acumulado
Muy malo	0	0	0	0
Malo	0	0	0	0
Regular	5	4	4	4
Bueno	98	76	76	96
Muy bueno	25	20	20	100
Total	128	100	100	

Figura 33 Aportes



Finalmente, en lo que concierne al aporte a la experiencia de conocimiento de los turistas a través de los avances técnicos y científicos, responde que un 76% bueno, 20% muy bueno, 4% regular mientras que el 0% corresponde a malo y muy malo respectivamente, lo que indica una percepción positiva en los habitantes ya que esto puede permitir que los turistas accedan a información especializada sobre la historia, la cultura y los sitios turísticos de Rumicruz.