



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

Asociación de la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación
de personajes históricos en la ciudad de Riobamba

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo

Autora:

Yubaille Sinaluisa, Katheryn Vanesa

Tutor:

PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade

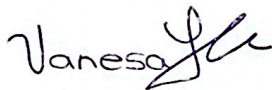
Riobamba, Ecuador. 2026

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Katheryn Vanesa Yubaille Sinaluisa, con cédula de ciudadanía 0650025968, autora del trabajo de investigación titulado: **“Asociación de la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de 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, a la fecha de su presentación.



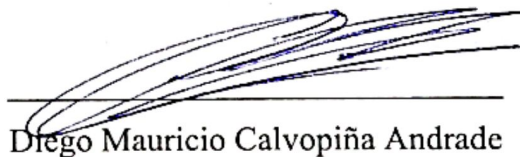
Katheryn Vanesa Yubaille Sinaluisa

C.I: 0650025968

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, 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: Asociación de la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba bajo la autoría de Katheryn Vanesa Yubaille Sinaluisa; 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 19 días del mes de junio de 2026

A handwritten signature in blue ink, consisting of several fluid, overlapping strokes, positioned above a horizontal line.

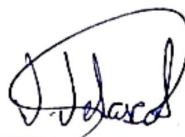
C.I: 0602083552

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

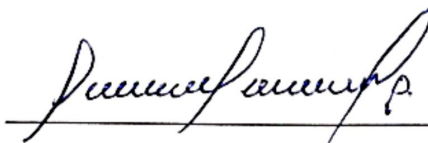
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Asociación de la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba, presentado por Katheryn Vanesa Yubaille Sinaluisa, con cédula de identidad 0650025968, 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 la fecha de su presentación.

Víctor M. Velasco, PhD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Paula E. Moreno, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Héctor G. Pacheco, PhD.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, YUBAILLE SINALUISA KATHERYN VANESA, con C.C: 0650025968, estudiante de la Carrera TURISMO, Facultad de CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "ASOCIACIÓN DE LA GUIANZA TURÍSTICA Y LA CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LA INCORPORACIÓN DE PERSONAJES HISTÓRICOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA" cumple con el 4 %, de acuerdo al reporte del sistema Antiplagio COMPILATION, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 12 de junio de 2026.



valida únicamente en FirmadOC.
creada electrónicamente por:
**DIEGO MAURICIO
CALVOPINA ANDRADE**

PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico todos mis esfuerzos a Dios, ente que ha sido el motor de esta tormentosa aventura
universitaria.

Y a mí, la persona que vivió todo este proceso de manera personal.

Finalmente, creo que somos una mezcla de todas las personas y circunstancias que hemos
atravesado al intentar sobrevivir a la vida.

AGRADECIMIENTO

A mi madre, a quien le debo todo. Nada habría sido posible sin su amor y confianza incondicional, sin su apoyo económico, que espero que, este último aspecto sea compensado con mis esfuerzos futuros.

A mi padre que, ha partido antes de verme triunfar. No estuvo siempre, pero todo el respeto para él en el cielo.

A mis queridos hermanos que se enteraron cómo la vida me era injusta, por intentar sacarme sonrisas incluso habiendo sido consumida por mis propios pensamientos más dañinos.

A mi tutor de tesis, el PhD. Diego Calvopiña, por su orientación y disposición para trabajar conmigo.

Al PhD. Héctor Pacheco por ser comprensivo y ayudarme con parte de la investigación, ese tiempo invertido fue un factor clave y determinante para el sentido estadístico de este estudio.

Y a todos los participantes de mis técnicas de investigación, por sus percepciones sinceras, pues su colaboración ayudó a concretar una base de datos sólida.

ÍNDICE GENERAL;

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

1.	CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	17
1.1	Planteamiento del Problema	18
1.1.1	Problema General	19
1.1.2	Problemas Específicos	19
1.2	Justificación	19
1.2.1	Justificación Teórica.....	19
1.2.2	Justificación Práctica	20
1.2.3	Justificación Metodológica.....	20
1.3	Objetivos.....	21
1.3.1	Objetivo General.....	21
1.3.2	Objetivos Específicos	21
1.4	Hipótesis	21
1.4.1	General.....	21
1.4.2	Específicas	21
2.	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1	Antecedentes.....	22

2.2	Estado del Arte	24
2.2.1	Variable Independiente: Guianza Turística	24
2.2.2	Variable Dependiente: Creatividad	25
2.3	Marco Referencial	27
2.3.1	Variable Independiente: Guianza Turística	27
2.3.2	Variable Dependiente: Creatividad	30
2.4	Bases Teóricas	33
2.4.1	Historia Local	33
2.4.2	Turismo Cultural	33
2.4.3	Identidad Cultural	33
2.4.4	Patrimonio Cultural	33
2.4.5	Turismo Experiencial	34
2.4.6	Atractivo Turístico.....	34
2.4.7	Guianza Turística.....	34
2.4.8	Guía Turístico	34
2.4.9	Personajes Históricos.....	35
2.4.10	Guianza Teatralizada	35
2.4.11	Guías Caracterizados como Personajes Históricos.....	35
2.4.12	Innovación Turística	35
3.	CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	36
3.1	Tipo de Investigación	36
3.1.1	Investigación Documental	36
3.1.2	Investigación de Campo	36
3.2	Alcance	36
3.2.1	Alcance Descriptivo	36
3.2.2	Alcance Correlacional	37
3.3	Diseño de la Investigación.....	37

3.3.1	Diseño no Experimental	37
3.4	Corte de la Investigación	38
3.5	Enfoque de la Investigación	38
3.5.1	Enfoque Cualitativo	38
3.5.2	Enfoque Cuantitativo	38
3.6	Métodos de Investigación	39
3.6.1	Método Inductivo	39
3.6.2	Método Deductivo	39
3.6.3	Método Analítico	39
3.6.4	Método Sintético	39
3.6.5	Método Estadístico	39
3.7	Técnicas de Recolección de Datos	40
3.8	Instrumentos	40
3.8.1	Validez de los Instrumentos	40
3.9	Población de Estudio y Tamaño de Muestra	42
3.10	Métodos de Análisis y Procesamiento de Datos.....	43
4.	CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
4.1	Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	45
4.2	Análisis e Interpretación: Entrevista.....	50
4.2.1	Título:	50
4.2.2	Objetivo:	50
4.2.3	Datos Generales	50
4.3	Comprobación de Hipótesis	53
4.3.1	Hipótesis General	53
4.3.2	Hipótesis Específica I	54
4.3.3	Hipótesis Específica II.....	55
4.3.4	Hipótesis Específica III	56

4.4	Discusión	57
5.	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
5.1	Conclusiones.....	58
5.2	Recomendaciones	58
6.	CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	60
6.1	Nombre de la Propuesta.....	60
6.2	Introducción.....	60
6.3	Objetivos de la Propuesta	60
6.3.1	Objetivo General.....	60
6.3.2	Objetivos Específicos	61
6.4	Justificación	61
6.5	Fases de las Propuestas.....	62
6.6	Estructura Fase 1: Identificación de Atractivos Patrimoniales.....	63
6.7	Estructura Fase 2: Elaboración de la Ruta Turística.....	65
6.7.1	Paso 1: Identificación del tiempo de recorrido en Google Maps.	65
6.7.2	Paso 2: Asignación del Nombre y Descripción del Mapa.....	66
6.7.3	Paso 3: Agregación de los Atractivos.....	67
6.7.4	Paso 4: Creación de la Ruta en My Maps.....	67
6.7.5	Paso 5: Etiqueta de los Atractivos	68
6.8	Estructura Fase 3: Selección de Personajes Históricos	70
6.8.1	Estructura Fase 4: Planificación del Guión Turístico	73
6.8.2	Paso 1: Crear el Itinerario Turístico	73
6.8.3	Paso 2: Creación del Guión Turístico.....	76
6.9	Parque Sucre	79
6.10	Estructura Fase 5: Diseño de Encuesta de Satisfacción	81
6.10.1	Instrucciones.....	81
6.10.2	Preguntas generales	82

6.10.3	Pregunta abierta	82
7.	CAPÍTULO VII: BIBLIOGRAFÍA	83
8.	CAPÍTULO VIII: ANEXOS	89
8.1	Interpretación de los Datos Obtenidos en SPSS.....	89
8.2	Árbol de Problemas	108
8.3	Matriz de Operacionalización de Variables.....	109
8.4	Matriz de Consistencia	113
8.5	Guía de Entrevista	115
8.6	Guía de Entrevista	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 41

Tabla 2 41

Tabla 3 42

Tabla 4 44

Tabla 5 45

Tabla 6 89

Tabla 7 90

Tabla 8 91

Tabla 9 92

Tabla 10 93

Tabla 11 94

Tabla 12 95

Tabla 13 96

Tabla 14 97

Tabla 15 98

Tabla 16 99

Tabla 17 100

Tabla 18 101

Tabla 19 51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1..... 89

Figura 2..... 90

Figura 3..... 91

Figura 4..... 92

Figura 5..... 93

Figura 6..... 94

Figura 7..... 95

Figura 8..... 96

Figura 9..... 97

Figura 10..... 98

Figura 11..... 99

Figura 12..... 100

Figura 13..... 101

Figura 14..... 102

Figura 15..... 103

Figura 16..... 104

Figura 17..... 106

Figura 18..... 107

RESUMEN

El presente estudio pretende analizar la asociación de la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba. Se ha seleccionado como variable independiente a la guianza turística cuyas dimensiones son: Conocimiento, experiencia, interpretación. La variable dependiente es la creatividad, junto con sus dimensiones: Generación de ideas nuevas, aplicación de recursos creativos y creación de experiencias significativas.

Por medio de la construcción del árbol de problemas, se ha podido detectar una aplicación incorrecta en cuanto a técnicas y herramientas de carácter creativo dentro de la guianza turística durante el desarrollo de los city tours. Razón por la cual se puede inferir que este aspecto establece un limitante significativo para las actividades turísticas de calidad. En otra instancia, el tipo de investigación es descriptiva y correlacional. Mientras que el diseño es no experimental y con un eje transversal.

Se aplicó un total de 384 personas encuestadas que han recibido guianza turística en donde los guías estén caracterizados como personajes históricos de la ciudad; un total de 21 preguntas establecidas en escala de Likert, mismas que van a ayudar a resolver interrogantes de las variables implicadas. A más de ello, se aplicó una entrevista, la cual tenía siete preguntas abiertas. El resultado que arroja el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que, en efecto, sí hay una asociación significativa, por lo que no se ha de lograr un servicio eficiente si no se utilizan técnicas creativas por parte de los facilitadores.

Palabras claves: Creatividad, guianza turística, guianza teatralizada, turismo de experiencia, identidad, identidad cultural, personajes históricos, patrimonio.

ABSTRACT

This study aims to analyze the association between tourist guide services featuring historical figures and creativity in the city of Riobamba. Tourist guide services, with the following dimensions, were selected as the independent variable: knowledge, experience, and interpretation. The dependent variable is creativity, along with its dimensions: generation of new ideas, application of creative resources, and creation of meaningful experiences. Through the construction of a problem tree, an incorrect application of creative techniques and tools within tourist guide services during city tours was detected. Therefore, it can be inferred that this aspect establishes a significant limitation for quality tourism activities. Furthermore, the type of research implemented is descriptive, correlational, and exploratory. The design is non-experimental and cross-sectional. A total of 384 people who had received tourist guide services where the guides were dressed as historical figures of the city were surveyed. A total of 21 Likert-scale questions were used to help answer questions about the variables involved. In addition, an interview with six open-ended questions was conducted. The Spearman correlation coefficient shows that there is indeed a significant association, indicating that efficient service cannot be achieved without the facilitators using creative techniques.

Keywords: *creativity, tour guiding, identity, heritage, history.*



Reviewed by:
Marco Antonio Aquino
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 1753456134

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

El turismo ha evolucionado de manera significativa en las últimas décadas, pasando de ser una actividad centrada únicamente en la observación de atractivos a convertirse en una anécdota integral donde el visitante busca involucrarse emocional, cultural y sensorialmente con el destino. En este contexto, la creatividad en los servicios turísticos se ha vuelto un elemento clave para diferenciar la oferta y responder a las nuevas demandas de los turistas, quienes valoran cada vez más las vivencias auténticas, participativas y memorables.

Dentro de este enfoque, la guianza turística ejerce una labor fundamental como mediadora entre el visitante y el patrimonio, puesto que, no solamente se encarga de transmitir información, sino que, a su vez, es capaz de construir significados, despertar emociones, contribuir a la valoración cultural del lugar. No obstante, en algunos recorridos tradicionales se pueden presentar ciertas limitaciones como la escasez de creatividad, dinamismo, e interacción, requisitos que pueden derivar en vivencias con bajo grado de significancia y/o una baja diferenciación del verdadero objetivo en el mercado turístico. Frente a esta realidad, surgen nuevos enfoques en la guianza turística, como lo es la de tipo teatralizada, que, es aquella actividad que permite transformar los recorridos normales en experiencias de vida, donde el visitante no solo se dedica a observar sino a participar de manera activa y a conectarse con la historia e identidad del lugar.

El presente trabajo de investigación se basa en el análisis de la dualidad entre guianza turística y creatividad. Para su finalidad, se adopta como punto de referencia la experiencia y percepción de turistas que han sido partícipes de recorridos de guianza teatralizada, lo cual permite identificar el nivel de impacto del buen uso de los recursos creativos e interpretación del patrimonio dentro de la calidad del turismo experiencial.

En cuanto a metodología, este estudio se posesiona en una perspectiva mixta, incorporando tanto técnicas cuantitativas como cualitativas, por ende, se obtiene una visión mucho más amplia del fenómeno.

Mediante la aplicación de entrevistas y encuestas a personas del sector que compete, se busca distinguir las percepciones medibles de las experiencias más subjetivas de los visitantes. Cuya combinación de enfoques fortifica la veracidad de los resultados, facilitando abordar detalladamente el objeto de estudio.

La relevancia de esta investigación tiene como base al aporte encaminado al desarrollo turístico en la ciudad de Riobamba, puesto que, se fortalece el valor del patrimonio cultural. A la vez los resultados obtenidos pueden trascender para la aplicación de estrategias que motiven a un turismo con más dinamismo, creatividad, y competitividad. Logrando como resultado un beneficio significativo para los visitantes y actores locales.

En este sentido, el estudio no solo busca generar conocimiento académico, sino también aportar herramientas prácticas con la capacidad de responder las exigencias del turismo contemporáneo.

1.1 Planteamiento del Problema

El diseño del árbol de problemas al ser una herramienta gráfica y comprensible para identificar las causas y efectos de un problema en común, ayudó a evidenciar como problemática central la escasa creatividad en el servicio de guianza turística, cuyas principales causas se resumen en el insuficiente dominio del conocimiento respecto al destino, reducida experiencia generada durante los recorridos y la deficiente interpretación del patrimonio. Bajo este contexto, se evidencian efectos como: una precaria producción de ideas innovadoras en materia de dinámicas turística, discernimiento con déficit en aplicación de recursos creativos en la guianza turística. Por último y no menos importante se evidencia la posibilidad de establecer experiencias que denoten realmente un gran significado para los visitantes.

Por lo general, la mayoría de los recorridos de rutas turísticas generan vivencias poco notables, reduciendo el nivel de capacidad interpretativa del patrimonio local. Por lo que la percepción del destino se ve afectada, limitando el potencial de la ciudad para resaltar en un mercado turístico cada vez más a la vanguardia.

La escasa creatividad en la guianza, tal como el uso de recursos escénicos, relatos dramatizados o interacciones participativas, evidencia una desconexión entre las expectativas de los turistas actuales que buscan experiencias auténticas y emocionalmente significativas y la oferta efectiva (Guerrero & Lorena, 2024).

En consecuencia a lo expuesto anteriormente, se hace necesario indagar aquellos elementos que integran técnicas creativas como la caracterización de personajes históricos, para revitalizar el relato urbano, de tal manera en que se lleve a cabo la tarea de fomentar la educación patrimonial y consolidar un producto turístico más atractivo.

1.1.1 Problema General

¿De qué manera se asocian la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación personajes históricos en la ciudad de Riobamba?

1.1.2 Problemas Específicos

- ¿De qué manera se asocia el conocimiento transmitido con la creatividad?
- ¿De qué manera se asocian la experiencia generada con la creatividad?
- ¿De qué manera se asocian la interpretación del destino con la creatividad?

1.2 Justificación

Pertinente: Por cuanto contribuye en el fortalecimiento del turismo en Riobamba al incorporar creatividad en el servicio de guianza turística a través de la incorporación de personajes históricos. Además, promueve la recuperación del turismo y aumenta la duración de la estancia de los visitantes, lo que repercute positivamente en la economía local y en la diversificación de la oferta turística del destino.

Relevancia social: La investigación es de importancia social ya que beneficia directamente a la comunidad de Riobamba al promover el uso del patrimonio histórico y fortalecer la identidad cultural. Proporciona herramientas innovadoras para guías turísticos con el fin de que se mejore la calidad del servicio y crean mayores oportunidades económicas.

Beneficia positivamente a los visitantes brindándoles una experiencia significativa y al campo académico brindándole información útil para la educación y futuras investigaciones. Finalmente, ofrece una alternativa práctica para mejorar la gestión turística en la ciudad.

1.2.1 Justificación Teórica

Para (Lozada, 2025), la justificación teórica busca generar reflexión y debate académico respecto al conocimiento que ya existe. Se abordan teorías, se contrastan resultados y se buscan soluciones direccionadas a un modelo en concreto.

Este estudio está diseñado con el objetivo de aportar conocimiento sobre la relación de las variables identificadas y contribuir al análisis de nuevas formas de interpretación del patrimonio. Además, busca servir de base para futuras investigaciones en el campo del turismo creativo, el cual tiene un alto potencial para el desarrollo de propuestas que podrían ser abordadas por los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo.

1.2.2 Justificación Práctica

Según (Rivas, 2022), se refiere a cómo la investigación ayuda a resolver un problema, o al menos, propone estrategias que al ser aplicadas contribuyan a resolverlo.

La presente investigación se lleva a cabo, ya que existe la imperecedera necesidad de consolidar el servicio de guianza turística en Riobamba, mediante la implementación de herramientas creativas en base a la caracterización de personajes históricos. A través de un exhaustivo análisis de elementos innovadores, utilizados en territorio por parte de guías turísticos y de las experiencias de los visitantes, es posible identificar estrategias y métodos efectivos que fortalezcan dicha práctica.

En resumen, es una base para el diseño de alternativas para recorridos turísticos más dinámicos, en los cuales la narración de los hechos, la dramatización y la interacción abran paso para generar mayor atracción, aprendizaje y conexión en los turistas.

Del mismo modo, los resultados pueden ser manejados por guías turísticos, operadores y demás gestores culturales, de esta manera aspirar a una oferta que busque prevalecer lo tradicional en pos de incrementar la competitividad del destino.

1.2.3 Justificación Metodológica

Es el apartado de la investigación en el que se explica por qué se selecciona un determinado enfoque, tipo, diseño, técnicas e instrumentos, demostrando que estos son los más adecuados para responder al problema planteado y cumplir los objetivos, garantizando así la validez, confiabilidad y pertinencia de los resultados obtenidos (Moreno, 2021).

El presente proyecto está orientado a la combinación de los alcances descriptivo y correlacional, por lo tanto, busca analizar las características del servicio de guianza turística y su relación con la creatividad en la ciudad de Riobamba, permitiendo identificar cómo se asocian estas variables en un panorama determinado.

Conforme se avance, el desarrollo del informe se apoyará con los resultados que se obtendrían a través de las herramientas de investigación, las cuales ayudarán a comprender la realidad del contexto estudiado. Con ello, la propuesta que se realizará va a incitar a los gestores culturales y turísticos a que tomen en cuenta las técnicas que se pueden aplicar en

como la guianza teatralizada, puesto que implica una mejor promoción del patrimonio cultural de la ciudad.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar la asociación entre la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar la asociación del conocimiento transmitido con la creatividad.
- Describir la asociación de la experiencia generada con la creatividad.
- Examinar la asociación de la interpretación del destino con la creatividad.

1.4 Hipótesis

1.4.1 General

- La guianza turística se asocia significativamente con la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba.

1.4.2 Específicas

- El conocimiento transmitido se asocia significativamente con la creatividad.
- La experiencia generada se asocia significativamente con la creatividad.
- La interpretación del destino se asocia significativamente con la creatividad.

2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En el trabajo integrador final de López, B. (2022) titulado "*Visitas Guiadas Teatralizadas. Una Propuesta Para dos Circuitos Turísticos de Rosario, 2022*", se aborda el desarrollo del turismo cultural en la ciudad del Rosario en Argentina a partir de dos circuitos turísticos urbanos: el Circuito del Puerto y el Circuito Área Histórica. Estos han sido diseñados por la Subsecretaría de Turismo y situados en la ribera central de la ciudad, buscan poner en valor el patrimonio histórico y cultural local, que refleja el origen, desarrollo y la identidad de este sector. El estudio ejecuta un diagnóstico de carácter cualitativo entre los años 2014 y 2022, considerando el impacto pandémico del COVID-19. Además, se identifican debilidades en cuanto a la oferta turística actual y se propone una intervención basada en visitas guiadas teatralizadas con el fin de dinamizar y diversificar estos circuitos, involucrando a artistas y guías profesionales, fortaleciendo el vínculo entre visitantes y comunidad local.

En otra instancia, los autores Saldaña y Molina (2024), dentro de su proyecto denominado: "*Historias por contar: Visitas Teatralizadas en el Museo de la Paja Toquilla y el Sombrero*", proponen visitas teatralizadas con el afán de enriquecer la visita al Museo Municipal de la Paja Toquilla y el Sombrero en Cuenca, Azuay, Ecuador, lugar que es catalogado como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Dicha premisa tiene como meta arengar al público, mientras se fomenta el conocimiento de la historia y foco tradicional del sombrero de paja toquilla, creando e incorporando guiones originales que incorporen tanto teatro documental como poesía teatral. Se realizan rigurosos ensayos para garantizar la calidad actuarial, haciendo énfasis en la escenografía, vestuario y demás elementos que logren recrear la identidad cultural del lugar. Por otro lado, los testimonios de mujeres artesanas logran visibilizar la problemática socioeconómica y de discriminación social por la que atraviesan, se destaca el interés de salvaguardar el legado para las generaciones venideras.

Esta alternativa innovadora contribuye a la difusión del patrimonio intangible, fortificando la identidad de la comunidad para impulsar la educación cultural.

Este trabajo es un referente destacado en la aplicación del teatro como herramienta educativa y cultural en museos, combinando investigación histórica, interpretación artística

y participación comunitaria para fomentar la gestión cultural innovadora y la preservación del patrimonio intangible en contextos turísticos y sociales.

La consolidación de la propuesta innovadora en el servicio de guianza turística ofertada por (Fundación Quito Eterno, 2025) transforman la experiencia turística combinando artes escénicas, narración oral e investigación histórica, escenarios en los cuales; actores se caracterizan como personajes de distintas épocas para contar leyendas, anécdotas y hechos poco conocidos, logrando un viaje inmersivo al pasado de la ciudad. Es una organización cultural independiente que, desde el 2002 ofrecen recorridos teatralizados en el Centro Histórico de Quito bajo su programa “Rutas de Leyenda”.

Según el (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018), la asociación “Leyendas Nocturnas” propone una idea creativa que fomenta la diversificación de la oferta en relación con la guianza turística: Consiste en realizar recorridos nocturnos teatralizados que se llevan a cabo específicamente en el Convento Mercedario El Tejar y su museo. Proporcionan experiencias recreativas y lúdicas que reavivan leyendas, tradiciones e hitos como la Batalla de Pichincha con sus relatos surrealistas, enlazando visitas a cúpulas, criptas y demás lugares históricos. Sábado tras sábado, varios actores representan personajes históricos, cultivando en los espectadores una conexión con el patrimonio cultural a través de la oralidad y actuación.

Por su parte, el Museo de la Ciudad de Riobamba se promueven actividades como guianzas teatralizadas para inmortalizar en la comunidad el patrimonio cultural. Esto se logra evidenciar en los eventos suscitados el 11 de noviembre de 2022, fecha en la que se realizó una exitosa visita donde actores interpretaron a personajes ilustres de la historia local, como Isabel de Godín, Magdalena Dávalos, Juan de Velasco y Pedro Vicente Maldonado, quienes narraron la evolución histórica de Riobamba atravesando diferentes épocas, desde la cultura Puruhá hasta el siglo XX. Esta actividad fomentó gran afluencia y participación de riobambeños en el museo.

Además, recientemente, por el Día de los Muertos (02 de Noviembre del 2025), se organizaron teatralizaciones en el cementerio de Riobamba donde se contaron leyendas locales que involucraron personajes tradicionales. Este tipo de excursiones legendarias buscan recrear historias de la región con gran carga cultural y emocional para memorar a los seres que partieron de este mundo terrenal.

2.2 Estado del Arte

2.2.1 Variable Independiente: Guianza Turística

En el compilado de la investigación denominada *“Percepción Turística del Servicio de Guianza en la Comuna Dos Mangas, Parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena”* realizada por (Franco, 2024), se utiliza el modelo SERQUAL para medir la percepción del visitante bajo cinco dimensiones clave como elementos tangibles del entorno, la confiabilidad de la información proporcionada, la capacidad de respuesta de los guías, la seguridad percibida y la empatía en cuanto al trato. Recomienda prácticas por cada una de las mencionadas categorías.

Los resultados de esta indagación ofrecen a la vigente un marco de evaluación del servicio desde la subjetividad de sus receptores. Es decir, se puede tomar en cuenta esta herramienta para verificar si la experiencia ha sido efectiva, así, se justificaría el por qué de la incorporación de personajes históricos como medio para mejorar la calidad de la promoción del patrimonio.

Según (Farez & Zambrano, 2025), en el proyecto *“Análisis de la potencialidad turística del museo de Historia de la Medicina Guillermo Aguilar Maldonado en Cuenca, Ecuador”* se ha realizado un diagnóstico integral de los atractivos del museo mediante análisis situacional y observación directa, donde se exploraron fortalezas como las colecciones históricas permanentes, debilidades en accesibilidad para visitantes diversos, oportunidades en eventos guiados temáticos y amenazas externas como la competencia de atractivos digitales. Se destaca el rol de narrativas personalizadas en la generación de memorabilidad, sugiriendo la expansión hacia rutas urbanas conectadas para posicionar el museo en el circuito turístico.

El enfoque citado es útil porque permite sustentar la selección de espacios de interés turístico para el diseño de un itinerario, pues articular los atractivos en rutas conectadas es lógicamente estructurado. Es una alternativa para ofrecer una atención diferenciada para los diferentes nichos de mercado.

Los autores (Clausen & Illescas, 2023) en su trabajo de investigación titulado *"Dinámicas de la guianza turística antes, durante y después de la pandemia COVID-19 en Cuenca, Ecuador"* (2023), concluyen que; el servicio de guianza experimentó una transformación suscitada en los procesos pandémicos en donde los guías comienzan a utilizar técnicas creativas de carácter digital como narrativas virtuales y recreaciones que

compensen las restricciones físicas. Estos hallazgos han permitido una mejora significativa en cuanto a la apreciación de la autenticidad cultural.

(Torres, 2022) en su trabajo de titulación *“La guianza teatralizada y el emprendimiento turístico cultural en Ambato”*; se centra en la modernización de la guianza turística en los emprendimientos de tipo cultural de Ambato a través de guiones teatrales, con el fin de fortalecer el crecimiento turístico y económico de la localidad. Además, pone a disposición guiones teatralizados relatados en primera persona por los guías, resaltando figuras históricas significativas de la ciudad. Sugiere un recorrido determinado que abarca cuatro museos.

De modo que, el estudio de (Torres, 2022) demuestra que la guianza teatralizada constituye una estrategia viable de innovación dentro de la experiencia turística. Por otra parte, ofrece una referencia metodológica para la estructuración de recorridos creativos para una propuesta de investigación en donde se integran recursos escénicos.

El autor (Argudo, 2023) en su trabajo de investigación *“El guión turístico como estrategia comunicativa para la promoción de los lugares turísticos de la parroquia de Perucho”*, ha diseñado una herramienta pedagógica como mecanismo de difusión de los atractivos en donde mediante la observación de recorridos guiados se identifican elementos narrativos efectivos en la operación del servicio que facilitan la comprensión histórica. Se examina cómo los guiones fomentan la conexión emocional de los visitantes, proponiendo adaptaciones interactivas con retroalimentación inmediata para mejorar la conexión con el patrimonio.

Esta información le sirve a la investigación a enfocarse en un medio por el cual se transmite el conocimiento, pues debe responder a una herramienta que guarda una estructura secuencial ya que es la base de la logística en la guianza. Sin un guión creativo los visitantes no se ven implicados en la actividad.

2.2.2 Variable Dependiente: Creatividad

El trabajo titulado *“Turismo Creativo y Actividades Turísticas en el Centro Histórico del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo”* de (Mejía, 2021) se centra en diagnosticar la oferta turística creativa en el centro histórico de Riobamba mediante encuestas y observación. Revela potencial en actividades culturales y patrimoniales que atraen visitantes, pero identifica limitaciones en organización y promoción, con

oportunidades en experiencias locales únicas. Los hallazgos proponen fortalecimiento de productos para competitividad.

Para la presente, la información que proporciona (Mejía, 2021) sustenta la problemática identificada, lo que demuestra que no es suficiente una gran gama de recursos turísticos, sino cómo impactan en la mente de las personas a través del turismo creativo y las técnicas que se utilizan en la interpretación del contenido representativo de Riobamba. Por ello, la participación comunitaria es relevante por cuanto aporta a la competitividad y diferenciación del destino.

En el artículo denominado “*Estudio del Comportamiento de la Demanda Turística Interna en la Reactivación Pos-Covid-19 en Ecuador*” realizado por los autores (Molina, Cabanilla, Garrido, & Borja, 2022), aplican un estudio mixto con datos secundarios extraídos del INEC, también, mediante las entrevistas aplicadas a 180 actores del turismo, fuentes que ayudan a determinar que las políticas de promoción a nivel macro del país priorizan la integración de la creatividad en las experiencias culturales en donde los destinos andinos incorporan elementos lúdicos en la guianza. Así, se eleva la satisfacción general, lo que contribuye a un repunte en llegadas internacionales.

Para la Sultana de los Andes, integrar la creatividad como elemento diferenciador permite visionarse hacia percepciones de los visitantes. Se examina el rol en experiencias memorables, alineado con estrategias nacionales de diversificación turística que enfatizan la narrativa patrimonial como potenciadora de la economía local.

Para (Betancourt & Bravo, 2025) en su investigación nombrada “*Turismo creativo como estrategia de desarrollo en localidades rurales*”, se habla de una economía naranja para lo cual, se ha podido destacar que el turismo creativo puede generar experiencias auténticas e inmersivas a través de la colaboración comunitaria, por lo que, se promueve el empleo sostenible y sirve como un modelo transformador frente al turismo de masas. Aparte, se señala que se han identificado desafíos correspondientes a la capacitación local y políticas que benefician a los involucrados del sector.

Este estudio ayuda a descubrir que el fenómeno de la creatividad es un proceso colectivo para la planificación de experiencias, pues los guías son los facilitadores culturales que deben saber vender el potencial autóctono, tomando en cuenta que los destinos pueden ser partícipes de mejoras y valor agregado.

A través del proyecto de investigación llamado: “*El Turismo Creativo como Actividad Complementaria de la Economía Local*”, realizado por (Rodríguez & Delgado,

2025) donde se analiza cómo el turismo con creatividad alcanza a integrar ingresos agrícolas en espacios rurales fomentando dinamismos experienciales. En este tratado se aplican encuestas a propios y visitantes para medir el impacto de las ofertas de rutas, talleres, capacitaciones de carácter cultural y cuáles son sus limitaciones, se sugiere crear alianzas entre los comuneros para brindar una vialidad sostenible. Cuya temática ubica en la palestra al turismo creativo como herramienta para incentivar el crecimiento de la economía local. También se da a conocer los impedimentos que se dan en cuanto a accesibilidad, con lo cual se puede prever retos en la aplicación de la propuesta.

(Vera et al., 2024), mediante su artículo nombrado como: *“Validación de instrumento para la medición de la innovación para los destinos turísticos de América Latina”*, se expone las ideas innovadoras en destinos, gracias a una consulta Delphi con expertos que arroja resultados basados en ejemplos ocurridos en América Latina, donde se muestra el incremento en la satisfacción de los turistas. Se recomienda una continua medición para mejorar la sostenibilidad.

2.3 Marco Referencial

2.3.1 Variable Independiente: Guianza Turística

Se trata de aquella práctica de campo de carácter turístico que frecuentemente se desarrolla en la prestación de servicios referentes a la recreación y entretenimiento en el país y en el mundo, que actualmente se fortalece con la enseñanza de los conocimientos de cualquier profesión (Valarezo & Billy, 2018).

Es decir, es aquel servicio que implica que un profesional de cualquier área pueda exponer el tema dominante que posee a fin de garantizar la recreación y entretenimiento de sus receptores.

2.3.1.1 Dimensión I: Conocimiento

De acuerdo con el autor (Segundo, 2025): “Es el resultado que se obtiene del proceso progresivo y gradual de aprehensión del mundo. Esto implica un conocimiento general que se especifica en un conocimiento de personas, objetos o ideas, entre otros.”

Lo anterior se interpreta como la naturaleza humana de copiar y adaptar lo que aprende de su entorno a través de la convivencia con otros seres ya sean vivos o inertes.

2.3.1.1.1 Indicador I: Dominio

(Suárez, 2022) define el dominio del conocimiento a la vivencia humana que se distingue por su grado de especialización, o por la capacidad de ser definido según las prácticas o los intereses particulares de un grupo de usuarios.

Se refiere a la capacidad de las personas de adquirir conocimientos que gracias al medio influyente finalmente se especializa.

2.3.1.1.2 Indicador II: Información

Son datos relevantes que se sustraen de un conocimiento en específico. Es el mensaje que recepta y emite un individuo o grupo de individuos, pero depende de las disciplinas y contexto en los que se maneje la comunicación (Ríos, 2014).

Es entonces, la base de datos que pueden tener las personas a ser transmitidas para con otros.

2.3.1.1.3 Indicador III: Claridad

Según (Shah, 2015), sucede cuando se expresa la información de forma comprensible para que los receptores entiendan el mensaje sin esfuerzo ni confusiones, el resultado es una comunicación efectiva.

Los guías turísticos se ven en la necesidad de pensar en sus receptores, es por ello que optan transmitir sus conocimientos de manera creativa para facilitar la comprensión y sobre todo estimular el aprendizaje.

2.3.1.2 Dimensión II: Experiencia

Para (Avellaneda, 2019), es el proceso mediante el cual el individuo construye aprendizajes significativos a partir de la interacción directa con contenidos, contextos o prácticas, integrando aspectos cognitivos y vivenciales.

Este proceso se adquiere en campo y, en este caso, la experiencia generada a través de la actividad de guiar busca interactuar con los visitantes y genera una vivencia perdurable.

2.3.1.2.1 Indicador I: Participación

Es el acto de conformar parte o involucrarse en cualquier actividad colectiva. (Avellaneda, 2019)

El facilitador turístico tiene la función de ser inclusivo con todo su público, pues, requiere que sus escuchas aprendan del destino que se expone.

2.3.1.2.2 Indicador II: Interacción

Para (Gondomar, 2021) se trata de aquella intervención que invita una reacción entre las personas, los componentes que se presentan son claves para lograr una relación.

Siempre sucede la posibilidad de relacionarse entre los involucrados del sector turístico. La comunidad local es el protagonista principal puesto que son quienes venden su patrimonio para que otros lo valoren.

2.3.1.2.3 Indicador III: Vivencia

Se refiere a la experiencia suscitada en un momento en específico (Maroni, 2024).

En el turismo, son expresiones que se manifiestan a través de la verificación del lugar en el que se encuentran.

2.3.1.3 Dimensión III: Interpretación

Según (Di Giulio, 2003) hace referencia a la actividad que ejecuta el receptor, es quien analiza y explica la información, lo que facilita la comprensión individual.

La interpretación tiende a ser subjetiva, depende del nivel educativo, emocional y la calidad del contenido que intenta comunicar la persona que expone.

2.3.1.3.1 Indicador I: Narrativa

Para (Universidad del Claustro de Sor Juana A.C., 2023), se refiere a una forma de comunicación en donde se expone una serie de hechos ya sean reales o ficticios, que generalmente ocurren en un tiempo y espacio determinados. Se cuentan historias con el propósito de entretener.

Es quien narra los hechos que se dan en cierto tiempo y espacio.

2.3.1.3.2 Indicador II: Comprensión

Esta cualidad va más allá de leer u oír algo, se da cuando se logra expresar el significado (García & Huerta, 2020).

En la guianza turística, la comprensión se logra cuando el turista entiende la historia, el valor cultural y el significado del lugar, no se limita a escuchar datos, sino que realmente los asimila para su posible practicidad.

2.3.1.3.3 Indicador III: Significado

Es la dinámica de construir el sentido, momento del cual se llega a la interpretación (García & Huerta, 2020).

A partir de la comprensión y la interpretación, los sujetos pueden dar sentido a la información recibida a partir de sus emisores.

2.3.2 Variable Dependiente: Creatividad

La creatividad es la capacidad humana para imaginar y generar ideas nuevas, originales y útiles, mediante la combinación de conocimientos previos, intuición y pensamiento divergente, con el fin de resolver problemas, comunicar significados o desarrollar propuestas innovadoras en distintos contextos (Prieto et al.,2021).

2.3.2.1 Dimensión I: Generación de Ideas Nuevas

Se trata de la búsqueda de soluciones o innovación de un tema que probablemente se conoce. Estas ideas nacen por cuanto el entendimiento corresponda a intereses ya sean individuales o colectivos (Golombek, 2025).

2.3.2.1.1 Indicador I: Innovación Turística

Se entiende como “la conversión de ideas y conocimiento en productos, procesos o servicios mejorados para el mercado, satisfaciendo así las necesidades de los ciudadanos, empresas.” (Corma, 2011, p.7)

Se refiere a la capacidad de las personas para mejorar un producto o servicio con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, eventualmente se posicionan en el mercado con un efecto diferenciador respecto a su competencia.

2.3.2.1.2 Indicador II: Originalidad

El autor (Nanda, 2021) afirma lo siguiente:

La originalidad es la base para crear algo único a través del pensamiento independiente y crítico. Se refiere a aportar la singularidad y el estilo personal a una idea. También, es el arte de descubrir la propia voz auténtica pensando de forma innovadora, pues consiste en utilizar y superar los hechos, conocimientos y habilidades aprendidos, define la propia voz única.

Hace referencia al potencial de una idea para ser llevada a cabo en el plano real, una idea que puede añadir características subjetivas que finalmente resulta en propuestas llamativas.

2.3.2.1.3 Indicador III: Ingenio

Según (Real Academia Española, 2024) es: “La facultad del ser humano para discurrir o inventar con prontitud y facilidad.”

Es decir, es aquella cualidad de los individuos de crear algo de manera fácil y conveniente, en donde, se optimiza el recurso del tiempo.

2.3.2.2 Dimensión II: Aplicación de Recursos Creativos

Para (Alberca, 2019), es la utilización de diversos medios a fin de generar soluciones originales en cualquier ámbito.

En la práctica turística, se le conoce como uno de los procesos del turismo creativo puesto que, se trata del correcto uso de herramientas para fomentar la innovación.

2.3.2.2.1 Indicador I: Adaptabilidad

El autor (Tuneu, 2023) afirma lo siguiente:

La adaptabilidad se define como la capacidad de ajustarse y responder efectivamente a los cambios en el entorno y a las situaciones imprevistas. Esta habilidad implica la flexibilidad mental y la capacidad de cambiar de rumbo cuando las circunstancias lo requieren. La adaptabilidad no solo es una habilidad que se desarrolla con el tiempo, sino que también es una actitud que se cultiva a lo largo de la vida.

Es el reconocimiento de la realidad que induce hacia la posibilidad de adoptar una postura resiliente, que implica la acomodación al entorno. En las empresas turísticas, este proceso garantiza la flexibilidad de los prestadores de servicios hacia sus consumidores, pues, a medida que evoluciona la sociedad, es cuando más adaptable debe ser su naturaleza organizacional.

2.3.2.2.2 Indicador II: Técnicas de Creatividad

Para (Camps, 2011), las técnicas de creatividad estimulan las acciones creativas que toman sus bases de conocimientos que nacen a partir de distintas áreas de estudio. Se incluyen herramientas que ayudan a generar ideas de manera en que se estimule el pensamiento divergente o métodos de replanteamiento de problemas. A continuación, se ofrecen algunos ejemplos de dichas técnicas de fomento de la creatividad:

DO IT: Proceso de la creatividad creado por Robert W. Este método asegura que se realice un trabajo preliminar efectivo que extraiga lo mejor de las herramientas creativas. DO IT es el acrónimo de las siguientes ideas:

D – Define el problema.

O – Open mind (mente abierta) y aplicación de técnicas creativas.

I – Identifica la mejor solución.

T – Transforma

2.3.2.2.3 Indicador III: Integración Cultural

Es el camino por el cual individuos o comunidades de diversas culturas se comunican, se conectan e intercambian valores, tradiciones, saberes y estilos de vida, sin renunciar a su identidad única. Este proceso conlleva una convivencia fundamentada en el respeto, la aceptación y la valoración de la diversidad cultural (Vílchez, 2011).

Y, enfocado en la rama turística, este fenómeno se da cuando los visitantes se ven activamente involucrados con la cultura de los destinos, ya que participan y forman parte del tipo de vida de la comunidad local mediante la transmisión del aprendizaje de sus tradiciones.

2.3.2.3 Dimensión III: Creación de Experiencias Significativas

Para (Alonso, 2025), a partir de las necesidades, deseos y preferencias de las personas se diseñan estrategias para brindar experiencias mientras se consume el bien o servicio.

En el sector enlazado con el vigente estudio, es crucial que los visitantes lleven un buen recuerdo del lugar que se visitó para recomendar el destino.

2.3.2.3.1 Indicador I: Satisfacción

La satisfacción se traduce como una medida en que los productos, servicios y experiencias han cumplido con las expectativas de los clientes (Chow, 2023).

2.3.2.3.2 Indicador II: Emoción

Se refiere a las reacciones automáticas y breves ante distintos estímulos, que influyen en el cuerpo, pensamientos y conducta. Cumplen una función adaptativa al guiar la respuesta al entorno y una función social al facilitar la comunicación con otros. No se clasifican como buenas o malas, puesto que todas poseen su utilidad (Ahumada, 2023).

2.3.2.3.3 Indicador III: Memorabilidad

Según (Alonso, 2025), en el cerebro, se concentra la visión y la memoria, por ello, la memorabilidad es un atributo que mide una imagen y los elementos que la componen como el color, la estética o la emoción transitada en un lugar.

2.4 Bases Teóricas

2.4.1 Historia Local

Para (Loza, 2023), se refiere al conjunto de hechos, procesos y transformaciones ocurridas en un territorio específico, los cuales han configurado su identidad social, cultural y económica. En el ámbito de la guianza turística, el conocimiento de la historia local permite al guía contextualizar los atractivos y relatar el origen y evolución de la comunidad de manera coherente y fundamentada.

2.4.2 Turismo Cultural

Esta modalidad muestra de forma evidente la relevancia del patrimonio inmaterial y de las industrias culturales como elementos esenciales de la propuesta, y de las comunidades locales y pueblos indígenas como verdaderos herederos del patrimonio, portadores de la cultura actual e, igualmente importante, como receptores del visitante cultural (Espeso, 2019).

2.4.3 Identidad Cultural

Según (Loza, 2023) este concepto engloba los valores, creencias, costumbres y expresiones que distinguen a una comunidad de otra. En la guianza turística, este concepto permite interpretar el sentido de pertenencia de la población local y transmitir al visitante el significado de sus prácticas culturales como elementos diferenciadores del destino.

2.4.4 Patrimonio Cultural

Según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), (2014) de Ecuador, el es el conjunto de bienes materiales e inmateriales, así como manifestaciones naturales asociadas, que poseen un valor histórico, arqueológico, artístico, científico, social, simbólico o estético, y que son considerados relevantes para la identidad y memoria de un pueblo o nación. El INPC se encarga de la preservación, conservación, investigación y difusión de este patrimonio.

El patrimonio cultural se divide en dos categorías principales:

2.4.4.1 Patrimonio Cultural Material (Tangible):

Comprende bienes físicos que pueden ser percibidos por los sentidos, como:

Bienes inmuebles: Edificaciones, sitios arqueológicos, centros históricos, paisajes culturales.

Bienes muebles: Obras de arte, objetos históricos, artesanías, documentos, colecciones.

2.4.4.2 Patrimonio Cultural Inmaterial (Intangible):

Son las expresiones, conocimientos, tradiciones y prácticas transmitidas de generación en generación, tales como:

Tradiciones orales, música, danza, rituales, fiestas, conocimientos ancestrales, técnicas artesanales, gastronomía.

Este tipo de patrimonio se manifiesta en las prácticas sociales y se considera parte de la identidad de una comunidad.

2.4.5 Turismo Experiencial

Es una modalidad que busca generar vivencias únicas, auténticas y transformadoras, poniendo énfasis en la participación activa, las emociones y la interacción directa del viajero con la cultura, la naturaleza y las comunidades locales del destino visitado (Navarro, 2015).

2.4.6 Atractivo Turístico

Para (Navarro, 2015), se trata de cualquier recurso natural, cultural o artificial que posee características capaces de despertar el interés de los visitantes, motivando su desplazamiento y estadía, y que contribuye al desarrollo de experiencias significativas dentro de una oferta turística organizada.

2.4.7 Guianza Turística

La guianza turística es una actividad turística formalmente reconocida y regulada en Ecuador, que consiste en la prestación de servicios impartidos por guías profesionales capacitados para conducir, informar e interpretar el patrimonio cultural y natural a los visitantes (MINTUR, 2021).

2.4.8 Guía Turístico

Es aquella persona que acompaña a los turistas, por lo cual es visto como un compendio andante de datos, pues tiene que cubrir las expectativas de los viajeros compartiendo información sobre un lugar o zona, en un sitio turístico específico o una ruta trazada en concreto.

Además, el reglamento general de actividades turísticas vigente (MINTUR, 2021), señala que:

“Art. 118.-Guías profesionales de turismo. -Son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y, procurar una experiencia satisfactoria durante su permanencia en el lugar visitado. Los guías profesionales de turismo, para ejercer sus actividades, deberán contar con la correspondiente licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo”.

2.4.9 Personajes Históricos

Individuos históricos que marcaron su época mediante sus acciones, conceptos o liderazgo. Un personaje histórico ascendido a la divinidad, héroes culturales que se manifiestan a través de ceremonias y bailes. Una figura relevante en la historia, pensadores destacados, una persona importante del pasado presentada en las historias (Wisdom Library, 2025).

2.4.10 Guianza Teatralizada

Según (Benenaula & Lazo, 2024), las guanzas con elementos teatrales van más allá de simplemente ofrecer información o relatos inanimados. Constituyen un evento dinámico donde el público participa, revolucionando la experiencia de explorar un museo, un monumento, una urbe o cualquier punto de interés, convirtiéndola en una aventura temporal. Además, (Benenaula & Lazo, 2024), en su trabajo de investigación pudieron constatar que la guianza teatralizada supuso tanto una investigación exhaustiva de documentos antiguos como una conexión con la historia viva del sitio.

2.4.11 Guías Caracterizados como Personajes Históricos

En lugar de los típicos guías, son intérpretes que dan vida a figuras importantes para el sitio o el asunto del que se trate. Ya sea un guía de la Edad Media, un osado aventurero o un creador del Renacimiento, estos individuos llevan de viaje al pasado y hacen sentir dentro del relato (Benenaula & Lazo, 2024).

2.4.12 Innovación Turística

Según (Castillo & Cruz, 2020), se relaciona con la implementación de conceptos, bienes, servicios o métodos novedosos en el ámbito turístico con la finalidad de enriquecer la vivencia del usuario, optimizar la efectividad, fomentar prácticas sostenibles y reforzar la competitividad dentro de la industria.

3. CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

Según (Ortega, 2026), la investigación documental es un proceso que implica la recopilación, organización y análisis de fuentes documentales para aportar nuevo conocimiento.

3.1.1 Investigación Documental

La presente investigación se apoyó en artículos científicos, libros, tesis e informes institucionales, los cuales sirvieron de base para el análisis y fundamentación del marco teórico, así como para la definición de variables, dimensiones e indicadores relacionados con la guianza turística y la creatividad.

3.1.2 Investigación de Campo

Por otra parte, (Escárcega, 2026) señala que la investigación de campo implica la recolección de datos directamente en el lugar donde se produce el fenómeno.

En este sentido, la investigación es de campo, debido a que los datos se recolectaron in situ, en los espacios turísticos y patrimoniales de la ciudad de Riobamba, mediante la aplicación de encuestas a visitantes y entrevistas a guías y actores del sector turístico. Esto permitió comprender las dinámicas sociales y culturales de los visitantes, así como su percepción sobre el servicio de guianza actual facilitando una comprensión integral del objeto de estudio.

3.2 Alcance

El estudio que se realizó tiene un alcance descriptivo y correlacional.

3.2.1 Alcance Descriptivo

Dentro de la fase investigativa de alcance descriptivo, se puede comprender a fondo las particularidades del fenómeno, pues, el objetivo principal es revelar cómo se manifiesta este fenómeno en un grupo específico de personas. En el enfoque cuantitativo, se llevan a cabo análisis de datos centrados en la tendencia central y la dispersión. En esta etapa, aunque no es imprescindible, se puede proponer una hipótesis que intente definir las características

del fenómeno que se está investigando. En el ámbito de la investigación cualitativa descriptiva, se priorizan los estudios fenomenológicos o las narrativas constructivistas. El propósito fundamental es describir las representaciones subjetivas que surgen en un grupo humano en relación con un fenómeno particular (Ramos, 2020).

El alcance de este estudio es descriptivo por lo que, permitió caracterizar detalladamente las técnicas innovadoras y elementos creativos utilizados en la guianza turística de Riobamba, así como describir las percepciones y experiencias significativas vividas por visitantes y guías.

3.2.2 Alcance Correlacional

Por otra parte, dentro de los límites del alcance correlacional, se hace esencial formular una suposición que establezca un vínculo entre dos o más elementos variables. En el plano cuantitativo, se emplean métodos estadísticos deductivos con el fin de proyectar los hallazgos del estudio para que impacten positivamente a toda la comunidad. En el ámbito cualitativo, se sugieren estudios que examinen el contenido del lenguaje, como el análisis decodificación enfocada, donde se plantean las posibles conexiones entre los temas que emergen de las declaraciones de los involucrados (Ramos, 2020).

El alcance ayudó a analizar la relación existente entre la creatividad aplicada y el impacto que esta tiene con la guianza. Esta combinación resulta fundamental para no solo delimitar las características del fenómeno, sino también identificar y examinar las posibles asociaciones entre sus variables clave.

3.3 Diseño de la Investigación

El diseño del estudio es no experimental. Transversal

3.3.1 Diseño no Experimental

Es aquel en el que no cabe la necesidad de manipular deliberadamente las variables, puesto que se observan los fenómenos tal cual suceden en su contexto natural para finalmente someter al análisis (Dzul, 2020).

Entonces, el trabajo consistió en observar y analizar las variables sin la necesidad de intervenir más solo observar cómo se da el servicio tal y como está estandarizado en la percepción de las personas que han recibido la guianza teatralizada.

3.4 Corte de la Investigación

La investigación se da en un solo tiempo y no se hacen seguimientos a lo largo del tiempo, por ello tiene un corte transversal.

Mediante las técnicas e instrumentos, se recolectó información una sola vez durante un tiempo específico, se aprovecharon cada uno de los feriados en Riobamba.

3.5 Enfoque de la Investigación

El presente estudio tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo.

El estudio ha utilizado la combinación de estos dos enfoques puesto que, la guianza turística implica comprender tanto las experiencias y percepciones individuales de los turistas y guías, como medir aspectos específicos de ese servicio para validar hipótesis.

3.5.1 Enfoque Cualitativo

Investigación cualitativa es aquella que se difiere de las demás porque se ejecuta en ambientes naturales, además el investigador se involucra de manera directa con las personas quienes comentan espontáneamente sus experiencias. Para captar la complejidad del asunto, es necesario emplear técnicas y habilidades flexibles, proponiendo hipótesis y preguntas a priori, durante y a posteriori al reclutamiento y análisis de datos. (Vega, 2024).

3.5.2 Enfoque Cuantitativo

La investigación cualitativa se caracteriza por el uso de estrategias bien marcadas que hacen más fácil el estudio estadístico y evaluación numérica de las variables, lo cual da paso para verificar hipótesis y/o dar respuestas a las interrogantes que surjan. Uno de los métodos más usados en esta clase de investigación es la obtención de información netamente cuantificable a través de pruebas, sondeos o archivos estadísticos.

Su finalidad es dilucidar sucesos a través de vínculos causales y modelos que se puedan medir, con un esquema estricto y vigilado que favorece la repetición del proceso (Vega et al., 2014).

Por lo tanto, el enfoque cualitativo permite explorar en profundidad las vivencias y creatividad en la guianza en contextos naturales, mientras que el cuantitativo facilita la recopilación de datos numéricos que permiten analizar patrones y generalizar resultados.

3.6 Métodos de Investigación

3.6.1 Método Inductivo

Se trata de aquel razonamiento cuyo punto de partida es la observación de datos particulares que permiten llegar a una conclusión (Espínola, 2026).

A partir del análisis de los resultados de encuestas y observaciones realizadas a visitantes o guías para obtener conclusiones sobre la relación de las variables.

3.6.2 Método Deductivo

Para (Espínola, 2026), hace referencia al razonamiento lógico de la investigación que consiste en que los principios, teorías o leyes generales serán sometidos a situaciones particulares para poder obtener conclusiones específicas

Esto permitirá comprobar hipótesis, explicar fenómenos y analizar casos concretos a partir de conocimientos previamente establecidos en el marco teórico.

3.6.3 Método Analítico

Se descomponen los problemas en partes más pequeñas para estudiarlas de manera separada, pues así, se puede comprender mejor sus características, relaciones y funcionamiento. Este método responde a los objetivos planteados, ya que se estudia la asociación de las dimensiones de la variable independiente con la variable dependiente (Orellana, 2022).

3.6.4 Método Sintético

Según (Orellana, 2022), toda la información que se analizó se integra para obtener una visión general. Lo que ayuda al estudio a unir resultados, interpretaciones y hallazgos para elaborar conclusiones y propuestas.

3.6.5 Método Estadístico

Consiste en recopilar, organizar, tabular e interpretar datos numéricos (Neogrid, 2021). En este caso, se aplica mediante encuestas, tablas, gráficos y análisis de significancia estadística que se obtuvo del software SPSS Statistics.

3.7 Técnicas de Recolección de Datos

Se utilizó tanto la encuesta como la entrevista, los cuales permitieron recopilar datos de un gran volumen de personas que han recibido el servicio de guianza turística teatralizada en la ciudad de Riobamba.

La encuesta incluyó 18 preguntas cerradas en escala de Likert para cuantificar cada una de las percepciones. Se realizó una entrevista estructurada al Museo de la Ciudad. Las preguntas serán abiertas para así poder captar información cualitativa de relevancia.

3.8 Instrumentos

Para la investigación se llevó a cabo una guía de cuestionario con 21 preguntas, de las cuales 3 fueron preguntas de información demográfica y 18 preguntas o enunciados bajo escala de Likert. Con ello se pudo recolectar datos de una muestra representativa de las personas que han recibido ese tipo de guianza.

Cabe mencionar que las 2 variables han sido estudiadas en conjunto para este primer instrumento investigativo, puesto que, para comprobar la asociación de las mismas, se necesita un máximo de 30 encuestados en cada una, más, sin embargo, deben realizarse en la misma escala de evaluación. Debido a estos antecedentes, resultó eficiente trabajar 1 solo instrumento para la independiente y dependiente, así el software SPSS pudo arrojar datos exactos y creíbles respecto al nexo de cada una de las dimensiones de la una variable con la otra y viceversa.

Además, se elaboró una guía de entrevista, misma que constó de 7 preguntas, que buscan recabar información sobre la oferta en cuanto a la guianza teatralizada que tiene la Ciudad Bonita y cómo repercute este servicio en la promoción del destino.

Para el procesamiento de datos se recurrió al uso de aplicaciones como Excel y SPSS.

3.8.1 Validez de los Instrumentos

3.8.1.1 Selección de Expertos

La selección de expertos que tienen la misma rama de conocimiento en sus perfiles profesionales con el tema que se está investigando permite una mayor pertinencia en la opinión que puedan prestar sobre los enunciados que se colocan en las guías de encuestas.

Se detalla a continuación lo citado:

Tabla 1*Validación de expertos*

Nº	Nombres y Apellidos	Cargo
1	PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade	Tutor del trabajo de investigación
2	PhD. Daniel Marcelo Guerrero Vaca	Docente de la carrera de Turismo
3	Mgs. Roberto Carlos Vega	Docente de la carrera de Turismo

Fuente: Elaboración propia.

3.8.1.2 Confiabilidad Técnica de los Instrumentos

La confiabilidad en un instrumento de medición es necesaria para la evaluación de la consistencia interna de un conjunto de ítems que, en esta ocasión, se encuentran ejecutados en escala de Likert, por lo que se usó la medida estadística del alfa de Cronbach.

El coeficiente “Alfa de Cronbach” ayuda a medir cuán consistentes y relacionadas entre sí son las preguntas en una escala de medición (Sheposh, 2024).

Se determinó si el instrumento de la investigación cumplió con los parámetros necesarios para su aplicación. Para ello, se tomó en cuenta los valores obtenidos en el software mencionado, en donde el 10% de la muestra, que son 39 personas, son los sujetos de esta prueba.

El resumen en cuestión, a continuación:

Tabla 2*Valores de Alfa*

Valor de Alfa	Interpretación
Mayor a 0.9	Excelente
Mayor a 0.7	Aceptable
Mayor a 0.6	Cuestionable
Mayor a 0.5	Pobre
Menor a 0.5	Inaceptable

Nota. Elaboración propia

Tabla 3

Fiabilidad

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,883	39

Nota. Elaborado por el software SPSS

Como consecuencia de haber usado la aplicación SPSS en la recopilación de los datos en el primer instrumento de investigación, la medida del Alfa de Cronbach arrojó un resultado final de 0,883, lo que se traduce en una confiabilidad interna del conjunto de enunciados aceptable y casi excelente.

3.9 Población de Estudio y Tamaño de Muestra

Para el desarrollo del estudio, se obtuvo información de visitantes que han recibido el servicio de guianza turística teatralizada. Se recolectaron los datos pertinentes en el parque Maldonado, donde se desarrollan los city tours por parte del Museo de la Ciudad, permitiendo recopilar información directa de los visitantes que participaron en los recorridos guiados.

Se determinó como población de estudio a una población infinita, ya que se necesitó indagar de manera personal a las personas que han recibido el servicio, considerando tanto visitantes locales como extranjeros.

En consecuencia, para obtener información representativa y confiable, se aplicó un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple. Como resultado, se recolectaron 384 encuestas dirigidas a personas con las características mencionadas, aplicando la fórmula estadística específica con el 95% de nivel de confianza y 5% del error estimado.

Por ello, se aplicó la siguiente fórmula para obtener la muestra:

$$Z = \text{Nivel de confianza} = 95\% = 1,96$$

$$p = \text{Probabilidad de éxito} = 0.5$$

q = Probabilidad de fracaso = 0.5

e = Error de estimación máximo aceptado = 5% = 0,05

n = ?

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$
$$n = 384$$

3.10 Métodos de Análisis y Procesamiento de Datos

La información que se obtuvo mediante la aplicación de la encuesta dirigida a aquellos visitantes que en efecto han receptado el servicio de guianza teatralizada, independientemente de que lo hayan recibido con operadoras, en el Museo de la Ciudad o en un centro educativo. Los ítems propuestos han logrado medir la relevancia que conceden las personas a cada una de las dimensiones de la matriz operacional para con las variables identificadas, que son la guianza turística y la creatividad.

Se ha hecho utilización de la escala de Likert con 5 opciones de selección:

5 = Totalmente de acuerdo

4 = De acuerdo

3 = Neutral

2 = En desacuerdo

1 = Totalmente en desacuerdo

5 es la condición más favorable y 1 la menos favorable.

Se prosiguió con el procesamiento con estadística descriptiva para verificar la frecuencia absoluta, que es la cantidad de veces que se repitió el indicador de la variable y la frecuencia relativa o porcentual. Las tablas y gráficos representaron la parte visual en el análisis e interpretación.

Para determinar la asociación entre las variables implicadas se aplicó estadística inferencial. El coeficiente de correlación Rho de Spearman fue la prueba de contraste utilizada. Para ello, se tuvo que organizar la base de datos en Excel a partir de cada uno de los promedios de las dimensiones y sumatorias de estas. Este trabajo sirvió para que sea más fácil exportar hacia el programa estadístico IBM SPSS 30.0.1, pues se tenía que comprobar

la asociación. Finalmente, se procedió a hacer la prueba de hipótesis. Para la interpretación del coeficiente de Spearman se tomó como referencia la siguiente tabla:

Tabla 4

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman	
Valor Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a 0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a 0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Escala del coeficiente de Spearman

4. CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Tabla 5

Análisis de resultados de la encuesta

Resumen Encuesta		
No	Ítems	Interpretación
Información General		
a)	Género	Se ha verificado que el 59,8% de los receptores del servicio pertenecen al género masculino y el 39,4% al género femenino. Finalmente, un porcentaje cercano al 0,8%, se identificó con la opción “otro”. <i>Es decir, los varones son quienes, en mayor proporción, han participado en este tipo de guianza.</i>
b)	Edad	Respecto a la edad de los encuestados, el 34,1% señalaron tener de 18 a 25 años. El 16,9% se ubicó entre los 50 a 57, y el 15,6% al rango de 41 a 49. Por otro lado, el 13,5% tuvo entre 26 a 33 años, mientras que el 11,7% correspondió a 34 a 41 años. Finalmente, el 7,8% tiene 58 a 65 años. No hubo respuestas de personas mayores a 65 años. <i>En conclusión, el segmento que más ha utilizado el servicio son jóvenes entre 18 y 25 años.</i>
c)	Nivel de instrucción	El 37% ha manifestado tener educación superior universitaria, el 14,3% educación superior tecnológica, mientras que el 7,6% ha alcanzado un posgrado o maestría. Por otra parte, el 18,8% ha cursado la primaria y el 18,2% la secundaria y un mínimo porcentaje no registró nivel de instrucción. <i>Se concluye que las personas que en mayor proporción utilizaron los servicios de guianza turística y guianza</i>

<i>teatralizada en la ciudad de Riobamba son turistas con formación universitaria.</i>	
Información Específica	
1	La guianza le permitió adquirir nuevos conocimientos sobre la historia y cultura del lugar. En este primer enunciado específico de la investigación, el 53,4% de las personas respondió “totalmente de acuerdo”. El 33,1% indicó estar “de acuerdo”, mientras que el 4,7% se mantuvo neutral. Por otra parte, el 6,8% se encontraron “en desacuerdo”, y únicamente el 2,1% respondió “totalmente en desacuerdo”. <i>En síntesis, la guianza teatralizada permitió la adquisición de conocimientos sobre la historia y cultura local.</i>
2	El personaje histórico presentado por el guía facilitó su comprensión de los hechos narrados. Para esta segunda afirmación, se ha obtenido como resultado que, el 55,5% de los visitantes ha respondido “totalmente de acuerdo”. Asimismo, el 31,5% indicó haber estado “de acuerdo”, mientras que el 5,2% se mantuvo neutral. Por último, el 6,5% expresó estar “en desacuerdo”, y apenas el 1,3% está “totalmente en desacuerdo”. <i>Se puede decir que, la acción es aceptada ya que se comprendieron los hechos narrados.</i>
3	La información proporcionada durante la visita fue clara y apta para entender el contexto histórico. En este caso, el 58,6% opinó estar completamente de acuerdo, mientras que un 27,6% de acuerdo. El 5,2% se mantuvo neutral y tan solo el 8,6% reveló su desacuerdo. <i>Los hallazgos indicaron que la gran parte de los visitantes considera que el guía tiene la habilidad requerida para llevar a cabo una interpretación convincente, lo que mejora la calidad del servicio turístico brindado.</i>
4	El guía demostró experiencia suficiente para interpretar al En relación con las respuestas de esta interrogante, se verifica que, el 58,6% mantuvieron una postura totalmente de acuerdo y el 27,6% indicó estar de acuerdo. Se

	personaje histórico de forma creíble.	encuentran neutrales un porcentaje de 5,2% y en desacuerdo un 8,6%. <i>Se determinó que la gran parte de los visitantes opinó que el guía sí tuvo la experiencia suficiente para ofrecer una interpretación auténtica del personaje histórico, lo que añade un valor favorable a la calidad de la experiencia turística.</i>
5	Las habilidades mostradas por el guía en cuanto a su capacidad actuarial enriquecieron eficazmente la calidad de la visita.	En alusión a competencias interpretativas del guía, un 49% de los encuestados se mostró ampliamente de acuerdo, el 35,2% estuvo de acuerdo, por su parte un 6,5% se mantuvo de manera neutral, finalmente el 9,4% manifestó su desacuerdo. <i>Se concluye que: estas habilidades optimaron marcadamente la experiencia de la visita.</i>
6	La experiencia y profesionalismo del guía generaron confianza en la información presentada durante la dramatización.	Se ha observado que el 58,3% expresó estar totalmente de acuerdo y el 26,3% solo de acuerdo. Además, el 6,5% se mantuvo neutral y el 8,8% se halló en desacuerdo. <i>Entonces, se diría que tanto la experiencia como el profesionalismo inspiran confianza, por lo que los datos transmitidos han resultado positivamente creíbles.</i>
7	El guía logró interpretar el personaje histórico de manera convincente y realista.	La mayoría de los encuestados mostró una postura afirmativa, con el 57% totalmente de acuerdo y el 28,6% de acuerdo. Un menor porcentaje, 6,3%, se mantuvo neutral, mientras que el 8,1% expresó desacuerdo. <i>Se concluye que la mayoría de los turistas consideró que el guía brindó una interpretación convincente y realista respecto al personaje.</i>
8	La interpretación del personaje le ayudó a conectar emocionalmente	Se visualizó una valoración mayoritariamente positiva, pues el 64,1% estuvo totalmente de acuerdo y el 22,1% de acuerdo. A más de ello, el 5,2% se mostró neutral y el 8,6% indicó desacuerdo.

	con el lugar y su historia.	<i>En conclusión, la interpretación del personaje histórico favorece de forma significativa la conexión emocional del turista para con el atractivo.</i>
9	Considera que la dramatización enriqueció la manera en la que usted percibe el patrimonio presentado.	Entre los participantes de la encuesta el 58,6% expresó estar totalmente de acuerdo. Un 28,1% indicó haber estado de acuerdo. Se mantuvieron neutrales, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo un porcentaje sumativo de 13,3%. <i>Estos datos sugieren que la dramatización enriquece el cómo se percibe el patrimonio que ha sido presentado.</i>
10	La visita con personajes históricos le motivó a pensar de manera diferente sobre la historia del lugar.	Para esta ocasión, se revela que, el 52,1% respondió estar totalmente de acuerdo y el 34,4% de acuerdo. El 3,9% se mantuvo con una postura neutral y el 9,7% expresó desacuerdo. <i>Las declaraciones arrojadas señalaron que la visita con personajes históricos motivó significativamente a pensar de manera diferente sobre la historia del lugar.</i>
11	Se le ocurrieron preguntas o reflexiones que no había considerado antes debido a la interpretación del guía.	Según la respuesta realizada, el 52,9% expresó estar totalmente de acuerdo y el 34,4% de acuerdo. Se encontraron en menor porcentaje con el 4,9% que señaló neutralidad, en tanto, el 7,8% manifestó desacuerdo. <i>La opinión de los resultados indicó que, la actividad estimula la reflexión y profundización del conocimiento adquirido.</i>
12	La caracterización del personaje estimuló su curiosidad sobre otros hechos o personajes históricos.	Se constató que el 54,9% estuvo totalmente de acuerdo en esta doceava afirmación y el 31,8% de acuerdo. Un 4,7% se encontró neutral, mientras que el 6,5% indicó desacuerdo. Finalmente, el 2,1% se halló totalmente en desacuerdo. <i>La información obtenida plantea que, la caracterización del personaje despierta notablemente el estímulo de la curiosidad, permitiendo así el aprendizaje.</i>

13	Considera que la actuación, vestuario y puesta en escena fueron creativos durante la guianza.	Se destacó que; el 62,8% manifestó estar totalmente de acuerdo y el 25,5% de acuerdo. En menor proporción, el 4,7% mantuvo una posición neutral, mientras que el 5,2% expresó desacuerdo y tan solo el 1,8% se mostró totalmente en desacuerdo. <i>En concreto, la actuación, el vestuario y la puesta en escena resultaron ser efectivamente creativos lo que; enriquece la experiencia durante la guianza.</i>
14	El guía utilizó elementos innovadores (narrativas, dramatización, dinámicas).	Particularmente, se evidenció que; el 55,7% respondió estar totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo, el 4,4% estuvo en neutralidad, el 5,2% manifestó desacuerdo y el 3,6% expresó estar totalmente en desacuerdo. <i>La tendencia general observada, manifiesta que, efectivamente, se utilizaron elementos innovadores contribuyendo a una valoración más completa por parte de los participantes.</i>
15	La creatividad en la organización y conducción de la visita mejoró la calidad del recorrido.	Se ha identificado que un 61,5% de los encuestados expresó estar totalmente de acuerdo y el 26,6% de acuerdo. En el mismo sentido, el 3,4% se mantuvo neutral, el 6,3% se encontró en desacuerdo y el 2,3% expresó estar totalmente en desacuerdo. <i>Se concluye que; la creatividad en la organización y conducción de la visita mejoró la calidad del recorrido es positivo por cuanto mejoró la calidad del recorrido.</i>
16	La visita teatralizada le permitió conectar emocionalmente con la historia y el patrimonio.	Se ha demostrado que el 55,7% manifestó estar totalmente de acuerdo, el 29,9% de acuerdo, el 6,5% tuvo neutralidad, el 3,6% expresó desacuerdo y el 4,2% ha indicado estar totalmente en desacuerdo. <i>En efecto, la teatralización ha permitido una conexión emocional con la historia del patrimonio expuesto.</i>
17	Siente que la visita fue una experiencia	Se obtuvo un total del 62,2% inclinados a la calificación 5, el 24,7% sugirieron el grado 4. El 6% indicó un nivel

	memorable y enriquecedora.	intermedio (3), un 6% seleccionó la opción 2 y el 1% a la primera. <i>Se percibe entonces que 9 de cada 10 visitantes consideran que la visita ha cumplido con los atributos mencionados.</i>
18	Recomendaría este tipo de guianza a otros turistas por el valor de la experiencia vivida.	El 58,3% se mostró totalmente de acuerdo, un 27,9% estuvo solo de acuerdo. Por otro lado, un 4,2% expresó neutralidad, el 4,7% y el 4,9% desacuerdo y totalmente en desacuerdo, respectivamente. <i>Lo que quiere decir es, que la experiencia vivida ha sido percibida como positiva, cualidad que inspira la disposición de recomendar a otras personas que no han dispuesto del servicio.</i>
<i>Nota.</i> Resumen de los resultados obtenidos en las encuestas. Elaboración propia.		

4.2 Análisis e Interpretación: Entrevista

4.2.1 Título:

Asociación de la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba.

4.2.2 Objetivo:

Recopilar información sobre la guianza turística con personajes históricos en Riobamba e identificar las oportunidades y desafíos que enfrentan los gestores turísticos.

Lugar: Museo de la Ciudad

Fecha: 18 de diciembre del 2025

Hora de inicio: 09:45

Hora de finalización: 10:35

4.2.3 Datos Generales

Nombre del entrevistado: Ing. Carla Castillo

Ocupación: Encargada del Museo de la Ciudad

Lugar donde labora: Museo de la Ciudad

Nombre del entrevistador: Katheryn Yubaille

Tabla 6

Resumen técnico de la entrevista

Nº	Preguntas	Respuestas
1	¿Conoce usted el concepto de guianza turística con personajes históricos o guianza teatralizada? ¿Cómo lo define?	Definitivamente. Lo defino como una manera divertida en que el intérprete se toma la ardua tarea de emitir información relevante de cualquier atractivo. Es un proyecto diferenciador en donde la guianza normal resulta aburrida.
2	¿Considera importante la guianza turística que caracteriza a los guías como personajes históricos?	Importante no, pero sí necesario para tomar en cuenta a Riobamba como un destino con turismo creativo, ya que esta ciudad se caracteriza por poseer un patrimonio rico en historia y, un lugar idóneo en donde los turistas pueden comprobar esto es que se acerquen al Museo de la Ciudad. Además de que nosotros hemos realizado prácticas de guianza teatralizada con estudiantes de Turismo de la UNACH y nos ha ido muy bien; las personas se interesan e interactúan, se ríen compartiendo anécdotas cotidianas. Es espectacular observar sus reacciones, su retroalimentación siempre es buena.
3	¿Quiénes cree que son los personajes históricos más atractivos y relevantes de la ciudad de Riobamba?	En nuestro caso, hemos trabajado con personajes como Pedro Vicente Maldonado, Magdalena Dávalos, Carmelita que era la última habitante de estas instalaciones, y el Padre Juan de Velasco.

	Considero que también Juan Bernardo de León, Antonio José de Sucre y José María Lizarzaburu incluso Eloy Alfaro, algunos de ellos no son precisamente riobambeños pero cada uno ha aportado con su conocimiento al desarrollo de Riobamba como ciudad.
4	¿Cree que la guianza turística con personajes históricos es una oportunidad para promover el turismo en Riobamba? ¿Por qué? Sí, ya que crearíamos propuestas innovadoras para diferenciarnos de las ofertas de otras ciudades. En Quito estas cuestiones son bien recibidas y forman parte de una oferta diversificada y ya posesionada.
5	¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la implementación de la guianza turística con personajes históricos en Riobamba? Diría que es más bien el carecimiento de investigaciones científicas que prueben que estas ideas sean implementadas en el campo turístico, también sería la parte gubernamental, que hayan campañas que fomenten estas iniciativas. Además, opino que jóvenes como ustedes que estudian Turismo, podrían trabajar en ello desde la parte logística consiguiendo una licencia de guías locales y hacer el intento.
6	¿Qué días considera que este tipo de guianza se debería realizar? Nosotros hemos realizado este tipo de guianza con estudiantes de los institutos, unidades educativas y universitarios, así que considero que los días ideales son de lunes a viernes en horarios de la mañana.
7	¿Considera que este tipo de guianza podría atraer a más visitantes en Riobamba? Sí. Haciendo un trabajo en conjunto bien realizado, todo esto sería posible.

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Comprobación de Hipótesis

4.3.1 Hipótesis General

1) Planteamiento de Hipótesis

H₁: La guianza turística se asocia significativamente con la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba.

H₀: La guianza turística no se asocia significativamente con la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba.

2) Nivel de Significancia

$$\alpha=0.05$$

3) Lectura p_valor

$$p_valor=<,001$$

4) Estadístico de Prueba: Rho de Spearman

Tabla 20

Prueba de Hipótesis General

Estadístico	Variables/ Dimensiones	Características	VI	VD
Rho de Spearman	Guianza Turística	Coefficiente de correlación	1,000	,599
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	384	384
	Creatividad	Coefficiente de correlación	,599	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	384	384

Nota. Resumen de la prueba de hipótesis general en SPSS.

5) Toma de Decisión

Se pudo apreciar que; el nivel de significancia fue menor a 0,001, lo que representó un valor inferior a la medida estándar del margen de error ($\alpha = 0,05$). En consecuencia, se ha rechazado la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_1), confirmando que existe una relación significativa entre la guianza turística y la creatividad. A su vez, se obtuvo un coeficiente de correlación de $\rho = 0,599$, lo que se traduce como una correlación positiva moderada entre ambas variables.

Este resultado sugirió que, a medida que mejora la guianza turística, también tiende a aumentar el nivel de creatividad percibido por los participantes del estudio.

4.3.2 Hipótesis Específica I

1) Planteamiento de Hipótesis

H₁: El conocimiento transmitido se asocia significativamente con la creatividad.

H₀: El conocimiento transmitido no se asocia significativamente con la creatividad.

2) Nivel de Significancia

$\alpha=0.05$

3) Lectura p_valor

p_valor= $\leq$,001

4) Estadístico de Prueba: Rho de Spearman

Tabla 21

Prueba de Hipótesis específica I

Estadístico	Variables/ Dimensiones	Características	DIM1	V2
Rho de Spearman	DIM1_Conocimi ento	Coefficiente de correlación	1,000	,589
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	384	384
	Creatividad	Coefficiente de correlación	,589	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	384	384

Nota. Resultados arrojados de la prueba de normalidad en Spss Statistics – Rho de Spearman.

5) Toma de Decisión

Se observó que; el valor de significancia bilateral fue de $p < 0,001$, lo que mostró que la relación hallada es estadísticamente significativa al margen de error aceptado ($\alpha=0.05$). Es decir, se rechazó la hipótesis nula (H₀) y se aceptó la hipótesis alternativa (H₁), confirmando que el conocimiento transmitido se asocia significativamente con la creatividad

Además, el coeficiente de correlación obtenido es $\rho = 0,589$, entonces, existe una correlación positiva moderada entre la primera dimensión de la variable independiente con la variable dependiente. Este resultado sugiere que, a mayor nivel de conocimiento transmitido durante la guianza, mayor es la percepción de creatividad en el servicio turístico.

4.3.3 Hipótesis Específica II

1) Planteamiento de Hipótesis

H₁: La experiencia generada en la guianza turística se asocia significativamente con la creatividad.

H₀: La experiencia generada en la guianza turística no se asocia significativamente con la creatividad.

2) Nivel de Significancia

$$\alpha=0.05$$

3) Lectura p_valor

$$p_valor \leq ,001$$

4) Estadístico de Prueba: Rho de Spearman

Tabla 22

Prueba de Hipótesis específica II

Estadístico	Variable/Dimensiones	Características	DIM2	V2
Rho de Spearman	DIM2_Experiencia	Coefficiente de correlación	1,000	,581
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	384	384
	Creatividad	Coefficiente de correlación	,581	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	384	384

Nota. Resultados arrojados de la prueba de normalidad en Spss Statistics – Rho de Spearman.

5) Toma de Decisión

El valor de significancia bilateral fue de $p < 0,001$, lo que confirmó que la relación identificada es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95 %. En consecuencia, se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_1), demostrando que la experiencia del guía se asocia de manera significativa en la creatividad dentro del servicio.

Se ha ejecutado la respectiva asociación de la segunda dimensión de la variable independiente con la segunda variable, para el cual se ha obtenido un total de 0,581, lo que quiere decir que existe una correlación positiva moderada.

4.3.4 Hipótesis Específica III

1) Planteamiento de Hipótesis

H₁: La interpretación del destino se asocia significativamente con la creatividad.

H₀: La interpretación del destino no se asocia significativamente con la creatividad.

2) Nivel de Significancia

$\alpha=0.05$

3) Lectura p_valor

p_valor= $\leq$,001

4) Estadístico de Prueba: Rho de Spearman

Tabla 23

Prueba de Hipótesis específica III

Estadístico	Variable/ Dimensiones	Características	DIM3	V2
Rho de Spearman	DIM3_ Interpretación	Coefficiente de correlación	1,000	,548
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	384	384
	Creatividad	Coefficiente de correlación	,548	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	384	384

Nota. Resultados arrojados de la prueba de normalidad en Spss Statistics – Rho de Spearman.

5) Toma de Decisión

Se ha ejecutado la respectiva asociación de la dimensión 3 con la segunda variable, para el cual se ha obtenido un total de 0,581, lo que quiere decir que existe una correlación positiva moderada. En concreto, se aceptó la hipótesis alternativa.

El valor de significancia bilateral es $p < 0,001$, lo que confirmó que la relación identificada es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95 %. En consecuencia, se rechazó la hipótesis nula (H₀) y se aceptó la hipótesis alternativa (H₁),

demostrando que la dimensión *Interpretación* influye de manera significativa en la creatividad dentro del contexto del estudio.

4.4 Discusión

Los resultados que han sido estudiados para su análisis e interpretación coincidió con el estudio denominado “Turismo creativo y actividades turísticas en el centro histórico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” (Mejía, 2021) en que la oferta de las actividades turísticas posicionadas en el mercado debe ser tanto innovadoras como creativas, ya que, con ello, habría un grado de impacto y eficacia positivos que benefician directamente a la localidad. Afirmar, además, que los servicios siempre deben prestarse para mejorar y no quedarse en la cotidianidad. En el mismo sentido, mencionada perspectiva se relaciona con lo que plantean los autores (Betancourt & Bravo, 2025), quienes destacan que la construcción de experiencias que se diferencian por ser auténticas requiere la incorporación de elementos innovadores que generen ese valor agregado.

Respecto a la calidad del servicio de guianza, los hallazgos de la investigación han sido congruentes con el modelo que ha propuesto (Franco, 2024), porque dimensiones como lo son la fiabilidad en cuanto a la emisión de la pericia, empatía y capacidad de respuesta van a influir en la percepción del visitante. Por ende, el dominio de los contenidos en conjunto con habilidades de comunicación aporta a fortalecer las interacciones entre los emisores y receptores de la actividad turística. Por añadidura, (Clausen & Illescas, 2023) enuncian que el involucramiento de recursos creativos, incluso los digitales, han evolucionado la forma en que comúnmente se presenta la guianza, lo que eventualmente favorece a la apreciación de la autenticidad de la cultura, aspecto que se ve reflejado en los resultados del anterior capítulo.

5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El estudio denominado “Guianza turística con personajes históricos de la ciudad de Riobamba” llega a su culminación con el análisis de la asociación entre la guianza turística y la creatividad, es decir, se ha confirmado que las variables sí guardan relación por cuanto el coeficiente de correlación de la hipótesis general obtenido fue de $\rho = 0,589$, entonces, es una correlación positiva moderada. Técnicamente, la caracterización de personajes históricos por parte de los guías logra transformar los recorridos turísticos normales, que, en la mayoría de las ocasiones, se simplifican en relatos lineales, en anécdotas vivas inundadas de emoción que conectan directamente con la historia de la Sultana de los Andes.

Respecto a la asociación del conocimiento transmitido con la creatividad, se ha identificado una correlación positiva moderada mediante el valor del coeficiente de Spearman, que fue de $\rho = 0,589$, por lo cual, se ha podido evidenciar que componentes como el dominio de los temas a tratar, la claridad con la que se expone y la planificación del contenido inciden en la generación de ideas nuevas. El planteamiento de una información creativamente clara fomenta el desarrollo del pensamiento crítico que conlleva a fortalecer el alcance de la interpretación.

Se pudo describir que existe una correlación positiva moderada, cuyo valor es de $\rho = 0,581$. La experiencia generada a lo largo del trayecto contribuye a la aplicación de recursos creativos, ya que, la interacción constante, el participar activamente y el cómo se involucra el público son factores relevantes para que suceda la adaptación del entorno.

Finalmente, se examinó una correlación de $\rho = 0,581$, lo que indica que la creación de experiencias significativas en el ámbito de la creatividad depende de la efectiva interpretación del destino que ejecutan los facilitadores turísticos. En síntesis, la utilización de narrativas estructuradas, coherentes y culturalmente contextualizadas permite transformar la información en relatos comprensibles y atractivos, facilitando su asimilación.

5.2 Recomendaciones

En base a los resultados obtenidos en los capítulos anteriores y, bajo la subjetividad de la autora de esta tesis, se manifiestan las siguientes recomendaciones:

Se deberían potenciar las dimensiones de la variable del investigador que son: el conocimiento; la experiencia generada e interpretación del patrimonio, específicamente, se

sugiere a los guías turísticos que se capaciten en cuanto a la teatralización de personajes históricos, puesto que, aplicar estos recursos en los recorridos de city-tours garantiza la satisfacción experiencial de los visitantes.

Por otra parte, se debería trabajar en la logística de las dimensiones de la segunda variable que son: la generación de ideas nuevas; la aplicación de recursos creativos y la creación de experiencias significativas, de tal forma en que se tome en cuenta a esta clase de guías como práctica sustentable. Por ello, se recomienda al museo de la Ciudad; que se creen rutas permanentes con énfasis a invitar a descubrir el patrimonio cultural de la ciudad. Además, al Ministerio de Turismo, que formule módulos específicos sobre el turismo creativo vinculado con el aspecto experiencial en los recorridos guiados.

6. CAPÍTULO VI: PROPUESTA

6.1 Nombre de la Propuesta

Itinerario turístico en el centro histórico de Riobamba que integra la guianza teatralizada para revalorizar el patrimonio cultural.

6.2 Introducción

“La Ciudad de las Primicias”, con un valor impresionante a destacar: su historia y su patrimonio cultural, cualidades que no se aprovechan efectivamente. Cabe recalcar que en el sector turístico se proponen recorridos aburridos con poca dirección a la creatividad, lo que disminuye la interacción del oferente y demandante. A más de ello, las experiencias tienden a inspirar la valoración de los destinos. Teniendo en cuenta esta realidad, la propuesta que se llevará a cabo más adelante busca transformar la forma en la que se vende a un patrimonio; se incluirán personajes históricos que van a permitir recrear hechos y biografías relevantes de manera vivencial y participativa.

En este sentido, la guianza teatralizada se convierte en un recurso clave para promover un turismo dinámico, donde el visitante no solo observe, sino que también interactúe, reflexione y se involucre activamente durante el recorrido. La propuesta se estructura como un city tour de dos horas y media que recorre los principales atractivos del destino, articulando contenido histórico con representaciones escénicas que enriquecen la experiencia turística.

De esta manera, se pretende incentivar una oferta turística diferenciada que responda a las nuevas demandas del turismo experiencial. Servirá también como modelo replicable para futuras iniciativas que integren creatividad e innovación en el ámbito de la guianza turística.

6.3 Objetivos de la Propuesta

6.3.1 Objetivo General

Diseñar un itinerario turístico en el centro histórico de Riobamba que integre la guianza teatralizada como recurso interpretativo, con el fin de fortalecer la comprensión del patrimonio cultural y generar experiencias significativas en los visitantes.

6.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los atractivos patrimoniales del centro histórico de Riobamba para incorporarlos al itinerario turístico.
- Elaborar una ruta turística que integre los puntos patrimoniales identificados.
- Seleccionar los personajes ilustres vinculados a los acontecimientos históricos más relevantes de la ciudad de Riobamba.
- Planificar un guión turístico para cada personaje histórico.
- Proponer una encuesta que permita medir la percepción y satisfacción de la experiencia recibida.

6.4 Justificación

Esta propuesta toma su fundamentación a través de los resultados obtenidos en los capítulos anteriores del trabajo de investigación, que, básicamente se resumen en la asociación de la creatividad con el servicio de guianza turística, lo que conlleva a la necesidad de incorporar metodologías innovadoras que sirvan para mejorar la transmisión del conocimiento, experiencia generada y la interpretación del patrimonio.

La actividad de guianza turística constituye uno de los elementos más importantes en la experiencia del visitante, puesto que, permite interpretar la riqueza cultural e histórica del destino. Sin embargo, en la ciudad de Riobamba se evidencia que muchos recorridos se desarrollan mediante limitaciones tradicionales que no permiten la interacción entre el guía y el turista, lo que ha restringido su posicionamiento como destino experiencial. En este sentido, la propuesta contribuye a dinamizar la oferta turística, fortalecer la identidad cultural y fomentar un turismo que brinde experiencias atractivas.

Es decir, la propuesta se basa en un itinerario con un recorrido con riqueza patrimonial en donde cabe la posibilidad de incorporar personajes históricos locales como recurso interpretativo.

6.5 Fases de las Propuestas

Fases de la Propuesta

Fase 1: Identificación de Atractivos Patrimoniales

Consiste en recopilar información sobre el patrimonio cultural, los atractivos turísticos y las condiciones actuales de la guianza en el centro histórico de Riobamba.



Fase 2: Elaboración de la Ruta Turística



Comprende la elaboración de la ruta turística y la construcción de elementos interpretativos que conformarán la experiencia.

Fase 3: Selección de Personajes Históricos



Se seleccionan los personajes ilustres vinculados a los acontecimientos históricos más representativos de Riobamba para su incorporación en la guianza teatralizada.

Fase 4: Planificación del Guión Turístico



Se proponen los guiones turísticos correspondientes a cada personaje histórico seleccionado, incorporando información histórica, diálogos e interpretación teatral.

Consiste en elaborar un instrumento de evaluación que permita conocer la percepción y satisfacción de los visitantes respecto a la experiencia de guianza teatralizada.

Fase 4: Diseño de encuesta de Satisfacción



Se ha elaborado una guía visual que organiza cada una de las fases para averiguar qué se hizo en cada una de ellas. En las próximas páginas se hallará el proceso mediante pasos secuenciales que revelan las actividades que se han propuesto.

6.6 Estructura Fase 1: Identificación de Atractivos Patrimoniales

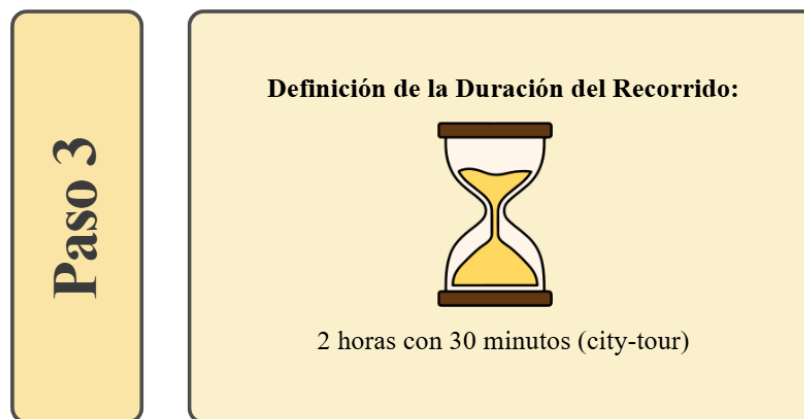
En esta etapa se establece la denominación del recorrido, la duración estimada de la experiencia turística y la selección de los principales espacios históricos, culturales y arquitectónicos que formarán parte de la ruta.

Paso 1	Denominación del Recorrido: “Riobamba Teatral: Un Viaje en el Tiempo” 
---------------	---

En primera instancia, se ha decidido que la denominación del recorrido guarde romanticismo para con la ciudad de Riobamba. Es un viaje en el tiempo porque los guías se caracterizan como personajes históricos, quienes harán que la experiencia se sienta como si en verdad fuera la época colonial y republicana.

Paso 2	Descripción Breve del Lugar:  Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo. Es conocida como ciudad de las primicias; la Sultana de los Andes. Se sitúa en el centro del país, rodeada de encantadoras montañas y nevados, con una riqueza patrimonial inigualable.
---------------	---

Se construyó un pequeño párrafo cuya función es incentivar a los visitantes a que se interesen por el destino. Más, sin embargo, se presenta la información de manera general.



La duración estimada de la ruta turística se estableció en aproximadamente 2 horas con 30 minutos, pues se prevé que es un tiempo óptimo que permitirá desarrollar la guianza teatralizada, la interacción con los visitantes y la explicación de los acontecimientos históricos vinculados a cada espacio del centro histórico.



En este apartado se seleccionaron los espacios históricos y culturales que formarán parte del recorrido turístico en el centro histórico de Riobamba. Para ello, se realiza una revisión de iglesias, plazas, museos, monumentos y calles emblemáticas con valor patrimonial, considerando su relevancia histórica, cultural y turística. Una vez identificados los atractivos principales, los cuales son 6, se analizan sus atractivos secundarios, lo que se resume a continuación:

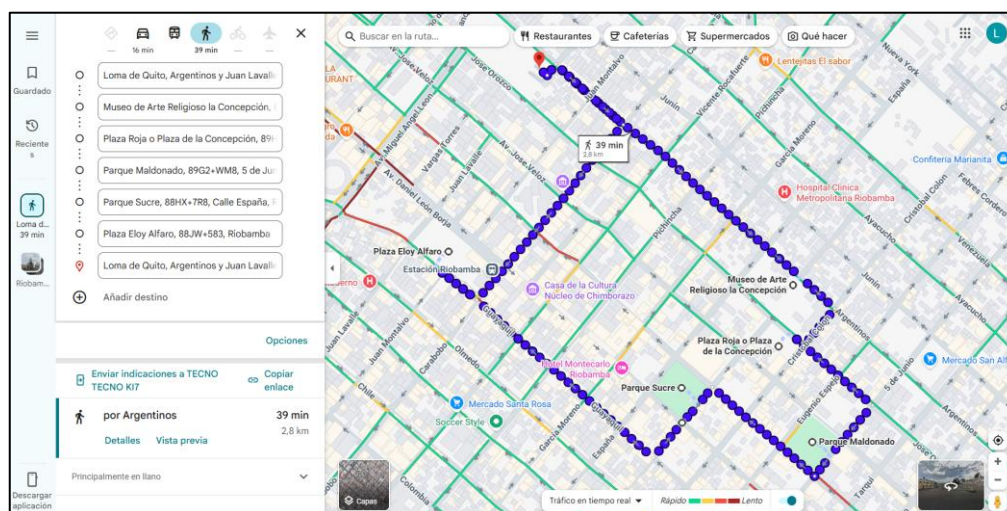
- a) Loma de Quito: Mural, Iglesia Antonio de Padua
- b) Museo Religioso "La Concepción": Salas
- c) Plaza Roja: Iglesia de la Concepción

- d) Parque Maldonado: Estatua de Maldonado, La Catedral, Municipalidad de Riobamba, Museo de la Ciudad, Casas patrimoniales
- e) Parque Sucre: Pileta central, colegio Maldonado y Teatro León
- f) Plaza Eloy Alfaro: Estación del tren, estatua y actividades comerciales.

6.7 Estructura Fase 2: Elaboración de la Ruta Turística

La presente fase se desarrolla a partir de los atractivos patrimoniales previamente seleccionados del centro histórico de Riobamba. Se procede a estructurar el recorrido mediante la herramienta My Maps, permitiendo organizar de manera visual y secuencial los puntos turísticos que conforman la experiencia de guianza teatralizada. A continuación, se presenta una guía práctica en cuanto a la creación de la ruta turística:

6.7.1 Paso 1: Identificación del tiempo de recorrido en Google Maps.

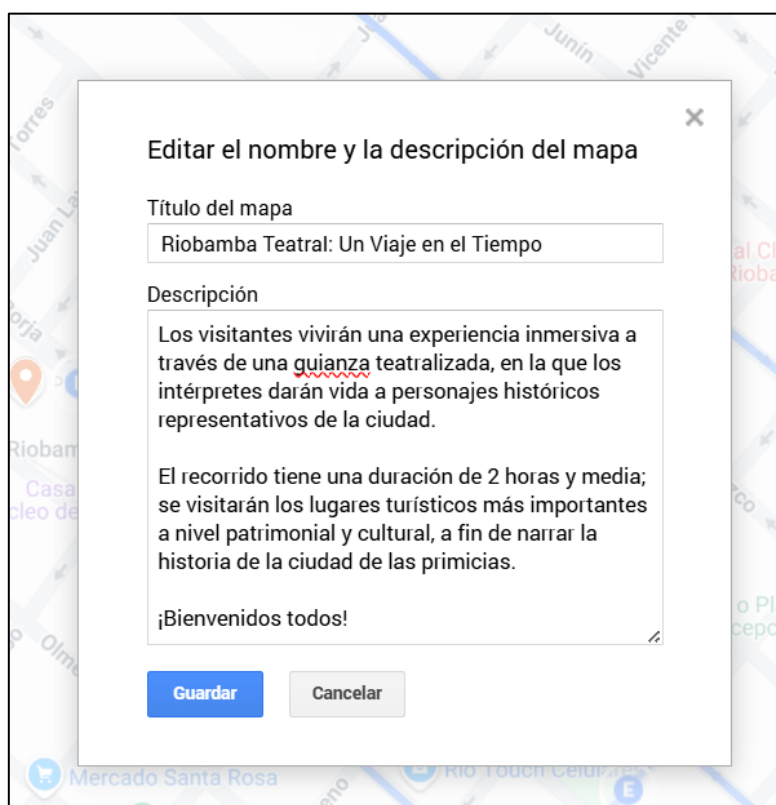


La construcción del mencionado circuito inicia su ejecución estableciendo el tiempo de recorrido; para lo cual, se ha corroborado en Google Maps un estimado de 39 minutos en el que se tardaría un recorrido a pie que inicia y termina en la Loma de Quito. Esta información introductoria ayudará a determinar el período tanto de travesía como el de interpretación de los guías.

En línea con lo anterior, se ha tomado en consideración un total de 2 horas con 30 minutos de servicio, es decir, 1 hora con 51 minutos será el tiempo de guianza y el resto el de caminata. También, se tomó en cuenta las calles con menos tráfico para este tipo de excursiones, por lo tanto, lo ideal es partir de dicho atractivo para tomar la calle Argentinos hasta llegar al Museo de Arte Religioso “La Concepción”, luego dirigirse a la Cristóbal

Colón para visitar la Plaza de la Concepción. Posterior a ello, se continuará hacia la José de Orozco y después a la 5 de Junio al parque Maldonado, a la Primera Constituyente y luego a la Juan Larrea con dirección al parque Sucre. Se avanza a la Guayaquil para situarse en la Plaza “Eloy Alfaro”. Finalmente, hacia la calle Carabobo y otra vez hacia la Argentinos para terminar en la misma Loma de Quito.

6.7.2 Paso 2: Asignación del Nombre y Descripción del Mapa



Editar el nombre y la descripción del mapa

Título del mapa

Riobamba Teatral: Un Viaje en el Tiempo

Descripción

Los visitantes vivirán una experiencia inmersiva a través de una guianza teatralizada, en la que los intérpretes darán vida a personajes históricos representativos de la ciudad.

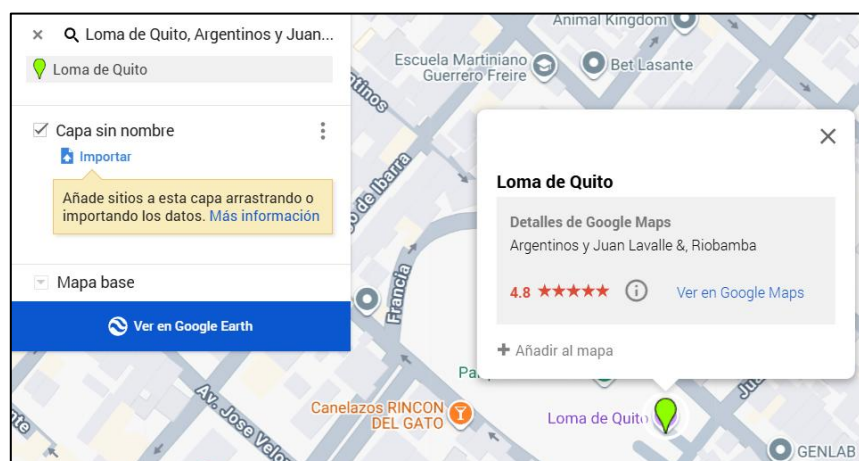
El recorrido tiene una duración de 2 horas y media; se visitarán los lugares turísticos más importantes a nivel patrimonial y cultural, a fin de narrar la historia de la ciudad de las primicias.

¡Bienvenidos todos!

Guardar Cancelar

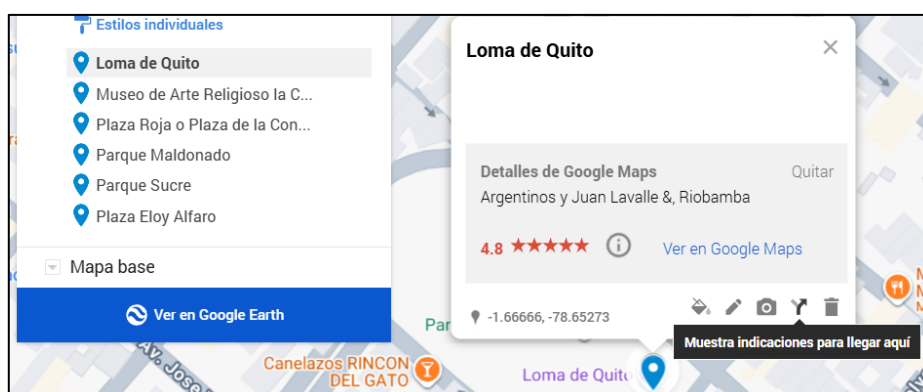
Para este proceso, se empieza con la asignación de un nombre juntamente con una descripción breve del mismo, pero debe ser llamativa y relacionada al tema principal.

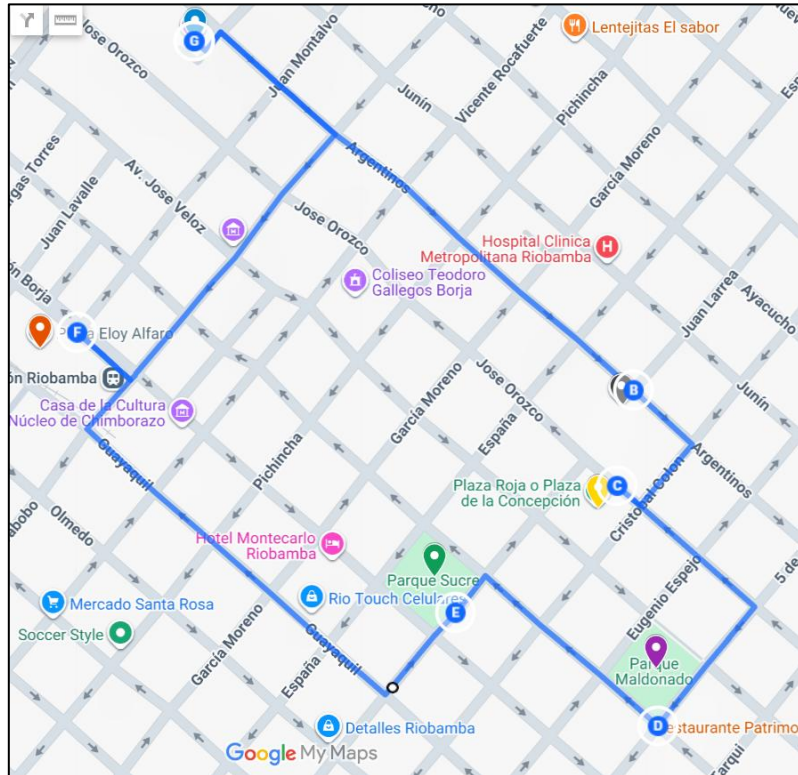
6.7.3 Paso 3: Agregación de los Atractivos



El tercer paso es la adecuación de la ruta sugerida por Google Maps en My Maps, así que se necesita volver a poner cada uno de los sitios turísticos que, son 6. En la barra de búsqueda se debe escribir manualmente y luego pulsar “Añadir al mapa”.

6.7.4 Paso 4: Creación de la Ruta en My Maps

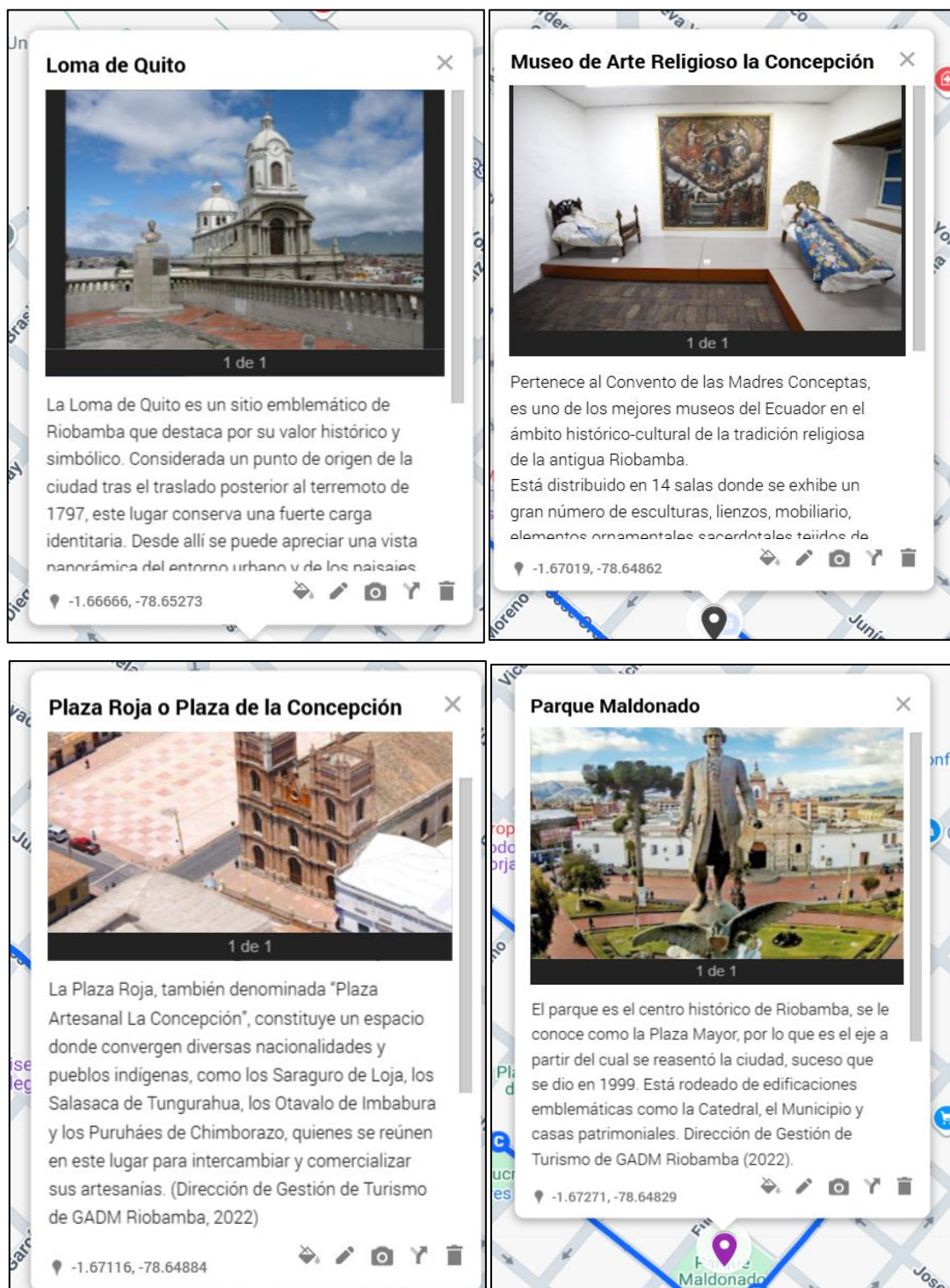




La Loma de Quito es el punto de partida, entonces; es necesario generar las respectivas indicaciones para empezar y terminar allí, con el fin de garantizar un city tour con 6 lugares emblemáticos de Riobamba, los cuales se mencionaron en el paso 1. Se colocan los 5 atractivos y se repite el primero para que se logre crear el circuito, que se podrán identificar por letras de la A a la F.

6.7.5 Paso 5: Etiqueta de los Atractivos

Se procede a agregar el contenido bibliográfico para cada uno de los atractivos, se debe redactar una descripción breve, en donde se mencionen hechos destacados en el ámbito turístico. A más de ello, se debe garantizar una información confiable, por lo tanto, se debe citar lo que se manifiesta. Finalmente, se agregan imágenes que contengan una resolución buena además de que permitan visualizar de manera general el contexto del sitio.



Loma de Quito



1 de 1

La Loma de Quito es un sitio emblemático de Riobamba que destaca por su valor histórico y simbólico. Considerada un punto de origen de la ciudad tras el traslado posterior al terremoto de 1797, este lugar conserva una fuerte carga identitaria. Desde allí se puede apreciar una vista panorámica del entorno urbano y de los paisajes.

📍 -1.66666, -78.65273

Museo de Arte Religioso la Concepción



1 de 1

Pertenece al Convento de las Madres Conceptas, es uno de los mejores museos del Ecuador en el ámbito histórico-cultural de la tradición religiosa de la antigua Riobamba.

Está distribuido en 14 salas donde se exhibe un gran número de esculturas, lienzos, mobiliario, elementos ornamentales sacerdotales tallados de

📍 -1.67019, -78.64862

Plaza Roja o Plaza de la Concepción



1 de 1

La Plaza Roja, también denominada "Plaza Artesanal La Concepción", constituye un espacio donde convergen diversas nacionalidades y pueblos indígenas, como los Saraguro de Loja, los Salasaca de Tungurahua, los Otavalo de Imbabura y los Puruháes de Chimborazo, quienes se reúnen en este lugar para intercambiar y comercializar sus artesanías. (Dirección de Gestión de Turismo de GADM Riobamba, 2022)

📍 -1.67116, -78.64884

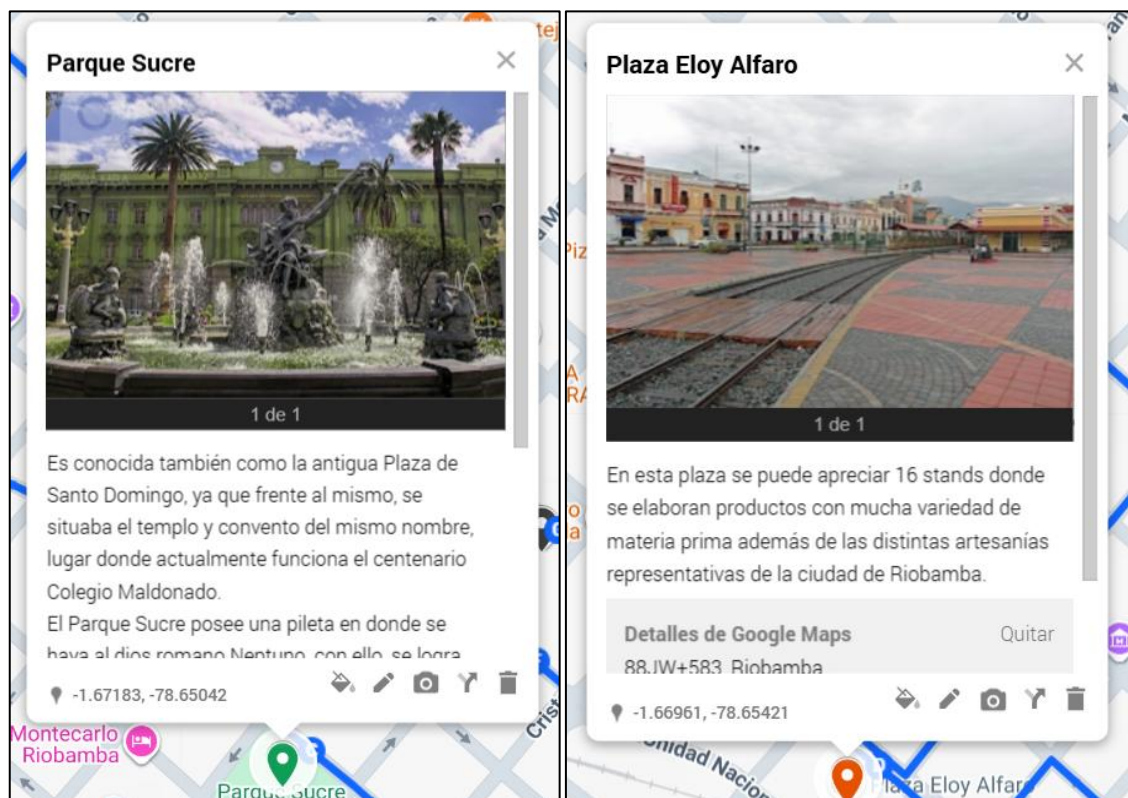
Parque Maldonado



1 de 1

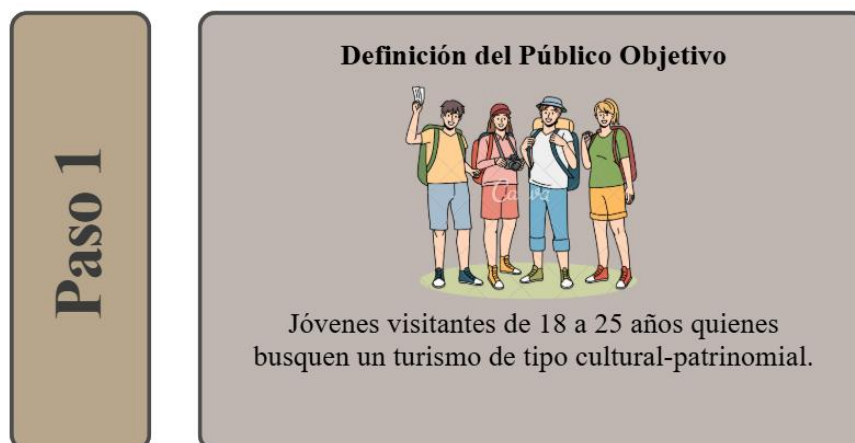
El parque es el centro histórico de Riobamba, se le conoce como la Plaza Mayor, por lo que es el eje a partir del cual se reasentó la ciudad, suceso que se dio en 1999. Está rodeado de edificaciones emblemáticas como la Catedral, el Municipio y casas patrimoniales. Dirección de Gestión de Turismo de GADM Riobamba (2022).

📍 -1.67271, -78.64829



6.8 Estructura Fase 3: Selección de Personajes Históricos

Se seleccionan aquellos personajes que formarán parte de la guianza teatralizada, considerando su relevancia histórica y su aporte a la interpretación del patrimonio cultural.



Los datos que han sido tomados en cuenta se extraen de las encuestas formuladas, en donde se observó que el rango de edad de 18 a 25 años representa a un nicho de mercado que recibió guianza teatralizada en mayor proporción respecto al tamaño de la muestra, lo que quiere decir que, tienen intereses enfocados en el patrimonio cultural de la ciudad.

Paso 2

Selección de Personajes Históricos

1. Antonio José de Sucre
2. Juan Bernardo de León
3. Padre Juan de Velasco
4. Fernando Daquilema
5. Pedro Vicente Maldonado
6. José María Lizarzaburu
7. Carmela Hidalgo
8. Actor teatral
9. Eloy Alfaro
10. Manuela León



Se añadieron 10 personajes históricos por sus participaciones en hechos relevantes que contribuyeron al desarrollo de la identidad cultural. Cabe destacar que la decisión de seleccionarlos se extrajo de los datos de la entrevista, en donde se sugirió incluir a los mismos. A continuación, se detalla la razón por la cual estas personas deben ser tomadas en cuenta para la propuesta:

Antonio José de Sucre es recordado como uno de los principales líderes de la independencia sudamericana y una figura vinculada al desarrollo histórico del Ecuador. Su estadía en Riobamba afianzó la política de la ciudad en la naciente era republicana, convirtiendo a Riobamba en un punto estratégico en el proceso de emancipación y organización nacional.

Otro personaje destacado fue Juan Bernardo de León, puesto que ejerció una notable participación ciudadana en pos del establecimiento de la identidad riobambeña en medio de un contexto de transformación histórica.

Sin duda, uno de los personajes insignia es el Padre Juan de Velasco, sacerdote e historiador, perteneció a la Orden Jesuita, es conocido por recopilar archivos e información acerca de la historia y cultura ecuatoriana. Su legado permitió preservar conocimientos ancestrales y sucesos que marcaron la historia del país. Es un gran referente dentro de la memoria riobambeña y la población indígena.

Un líder indígena, cuyo origen es chimboracense es Fernando Daquilema, quien encabezó varias gestas rebeldes en defensa de los derechos de los pueblos indígenas, Su

intrepidez, lucha y resistencia se convirtieron en un ícono de lucha social no solo de la provincia, sino de todo el Ecuador.

Sin duda alguna, el científico, geógrafo y político riobambeño Pedro Vicente Maldonado, es uno de los personajes más destacados de la región, no solo por su participación en la Misión Geodésica Francesa, también promovió el desarrollo intelectual y científico de la ciudad. Trascendiendo en el tiempo como un orgullo para Riobamba.

José María Lizarzaburu, es una figura asociada al desarrollo social y cultural de Riobamba, puesto que, contribuyó en el fortalecimiento de la identidad patrimonial y participó en el rescate de las tradiciones de la ciudad y demás procesos históricos.

No podía faltar el aporte femenino a cargo de Carmela León Hidalgo, cuyo aporte significativo fue el hecho de haber participado dentro de los espacios culturales y sociales, forjando la construcción de la memoria colectiva, preservando así las tradiciones riobambeñas.

El actor teatral cumple un rol fundamental dentro de la propuesta de guianza teatralizada, ya que permite interpretar personajes históricos de manera dinámica y cercana al visitante. Mediante la expresión artística, facilita la comprensión de los acontecimientos históricos y genera experiencias más participativas y memorables.

Eloy Alfaro fue uno de los personajes más influyentes de la historia ecuatoriana y promotor de la Revolución Liberal. Su relación con Riobamba se vincula al impacto de las transformaciones políticas, educativas y sociales impulsadas durante su gobierno, las cuales marcaron cambios importantes en la modernización del país.

Manuela León fue una líder indígena que participó junto a Fernando Daquilema en las luchas sociales de Chimborazo. Su figura simboliza la fortaleza y resistencia de las mujeres indígenas frente a las injusticias de la época, convirtiéndose en un referente histórico y cultural para Riobamba.

6.8.1 Estructura Fase 4: Planificación del Guión Turístico

En esta etapa se desarrolla el guión turístico interpretado por personajes históricos, además de la organización del itinerario y la descripción general del recorrido, permitiendo establecer de manera ordenada las actividades, tiempos y contenidos históricos que serán presentados en cada atractivo patrimonial.

6.8.2 Paso 1: Crear el Itinerario Turístico

Itinerario				
Atractivo Turístico Principal	Atractivo Turístico Secundario	Hora	Personaje Histórico	Detalle
Loma de Quito	Mural Iglesia Antonio de Padua	08:00 – 08:30	Antonio José de Sucre Juan Bernardo de León	• Narración de la independencia • Relación con la memoria histórica • Interpretación simbólica del espacio
Museo de Arte Religioso “La Concepción”	Salas	08:30 – 09:00	Padre Juan de Velasco	• Recepción de las personas. • Bienvenida e introducción al recorrido. • Contextualización histórica de la ciudad. • Entrada al museo. • Intervención del guía caracterizado.

				• Elucidación de las Monjas Conceptas del Museo. • Acceso al Museo. • Interviene el guía con su caracterización. • Presentación de quienes interpretan las Madres Conceptas.
Plaza Roja	Iglesia de la Concepción	09:00 – 09:25	Fernando Daquilema	• Narración explicativa de cómo era la vida diaria del lugar, sus rituales religiosos y su labor económica en la localidad.
Parque Maldonado	Estatua de Maldonado	09:25 – 09:45	Pedro Vicente Maldonado	• Descripción del monumento a P. Maldonado, reseña histórica y contribuciones a la ciudad.
	La Catedral		José María Lizarzaburu	• Interpretación del patrimonio.
	Municipalidad de Riobamba		Pedro Vicente Maldonado	• Exposición del edificio municipal; historia, tipo de construcción.
	Museo de la Ciudad		Carmela León Hidalgo	• Ingreso al museo. • Guianza de la persona caracterizada acerca de su vida, la casa patrimonial y sobre la historia de la ciudad.
	Casas patrimoniales		Pedro Vicente Maldonado	Narración de las casas patrimoniales de Riobamba.
Parque Sucre	Pileta central	09:45 – 10:10		Interpretación histórica de los atractivos.

	Colegio Maldonado		Antonio José de Sucre	
	Teatro León		Actor teatral	Exposición sobre el teatro; historia y actividades a las que se dedican.
	Estación del Tren			
Plaza Eloy Alfaro	Estatua	10:10 – 10:30	Eloy Alfaro	Explicación de la construcción del ferrocarril y la importancia de este en la comercialización de productos costeros y andinos.
	Actividades Comerciales		Manuela León	

6.8.3 Paso 2: Creación del Guión Turístico

6.8.3.1 Loma de Quito

Antonio José de Sucre:

Distinguidos visitantes, les damos la bienvenida a la Loma de Quito, uno de los barrios tradicionales y con mayor valor histórico de Riobamba. Frente a nosotros observamos un mural que representa la memoria viva de la ciudad y el sentimiento de identidad de su pueblo.

Juan Bernardo de León:

Esta obra artística fue creada con el propósito de rescatar y difundir la historia riobambeña mediante imágenes representativas de su patrimonio cultural, arquitectónico y social. El mural muestra distintos elementos que identifican a Riobamba como una ciudad histórica, religiosa y profundamente ligada a sus tradiciones andinas.

Antonio José de Sucre:

Uno de los aspectos más importantes del mural es la representación del centro histórico de Riobamba, reconocido por sus edificaciones patrimoniales, plazas tradicionales e iglesias que forman parte de la memoria urbana de la ciudad. A través de esta obra se busca recordar la importancia que tuvo Riobamba durante la época colonial y republicana, convirtiéndose en un punto estratégico para el desarrollo comercial, político y cultural de la región interandina.

Juan Bernardo de León:

El mural también simboliza el proceso de transformación histórica de la ciudad. Recordemos que Riobamba sufrió el devastador terremoto de 1797, considerado uno de los más fuertes ocurridos en el actual territorio ecuatoriano. A raíz de este acontecimiento, la ciudad tuvo que ser trasladada desde la antigua Riobamba, ubicada en Cajabamba, hasta el lugar donde actualmente se encuentra. Por ello, para los riobambeños, esta obra representa la capacidad de reconstrucción, resistencia y fortaleza de su pueblo.

Antonio José de Sucre:

Asimismo, dentro del mural se observan elementos relacionados con las tradiciones culturales y religiosas que han caracterizado históricamente a la ciudad. La presencia de iglesias y símbolos religiosos refleja la profunda fe católica que forma parte de la identidad de muchas familias riobambeñas y de festividades tradicionales que aún se conservan.

Juan Bernardo de León:

Otro aspecto importante es la representación del entorno natural que rodea a Riobamba. Desde este sector es posible apreciar la cercanía del volcán Chimborazo, considerado un símbolo emblemático para la ciudad y para el país. Su presencia no solo forma parte del paisaje, sino también de la identidad cultural y emocional de los habitantes, quienes lo consideran un referente de grandeza y pertenencia.

Antonio José de Sucre:

Para los habitantes de la Loma de Quito, este mural tiene un valor especial porque fortalece el sentido de comunidad y orgullo local. Más allá de ser una pintura urbana, representa las raíces históricas de Riobamba y el legado transmitido de generación en generación.

Juan Bernardo de León:

Finalmente, esta obra se ha convertido en un espacio de encuentro turístico y cultural. Visitantes y ciudadanos llegan hasta aquí no solo para admirar el arte plasmado en sus paredes, sino también para recordar que Riobamba es una ciudad construida sobre la historia, la memoria y la identidad de su pueblo.

6.8.3.2 Museo de Arte Religioso de la Concepción

Padre Juan de Velasco:

Bienvenidos al Museo de Arte Religioso “La Concepción”, uno de los espacios patrimoniales más importantes de Riobamba. Este museo conserva pinturas, esculturas y

objetos religiosos de la época colonial, reflejando la influencia de la fe católica en la historia y cultura de la ciudad.

Sus salas permiten conocer el valor artístico y religioso de las colecciones expuestas, mientras que los guías del museo se encargan de explicar el origen y significado de cada pieza, fortaleciendo la conservación y difusión del patrimonio cultural riobambeño.

6.8.3.3 Plaza Roja

Fernando Daquilema:

Sean bienvenidos a la Plaza Roja, este lugar es reconocido por ser un punto de encuentro social y comercial para los habitantes de la ciudad, además de conservar parte de la memoria urbana y cultural riobambeña.

La Iglesia de La Concepción posee una arquitectura de influencia colonial y republicana, reflejada en su estructura, sus detalles decorativos y sus espacios interiores. En su interior se conservan imágenes religiosas, altares y elementos artísticos vinculados con la tradición católica de la ciudad.

6.8.3.4 Parque Maldonado

Estatua de Pedro Vicente Maldonado

Pedro Vicente Maldonado:

Bienvenidos al Parque Maldonado, uno de los espacios históricos más importantes de Riobamba. Frente a ustedes se encuentra mi estatua, creada en honor a mi aporte científico y geográfico al territorio de la Real Audiencia de Quito. Fui reconocido por participar en la Misión Geodésica Francesa y por elaborar importantes estudios cartográficos del actual Ecuador durante el siglo XVIII.

La Catedral

José María Lizarzaburu:

A pocos pasos observamos la Catedral de Riobamba, uno de los templos más representativos de la ciudad. Su valor histórico radica en que conserva piedras talladas provenientes de la antigua Riobamba, destruida tras el terremoto de 1797. Este lugar representa la fe, la memoria y la reconstrucción histórica del pueblo riobambeño.

Municipalidad de Riobamba

Pedro Vicente Maldonado:

Frente al parque también se encuentra la Municipalidad de Riobamba, institución que representa la administración y organización de la ciudad. Este edificio forma parte del entorno patrimonial del centro histórico y simboliza el desarrollo político y social de Riobamba a lo largo de los años.

Museo de la Ciudad

Carmela León Hidalgo:

El Museo de la Ciudad conserva parte de la memoria histórica y cultural de Riobamba mediante fotografías, documentos y objetos patrimoniales. Este espacio permite conocer acontecimientos importantes, tradiciones y personajes que marcaron el desarrollo de la ciudad.

Casas patrimoniales

Pedro Vicente Maldonado:

Alrededor del parque podemos observar varias casas patrimoniales que conservan características arquitectónicas tradicionales de la época republicana. Estas edificaciones representan el valor histórico y urbano de Riobamba, manteniendo viva la identidad arquitectónica del centro histórico.

6.8.3.5 Parque Sucre

6.9 Parque Sucre

Pileta Central

Antonio José de Sucre:

Nos encontramos en el Parque Sucre, uno de los espacios más representativos del centro histórico de Riobamba. Tras una reorganización urbana, luego del terremoto de 1797, que destruyó la ciudad y obligó a reubicar el asentamiento, se crea este lugar. Su pileta emblemática simboliza el progreso urbano durante los siglos XIX y XX. Dicho lugar ha sido y es escenario de varios actos cívicos, militares, festivos y sociales. Es un verdadero punto de encuentros históricos y culturales.

Colegio Maldonado

Antonio José de Sucre:

Frente al parque observamos el histórico Colegio Pedro Vicente Maldonado, una de las instituciones educativas más emblemáticas del Ecuador. Su nombre honra al científico

riobambeño Pedro Vicente Maldonado, reconocido por sus aportes a la cartografía y a la Misión Geodésica Francesa en el siglo XVIII.

Teatro León

Actor teatral:

Bienvenidos al Teatro León, uno de los espacios culturales más importantes de Riobamba durante el siglo XX. Este teatro se convirtió en un centro de reunión social y artística donde se realizaban presentaciones teatrales, funciones de cine, conciertos y eventos culturales que marcaron la vida urbana de la ciudad. Históricamente, el Teatro León impulsó el desarrollo cultural riobambeño y permitió acercar el arte escénico a la población.

6.9.1.1 Estación del Tren

Estatua de Eloy Alfaro

Eloy Alfaro:

Frente a ustedes observan mi estatua, colocada en honor al impulso que di a la construcción del Ferrocarril Trasandino durante la Revolución Liberal.

El tren representó una de las obras más importantes del país, ya que permitió conectar la Costa y la Sierra, fortaleciendo el comercio, la comunicación y el desarrollo económico nacional. Riobamba se convirtió en un punto estratégico dentro de esta ruta ferroviaria, debido a su ubicación en el centro del país.

La estación simboliza el progreso y la modernización del Ecuador a inicios del siglo XX, además de representar el esfuerzo de miles de trabajadores que participaron en la construcción de esta histórica obra ferroviaria.

Actividades Comerciales

Manuela León:

Gracias a la llegada del ferrocarril, productos agrícolas, artesanales y mercancías podían transportarse con mayor facilidad hacia distintas ciudades del país.

Este sector se convirtió en un punto de intercambio económico y encuentro ciudadano, donde comerciantes y viajeros dinamizaban constantemente la vida urbana de Riobamba. Para muchas familias riobambeñas, el tren representó oportunidades de trabajo, comercio y crecimiento económico.

6.10 Estructura Fase 5: Diseño de Encuesta de Satisfacción

Encuesta de Percepción y Satisfacción

“Riobamba Escénica: Guianza Teatralizada”

Estimado(a) visitante:

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer su percepción sobre la experiencia vivida durante el recorrido teatralizado en el centro histórico de Riobamba. Su opinión contribuirá al fortalecimiento de futuras actividades turísticas y culturales.

6.10.1 Instrucciones

Seleccione la opción que mejor represente su opinión.

Escala	Valoración
1	Muy en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Neutral
4	De acuerdo
5	Muy de acuerdo

N.º	Ítems	1	2	3	4	5
1	El recorrido despertó mi interés por la historia de Riobamba.					
2	La información presentada fue fácil de comprender.					
3	La representación de los personajes históricos resultó atractiva.					
4	Las actividades desarrolladas hicieron más dinámica la experiencia.					
5	El recorrido permitió conocer mejor el patrimonio cultural de la ciudad.					
6	La organización del itinerario fue adecuada.					
7	La experiencia fue diferente a otros recorridos turísticos tradicionales.					
8	La actividad generó una experiencia memorable.					

9	Considero que este tipo de guianza fortalece el turismo cultural local.					
10	Participaría nuevamente en una actividad similar.					

6.10.2 Preguntas generales

Edad: _____

Lugar de procedencia: _____

¿Cómo calificaría su experiencia general?

☐ Excelente

☐ Buena

☐ Regular

☐ Mala

6.10.3 Pregunta abierta

¿Qué aspecto considera que podría mejorar en el recorrido?

Gracias por su colaboración.

7. CAPÍTULO VII: BIBLIOGRAFÍA

- Ahumada, I. (1 de Noviembre de 2023). *Conciencia saludable*. Obtenido de <https://concienciasaludable.uchile.cl/2023/11/01/que-son-las-emociones/>
- Alberca, F. (2019). El turismo creativo. Conceptualización y características. *Cultura*, 33(8), 145-154. doi:10.24265/cultura.2019.v33.08
- Alonso, M. (Octubre de 2025). *Otra Piel*. Obtenido de <https://www.otrapieldesign.com/post/experiencias-turisticas>
- Argudo, J. (2023). El guion turístico como estrategia comunicativa para la promoción de los lugares turísticos de la parroquia de Perucho. *Universidad Central del Ecuador*, 11-20. Recuperado el 2025, de <https://www.dspace.uce.edu.ec/bitstreams/550e2788-32cf-4b5a-a9d2-79466bff8bf7/download>
- Avellaneda, F. (11 de Septiembre de 2019). *Técnica Industrial*. Obtenido de <https://www.tecnicaindustrial.es/la-experiencia-como-fuente-de-conocimientos-y/>
- Benenaula, M., & Lazo, W. (2024). *Entre salas y secretos: Guía teatralizada en el Museo de*. Universidad del Azuay. Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte. Recuperado el 2025, de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/14925/1/20441.pdf>
- Betancourt, K., & Bravo, A. (16 de Diciembre de 2025). Turismo creativo como estrategia de desarrollo en localidades rurales. *Revista de Turismo e Identidad*, 6(1). Recuperado el 22 de Enero de 2025, de <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeindidentidad>
- Caicedo, A. (2024). Competitividad del turismo cultural en destinos urbanos de Ecuador. Los casos de Guayaquil, Quito y Cuenca. *Fundación Dialnet*, 20-42. Recuperado el 12 de Diciembre de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=357845>
- Camps, X. (9 de Octubre de 2011). *Blogger*. Obtenido de <https://thejazzmusician-xavier.blogspot.com/2011/10/metodologia-do-it.html>
- Castillo, M., & Cruz, J. (2020). La Innovación en el Sector Turístico: Una Aproximación a los Servicios y la Coceación de Experiencias. 30. doi:<https://doi.org/10.18601/01207555.n30.02>
- Chow, L. Y. (2023). *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.es/blog/customer-service/satisfaction/customer-satisfaction/>
- Clausen, D., & Illescas, K. (2023). Dinámicas de la guianza turística antes, durante y después de la pandemia COVID-19 en Cuenca, Ecuador. *Universidad de Cuenca*, 13-20.

- Corma, F. (2011). *Innovación, innovadores y empresa innovadora*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S.A.
- Di Giulio, G. (2003). *Dialnet. UniRioja*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5028415.pdf>
- Dzul, M. (2020). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcgglefindmkaj/https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Escárcega, J. (2026). *Berumen*. Obtenido de <https://berumen.com.mx/investigacion-de-campo-que-es-y-por-que-hacerla/>
- Espeso, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1102-1103. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>
- Espínola, J. P. (22 de Enero de 2026). *Enciclopedia Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/metodo-inductivo/>.
- Farez, C., & Zambrano, R. (22 de Enero de 2025). Análisis de la potencialidad turística del museo de Historia de la Medicina Guillermo Aguilar Maldonado en Cuenca, Ecuador. *Universidad de Cuenca*, 12-21. Recuperado el Febrero de 2026, de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstreams/cad72288-9035-405f-98c0-56f24d6acff2/download>
- Franco, A. (2024). Percepción Turística del Servicio de Guianza en la Comuna Dos Mangas, Parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena. *Universidad Estatal Península de Santa Elena*, 15-21. Recuperado el 2025, de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstreams/0ba2f871-70ee-4fb5-b026-3e51d32fbd63/download>
- Fundación Quito Eterno. (Noviembre de 2025). *Fundación Quito Eterno*. Obtenido de <https://quitoeterno.org/>
- García, R., & Huerta, M. d. (2020). Significado y sociedad. *Sincronía*(77), 531-550. Recuperado el Diciembre de 2025, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513862147026>
- Golombek, D. (2025). *Universidad San Andrés*. Obtenido de <https://www.udesar.edu.ar/noticias/la-generacion-de-ideas-transita-por-un-camino-distinto-al-de-la-inspiracion>

- Gondomar, R. (2021). *Cuaderno de Diseño de Interacción*. Obtenido de <https://quadern-disseny-interaccio.recursos.uoc.edu/es/1-1-concepto-de-interaccion/>
- Guerrero, T., & Lorena, C. (Noviembre de 2024). El guión interpretativo, herramienta eficiente para la guianza turística. *HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación*, 9(1), 90-99. Recuperado el 2025, de <https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/holopraxis/article/view/3869/4668>
- López, B. (20 de Octubre de 2022). *Universidad Nacional de Rosario*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/<https://testrephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/38f22c40-6162-46f3-b627-9a575494f631/content>
- Loza, A. (2023). Experiencias de turismo cultural: el papel del guía en la narración de historias locales. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 9(1), 2230–2242. doi:<https://doi.org/10.23857/dc.v9i3.3553>
- Lozada, E. (Diciembre de 2025). *Tesis y Másters*. Obtenido de <https://tesisymasters.mx/justificacion-teorica/>
- Ludeña, L. (2023). Turismo sostenible en comunidades locales: beneficios económicos y. *Revista INSTA Magazine I+D.*, 6(1). Recuperado el Noviembre de 2025, de <https://revista.insta.edu.ec/index.php/instamagazine/article/download/50/67/227>
- Maroni, S. (2024). *Academia*. Obtenido de https://www.academia.edu/8963081/QUE_ES_VIVENCIA
- Mejía, C. (2021). Turismo Creativo y Actividades Turísticas en el Centro Histórico del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo. *Universidad Nacional de Chimborazo*, 18-42. Recuperado el 22 de Octubre de 2025, de [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8951/1/Mej%C3%AD%20Andrade,%20C.\(2022\)%20Turismo%20creativo%20y%20actividades%20tur%C3%ADsticas%20en%20el%20Centro%20Hist%C3%B3rico%20del%20Cant%C3%B3n%20Riobamba,%20Provincia%20de%20Chimborazo..pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8951/1/Mej%C3%AD%20Andrade,%20C.(2022)%20Turismo%20creativo%20y%20actividades%20tur%C3%ADsticas%20en%20el%20Centro%20Hist%C3%B3rico%20del%20Cant%C3%B3n%20Riobamba,%20Provincia%20de%20Chimborazo..pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (3 de Mayo de 2018). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el 9 de Noviembre de 2025, de <https://www.turismo.gob.ec/conoce-quito-por-la-noche-con-leyendas-e-historia/>
- MINTUR. (2021). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS - MINTUR*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>

- MINTUR. (2022). *MINTUR*. Recuperado el 4 de Julio de 2025, de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf
- Molina, E., Cabanilla, E., Garrido, C., & Borja, J. (2022). Estudio del Comportamiento de la Demanda Turística Interna en la Reactivación Pos-Covid-19 en Ecuador. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 9(3), 70-78. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.93.633>
- Moreno, E. (30 de Enero de 2021). *Blogger*. Obtenido de <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2021/01/justificacion-metodologica.html>
- Nanda, N. (4 de Agosto de 2021). *Ouriginal* . Obtenido de <https://ouriginal.com/the-truth-about-originality-your-definition/>
- Navarro, D. (2015). Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos: Conceptualización, Clasificación y Valoración. *Cuadernos Turísticos*, 35, 336-337. doi:10.6018/turismo.35.221641
- Neogrid. (30 de Agosto de 2021). *Neogrid*. Obtenido de <https://neogrid.com/es/metodo-estadistico-aplicarlo-cadena-de-suministros/>
- Orellana, P. (24 de Noviembre de 2022). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>
- Ortega, C. (2026). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-documental/>
- Real Academia Española. (2024). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/ingenio>
- Ríos, J. (2014). El concepto de información: dimensiones bibliotecológica, sociológica y cognoscitiva. *Investigación bibliotecológica*. 28(62), 143-179. Recuperado el 2025, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2014000100009&lng=es&tlng=es.
- Rivas, A. (16 de Septiembre de 2022). *Normas APA*. Obtenido de <https://normasapa.in/justificacion-de-una-investigacion/>
- Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones interculturales en la diversidad*, 1, 199-217. Recuperado el 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>
- Rodríguez, K., & Delgado, M. (2025). El Turismo Creativo como Actividad Complementaria de la Agricultura en el Territorio Rural. *Ciencia y Reflexión* -

- Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(1), 2581-2590.
doi:<https://doi.org/10.70747/cr.v4i1.231>
- Saldaña, P., & Molina, V. (2024). *Universidad del Azuay*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/14767/1/20284.pdf>
- Segundo, J. (19 de Agosto de 2025). *Enciclopedia Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/conocimiento/>
- Shah, S. (Marzo de 2015). *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/311352655_Clarity_in_Communication_A_n_Imperative#:~:text=La%20claridad%20en%20la%20comunicaci%C3%B3n,las%20relaciones%20profesionales%20como%20personales.
- Sheposh, R. (2024). *EBSCO*. Obtenido de <https://www.ebsco.com/research-starters/science/cronbachs-alpha>
- Suárez, A. (2022). Ontologías terminológicas en la organización temática de dominios de conocimiento . *Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas y de la Información*, 36(93). doi:<https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2022.93.58630>
- Torres, D. (Agosto de 2022). La guianza teatralizada y el emprendimiento turístico cultural en Ambato. *Universidad Técnica de Ambato*, 7-18. Recuperado el 2025, de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b751a573-f79a-43e4-ab8c-68ea19766364/content>
- Tuneu, A. (12 de Junio de 2023). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de <https://blogs.uoc.edu/mel/es/la-adaptabilidad-una-habilidad-clave-para-cualquier-trabajador/>
- Universidad del Claustro de Sor Juana A.C. (Marzo de 2023). *Universidad del Claustro de Sor Juana A.C.* Obtenido de <https://elclaustro.mx/que-es-la-narrativa/>
- Valarezo, C., & Billy, C. (2018). *Cambio de actitud de estudiantes secundarios, sobre la conservación amazónica mediante la guianza turística*. Recuperado el 2025, de Universidad Estatal Amazónica: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/conservacion-amazonica.html>
- Vera, J., Mendoza, B., Kimberley, D., & Vera, P. (2024). Validación de instrumento para la medición de la innovación para los destinos turísticos de América Latina. *Revista Científica en Ciencias Sociales*, 4-12. doi:10.53732/rccsociales/e601104

Vílchez, M. (2011). II.III. La cultura en el aula: la integración cultural. *Exedra*, 93-101.
Recuperado el Noviembre de 2025, de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3685975>
WISDOM LIBRARY. (Julio de 2025). *WISDOM LIBRARY*. Recuperado el 2025, de
<https://www.wisdomlib.org/es/concept/personaje-hist%C3%B3rico>

8. CAPÍTULO VIII: ANEXOS

8.1 Interpretación de los Datos Obtenidos en SPSS

Tabla 7.

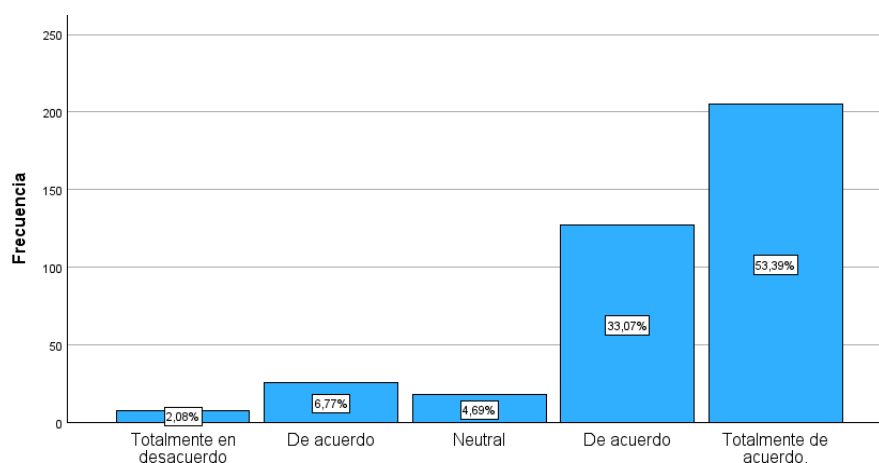
Primer enunciado: La guianza le permitió adquirir nuevos conocimientos sobre la historia y cultura del lugar

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	2,1	2,1	2,1
De acuerdo	26	6,8	6,8	8,9
Neutral	18	4,7	4,7	13,5
De acuerdo	127	33,1	33,1	46,6
Totalmente de acuerdo	205	53,4	53,4	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics para el primer enunciado de la encuesta.

Figura 1

Primer enunciado: La guianza le permitió adquirir nuevos conocimientos sobre la historia y cultura del lugar



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

El gráfico sugiere que la guianza no es percibida únicamente como un aspecto complementario sino más bien como un medio de transmisión del conocimiento cultural e histórico. Estos datos indican la pertinencia de ejecutar el objetivo general de la investigación.

Tabla 8

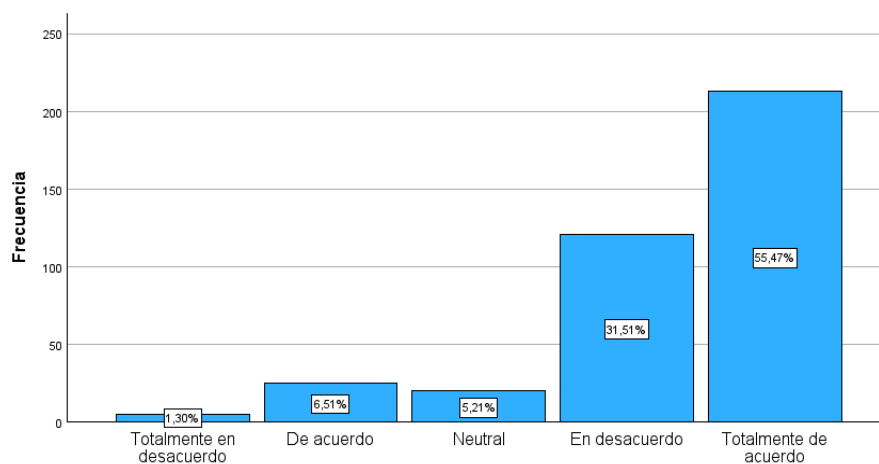
Enunciado 2: El personaje histórico presentado por el guía facilitó su comprensión de los hechos narrados.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	1,3	1,3	1,3
De acuerdo	25	6,5	6,5	7,8
Neutral	20	5,2	5,2	13,0
En desacuerdo	121	31,5	31,5	44,5
Totalmente de acuerdo	213	55,5	55,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la segunda pregunta de la encuesta.

Figura 2

Enunciado 2: El personaje histórico presentado por el guía facilitó su comprensión de los hechos narrados.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

La afirmativa postura ante este enunciado, evidencia que la guianza teatralizada es una estrategia efectiva en la interpretación, pues la utilización de los personajes históricos desempeña un rol de carácter didáctico que logra transmitir contenidos referentes al patrimonio cultural y evolución de los asentamientos riobambeños. Es decir, el recurso escénico se percibe como un elemento diferenciador en relación con la anécdota experimentada, ya que aporta ideas que direccionan hacia la creación de una propuesta con valor agregado en la guianza tradicional.

Tabla 9

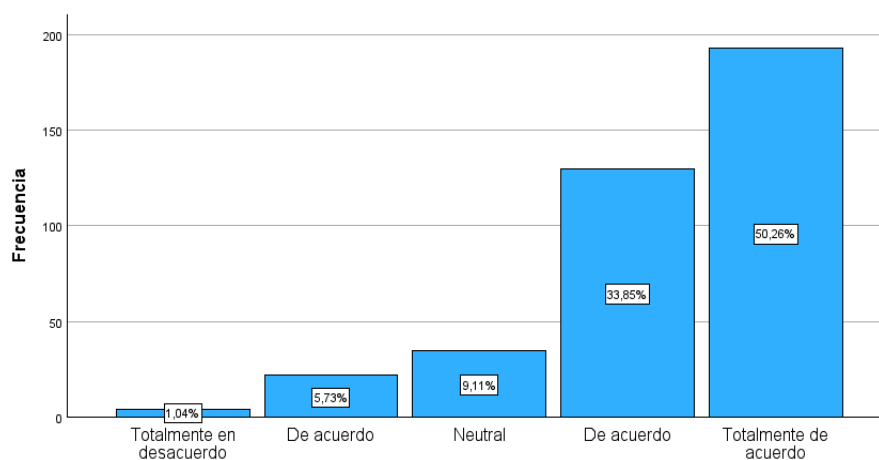
Enunciado 3: La información proporcionada durante la visita fue clara y suficiente para entender el contexto histórico.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,0	1,0	1,0
De acuerdo	22	5,7	5,7	6,8
Neutral	35	9,1	9,1	15,9
De acuerdo	130	33,9	33,9	49,7
Totalmente de acuerdo	193	50,3	50,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la segunda pregunta de la encuesta.

Figura 3

Enunciado 3: La información proporcionada durante la visita fue clara y suficiente para entender el contexto histórico.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1

Interpretación

Los presentes resultados, derivan que la capacidad de interpretar es un factor que define la calidad. Este hallazgo marca la importancia de añadir capacitaciones y ensayos de los guías, lo cual es clave para esta propuesta. El compendio de esta información es determinante para la mejoría y creación de iniciativas.

Tabla 10

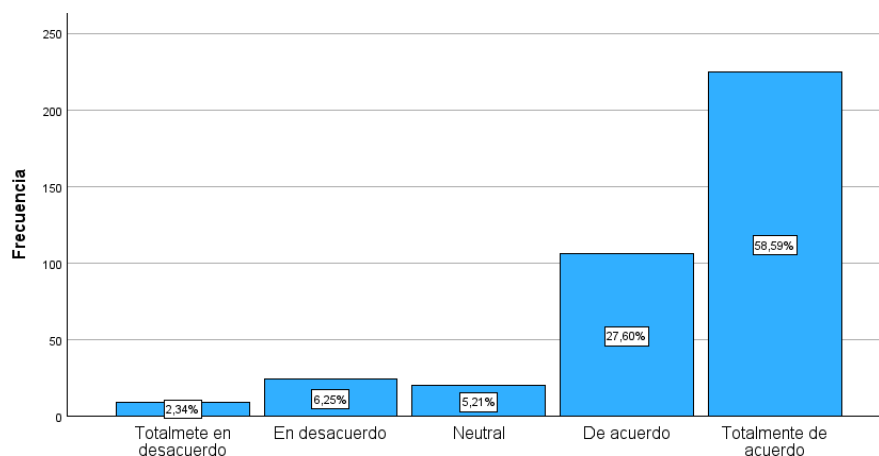
Enunciado 4: El guía supo demostrar experticia apta para interpretar al personaje histórico de forma verisímil.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	2,3	2,3	2,3
En desacuerdo	24	6,3	6,3	8,6
Neutral	20	5,2	5,2	13,8
De acuerdo	106	27,6	27,6	41,4
Totalmente de acuerdo	225	58,6	58,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la cuarta pregunta de la encuesta.

Figura 4

Enunciado 4: El guía demostró experiencia suficiente para interpretar al personaje histórico de forma creíble.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

Gracias a la consulta de estos elementos, se pudo detectar el nivel de aceptación de la labor del actor/guía. En consecuencia, esta acción interfiere directamente en apreciar la guianza con los cual se pueden proponer lineamientos específicos en las capacitaciones para fortalecer las habilidades interpretativas de los guías, lo que mejorará la oferta turística.

Tabla 11

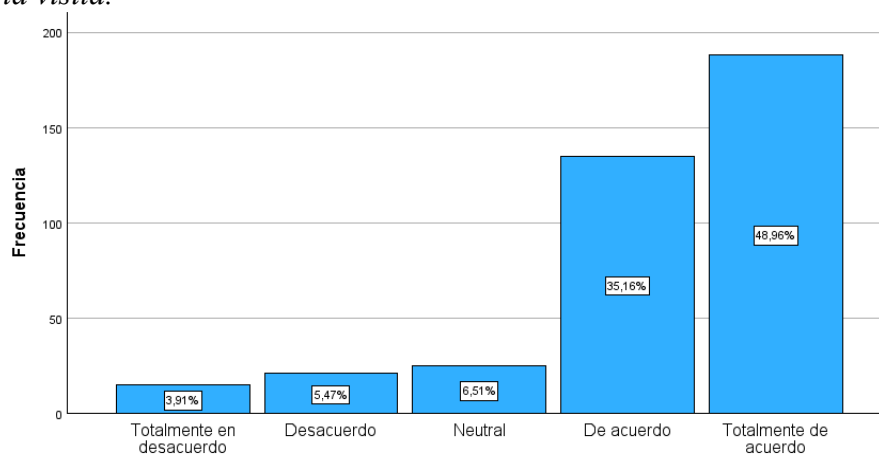
Enunciado 5: Las habilidades del guía en actuación enriquecieron significativamente la calidad de la visita.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	15	3,9	3,9	3,9
Desacuerdo	21	5,5	5,5	9,4
Neutral	25	6,5	6,5	15,9
De acuerdo	135	35,2	35,2	51,0
Totalmente de acuerdo	188	49,0	49,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la quinta pregunta de la encuesta.

Figura 5

Enunciado 5: Las habilidades del guía en actuación enriquecieron significativamente la calidad de la visita.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

Los gráficos permiten reflexionar sobre los recursos escénicos que influyen en la experiencia del visitante, ya que dan paso a la dinamización de la visita y hacen que las personas se mantengan atentas a las narrativas habladas.

Se interpreta entonces que la posibilidad de incorporar destrezas de dominio actoral actúa positivamente en la interacción de ambas partes. A partir de esto, se cree que se deben ajustar los guiones de forma en que el turista sea un escucha y participante activo para relacionarse con el guía y el entorno.

Tabla 12

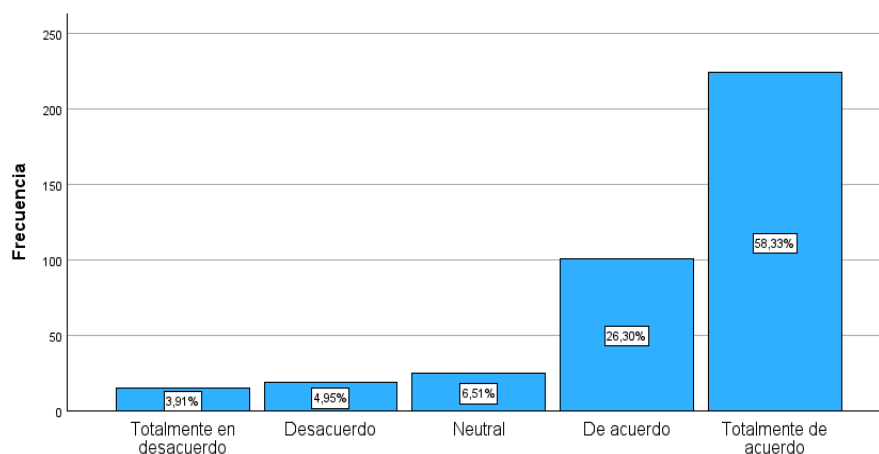
Enunciado 6: La experiencia y profesionalismo del guía generaron confianza en la información presentada durante la dramatización.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	15	3,9	3,9	3,9
Desacuerdo	19	4,9	4,9	8,9
Neutral	25	6,5	6,5	15,4
De acuerdo	101	26,3	26,3	41,7
Totalmente de acuerdo	224	58,3	58,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la quinta pregunta de la encuesta.

Figura 6

Enunciado 6: Práctica y profesionalismo del guía generarán seguridad en la información presentada durante la dramatización.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1

Interpretación

La confianza que deposita el turista en la información transmitida evidencia que la profesionalidad del guía conlleva a la credibilidad del contenido interpretado.

La visualización de las gráficas sugiere un sustento empírico de esta característica en el facilitador turístico como una forma de fortalecer el servicio.

Tabla 13

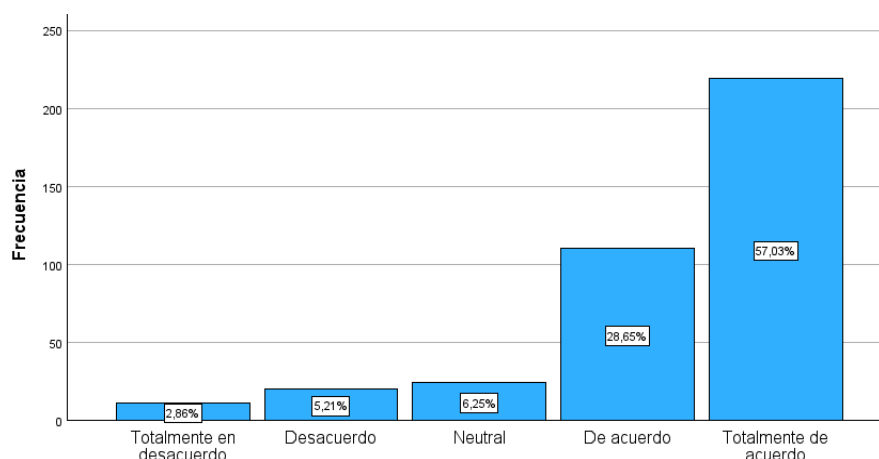
Enunciado 7: El guía logró interpretar el personaje histórico de manera convincente y realista.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
Desacuerdo	20	5,2	5,2	8,1
Neutral	24	6,3	6,3	14,3
De acuerdo	110	28,6	28,6	43,0
Totalmente de acuerdo	219	57,0	57,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados extraídos en el software IBM SPSS Statistics en la quinta pregunta de la encuesta.

Figura 7

Enunciado 7: El guía logró interpretar el personaje histórico de manera convincente y realista.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

Los datos obtenidos le sirven a la investigación para valorar el nivel respecto a la autenticidad que se ha percibido en la guianza. Al constatar la aceptación de la mayoría de los encuestados, se hace evidente que la información es convincente y realista, que representa un factor clave en la intención de generar experiencias significativas.

Es básicamente una estrategia para interpretar que se desarrolla dentro del campo. Además, sugiere una referencia para el planteamiento de acciones con orientación al perfeccionamiento de técnicas interpretativas.

Tabla 14

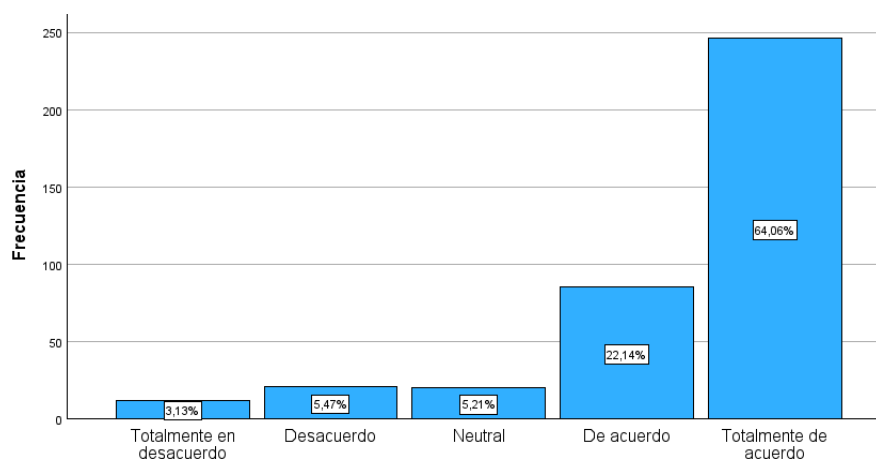
Enunciado 8: La interpretación del personaje le ayudó a conectar emocionalmente con el lugar y su historia.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	12	3,1	3,1	3,1
Desacuerdo	21	5,5	5,5	8,6
Neutral	20	5,2	5,2	13,8
De acuerdo	85	22,1	22,1	35,9
Totalmente de acuerdo	246	64,1	64,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados obtenidos en el software IBM SPSS Statistics para la octava pregunta de la encuesta.

Figura 8

Enunciado 8: La interpretación del personaje le ayudó a conectar emocionalmente con el lugar y su historia.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

La conexión emocional logra incidir en la valoración del patrimonio cultural.

El hallazgo aporta un sustento importante que obliga a analizar la dimensión vivencial del turismo cultural, ya que se ha demostrado que las estrategias interpretativas no solo transmiten información, sino que generan una experiencia que se procesa en la memorabilidad de sus receptores. De esta forma, los datos sirven como base para el diseño de propuestas que fortalezcan la narrativa histórica y la participación emocional del visitante.

Tabla 15

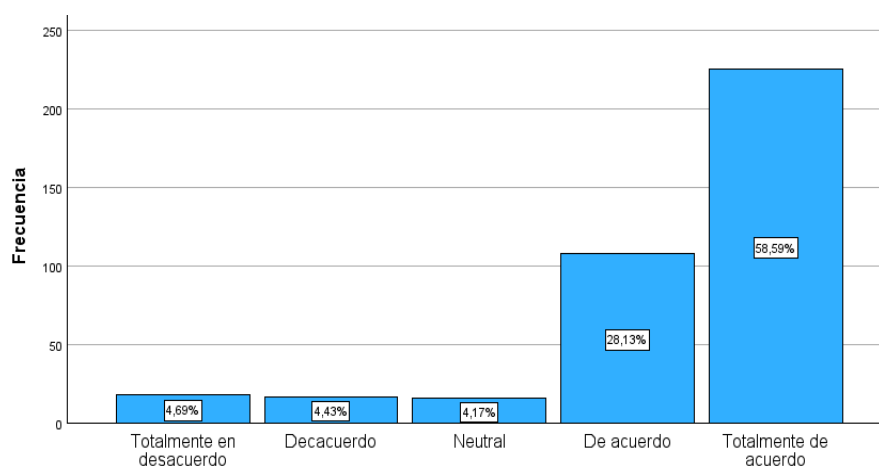
Enunciado 9: Considera que la dramatización enriqueció la manera en la que usted percibe el patrimonio presentado.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	18	4,7	4,7	4,7
De acuerdo	17	4,4	4,4	9,1
Neutral	16	4,2	4,2	13,3
De acuerdo	108	28,1	28,1	41,4
Totalmente de acuerdo	225	58,6	58,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la novena pregunta de la encuesta.

Figura 9

Enunciado 9: Considera que la dramatización enriqueció la manera en la que usted percibe el patrimonio presentado.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

La alta aceptación de este enunciado se traduce en que la dramatización es una táctica contundente que enriquece la comprensión y apreciación de lo narrado mediante el habla.

La información es relevante para el análisis metodológico de innovación en la interpretación turística, pues se ha comprobado que los elementos teatrales direccionan hacia la experiencia del visitante. Los datos resultan sustentables en relación con la formulación de propuestas que diversifiquen la oferta.

Tabla 16

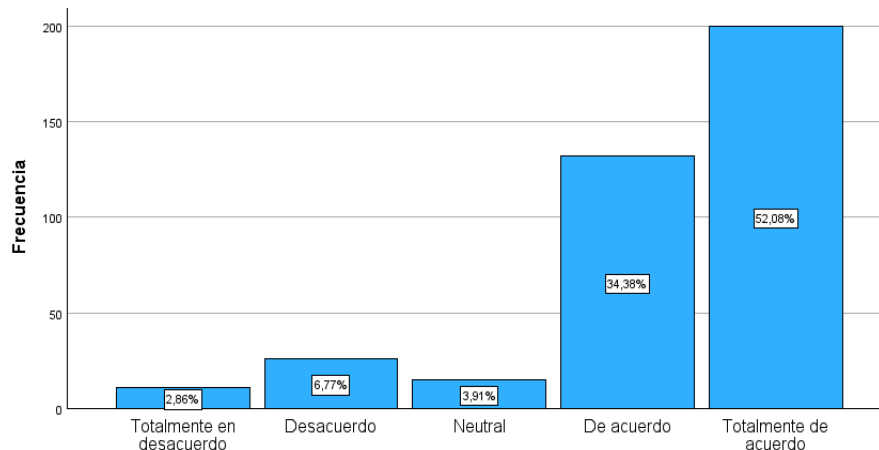
Enunciado 10: La visita con personajes históricos le motivó a pensar de manera diferente sobre la historia del lugar.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
Desacuerdo	26	6,8	6,8	9,6
Neutral	15	3,9	3,9	13,5
De acuerdo	132	34,4	34,4	47,9
Totalmente de acuerdo	200	52,1	52,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la décima pregunta de la encuesta.

Figura 10

Enunciado 10: La visita con personajes históricos le motivó a pensar de manera diferente sobre la historia del lugar.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

La información obtenida ayuda al estudio a distinguir el impacto de la reflexión durante la guianza con personajes históricos; prácticamente, son nuevas formas de comprender el patrimonio cultural. Con esta característica se pueden diseñar estudios que se enfoquen en maximizar el sistema de la narrativa de modo que sea impartida una experiencia especial.

Tabla 17

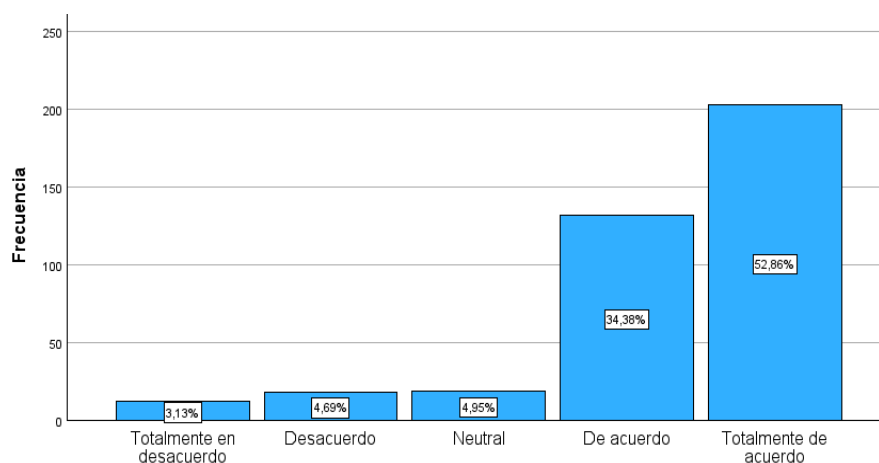
Enunciado 11: Se le ocurrieron preguntas o reflexiones que no había considerado antes debido a la interpretación del guía.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	12	3,1	3,1	3,1
Desacuerdo	18	4,7	4,7	7,8
Neutral	19	4,9	4,9	12,8
De acuerdo	132	34,4	34,4	47,1
Totalmente de acuerdo	203	52,9	52,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la undécima pregunta de la encuesta.

Figura 11

Enunciado 11: Se le ocurrieron preguntas o reflexiones que no había considerado antes debido a la interpretación del guía.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

La indagación motiva el análisis de la guianza que se debería ver como aquella estrategia para el ámbito de la educación que beneficie exclusivamente el pensamiento crítico y el aprendizaje significativo. Así, se podría fortalecer la interacción interpretativa y diseñar experiencias turísticas que promuevan la curiosidad con el implicamiento activo del visitante. A más de ello, la reflexión y el cuestionamiento se ven fortalecidos desde el punto de partida que es la correcta interpretación de los guías, ya que estos, a más de brindar información, son el mediador de la estimulación cognitiva.

Tabla 18

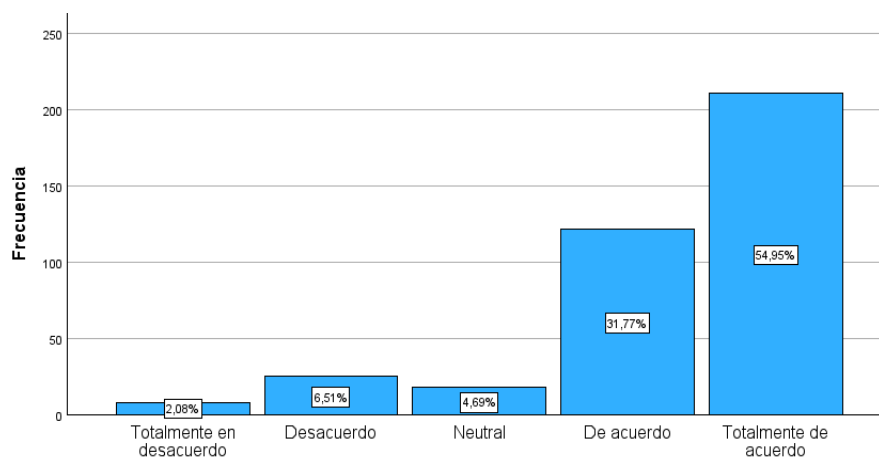
Enunciado 12: La caracterización del personaje estimuló su curiosidad sobre otros hechos o personajes históricos.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	2,1	2,1	2,1
Desacuerdo	25	6,5	6,5	8,6
Neutral	18	4,7	4,7	13,3
De acuerdo	122	31,8	31,8	45,1
Totalmente de acuerdo	211	54,9	54,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics para la duodécima pregunta de la encuesta.

Figura 12

Enunciado 12: La caracterización del personaje estimuló su curiosidad sobre otros hechos o personajes históricos.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

La representación escénica actúa como un recurso motivador para incentivar la exploración y el aprendizaje histórico. La caracterización fortalece la participación activa del visitante en la construcción del conocimiento.

Se deberían promover las experiencias turísticas culturales para que sean más interactivas, puesto que, se puede fomentar la curiosidad y el acercamiento continuo hacia el patrimonio histórico de la ciudad.

Tabla 19

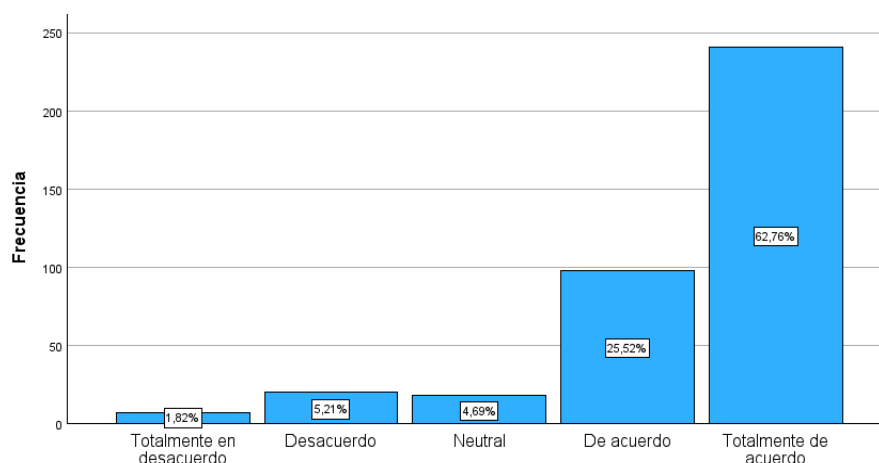
Enunciado 13: Considera que la actuación, vestuario y puesta en escena fueron creativos durante la guianza.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	1,8	1,8	1,8
Desacuerdo	20	5,2	5,2	7,0
Neutral	18	4,7	4,7	11,7
De acuerdo	98	25,5	25,5	37,2
Totalmente de acuerdo	241	62,8	62,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en el treceavo enunciado de la encuesta.

Figura 13

Enunciado 13: Considera que la actuación, vestuario y puesta en escena fueron creativos durante la guianza.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación:

Los resultados obtenidos sobre la creatividad en la actuación, el vestuario y la puesta en escena permiten a la investigación valorar la influencia de los recursos estéticos en la experiencia de la guianza teatralizada. Los elementos visuales y escénicos constituyen factores determinantes para captar la atención del visitante y fortalecer la interpretación del patrimonio cultural.

Este hallazgo aporta sustento para analizar la creatividad como un componente estratégico en el diseño de experiencias turísticas innovadoras. Se debe mejorar la producción escénica y la ambientación histórica.

Tabla 15

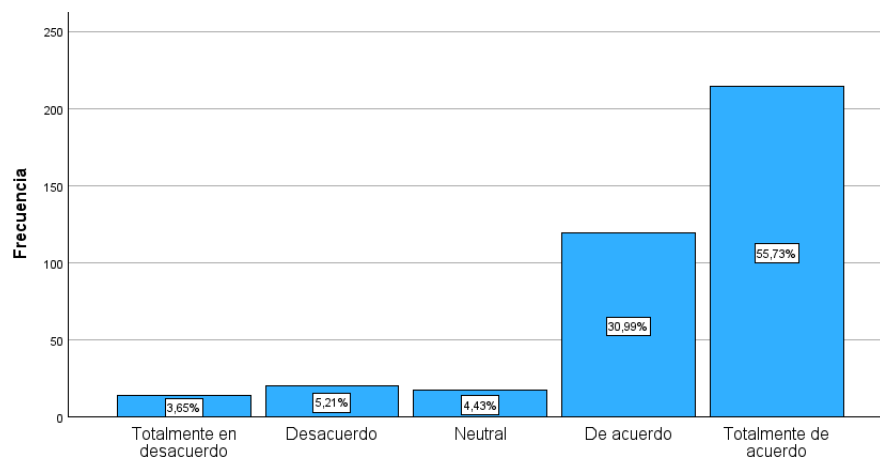
Enunciado 14: El guía utilizó elementos innovadores (narrativas, dramatización, dinámicas).

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	14	3,6	3,6	3,6
Desacuerdo	20	5,2	5,2	8,9
Neutral	17	4,4	4,4	13,3
De acuerdo	119	31,0	31,0	44,3
Totalmente de acuerdo	214	55,7	55,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la catorceava pregunta de la encuesta.

Figura 14

Enunciado 14: El guía utilizó elementos innovadores (narrativas, dramatización, dinámicas).



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

Los gráficos ayudan a la investigación a conocer cómo se llegan a aceptar las nuevas tácticas en la guianza teatralizada. Añadir historias, dramatizaciones y actividades interactivas es efectivo por lo que se puede mejorar la conexión con los visitantes.

Este descubrimiento proporciona información valiosa para estudiar métodos creativos en el turismo, ya que muestra que la innovación ayuda a entender mejor la cultura y a enriquecer la experiencia del viajero.

Tabla 16

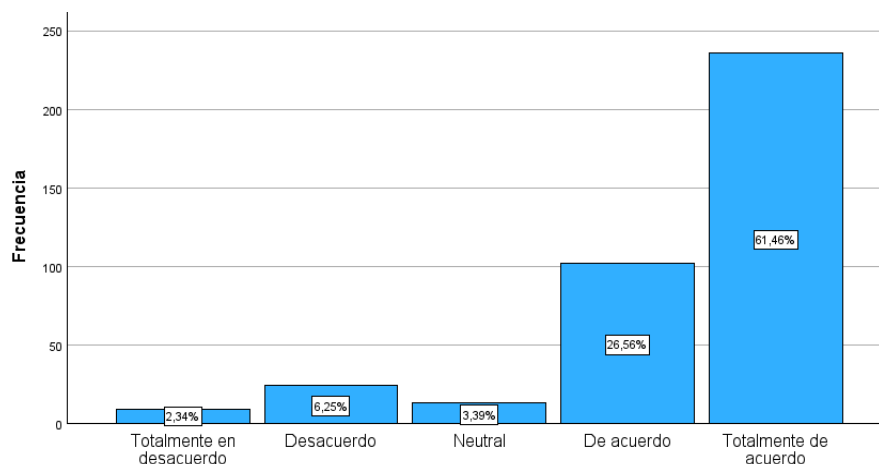
Enunciado 15: La creatividad en la organización y conducción de la visita y la calidad del recorrido.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	2,3	2,3	2,3
Desacuerdo	24	6,3	6,3	8,6
Neutral	13	3,4	3,4	12,0
De acuerdo	102	26,6	26,6	38,5
Totalmente de acuerdo	236	61,5	61,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la quinceava pregunta de la encuesta.

Figura 15

Enunciado 15: La creatividad en la organización y conducción de la visita y la calidad del recorrido.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

Los componentes visuales ayudan a la investigación a reconocer su impacto en la calidad de la experiencia turística. La evaluación en su mayoría favorable de los participantes demuestra que una planificación ingeniosa y una correcta guía de la experiencia son factores clave en la satisfacción del turista. Este hallazgo aporta sustento para analizar la gestión de la guianza como un factor estratégico dentro de la interpretación del patrimonio cultural. De la misma manera, los datos obtenidos sirven como base para la formulación de propuestas orientadas a optimizar el diseño de recorridos turísticos.

Tabla 17

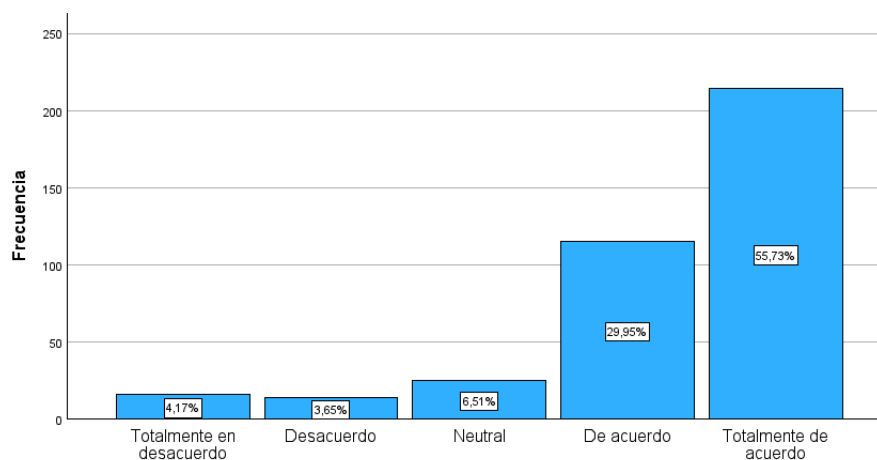
Enunciado 16: La visita teatralizada le permitió conectar emocionalmente con la historia y el patrimonio.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	4,2	4,2	4,2
Desacuerdo	14	3,6	3,6	7,8
Neutral	25	6,5	6,5	14,3
De acuerdo	115	29,9	29,9	44,3
Totalmente de acuerdo	214	55,7	55,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en la pregunta 16 de la encuesta.

Figura 16

Enunciado 16: La visita teatralizada le permitió conectar emocionalmente con la historia y el patrimonio.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1.0

Interpretación

Los resultados sobre cómo la visita teatralizada fomenta una conexión emocional con la historia y el patrimonio muestran que la investigación puede identificar la importancia del aspecto emocional en la experiencia cultural turística. La percepción favorable de los encuestados indica que la guía teatralizada mejora el vínculo emocional del visitante con el patrimonio, influyendo en su valoración y en la apropiación de la identidad histórica del lugar.

El hallazgo indica analizar el turismo experimental en donde la guianza turística expresa la necesidad de integrar la dramatización a través de la implementación de los personajes históricos, lo que se convierte en una experiencia aún más significativa. A partir de ello, se sugiere formular propuestas que tengan como objetivo consolidar productos turísticos que promuevan una conexión emocional auténtica.

Tabla 18.

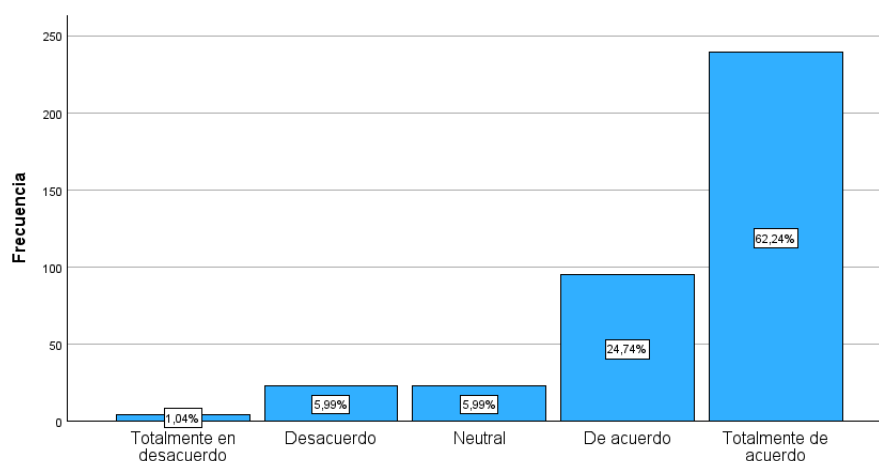
Enunciado 17: Siente que la visita fue memorable y enriquecedora.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,0	1,0	1,0
Desacuerdo	23	6,0	6,0	7,0
Neutral	23	6,0	6,0	13,0
De acuerdo	95	24,7	24,7	37,8
Totalmente de acuerdo	239	62,2	62,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en el enunciado 17 de la encuesta.

Figura 17

Pregunta 17: La visita fue memorable y enriquecedora.



Nota. Extraído del software IBM SPSS Statistics Versión 30.0.1

Interpretación

La actividad interpretativa de receptar información confiable de cada personaje y la historia del sector resultan en vivencias memorables en cuanto a la dinamización de activar los sentidos emocionales del visitante. También se enriquece el conocimiento de manera creativa.

Tabla 19

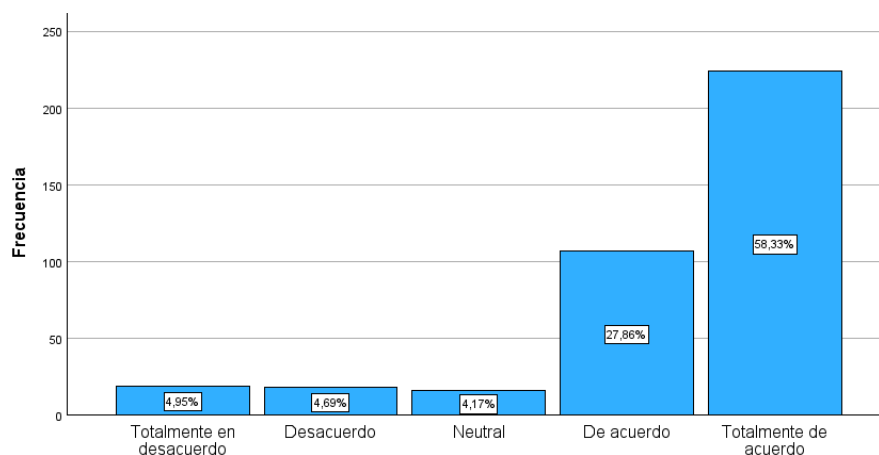
Enunciado 19: Recomendaría este tipo de guianza a otros turistas por el valor de la experiencia vivida.

Escala de Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	19	4,9	4,9	4,9
Desacuerdo	18	4,7	4,7	9,6
Neutral	16	4,2	4,2	13,8
De acuerdo	107	27,9	27,9	41,7
Totalmente de acuerdo	224	58,3	58,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Resultados arrojados en el software IBM SPSS Statistics en el enunciado 18 de la encuesta.

Figura 18

Pregunta 18: Recomendaría este tipo de guianza a otros turistas por el valor de la experiencia vivida.

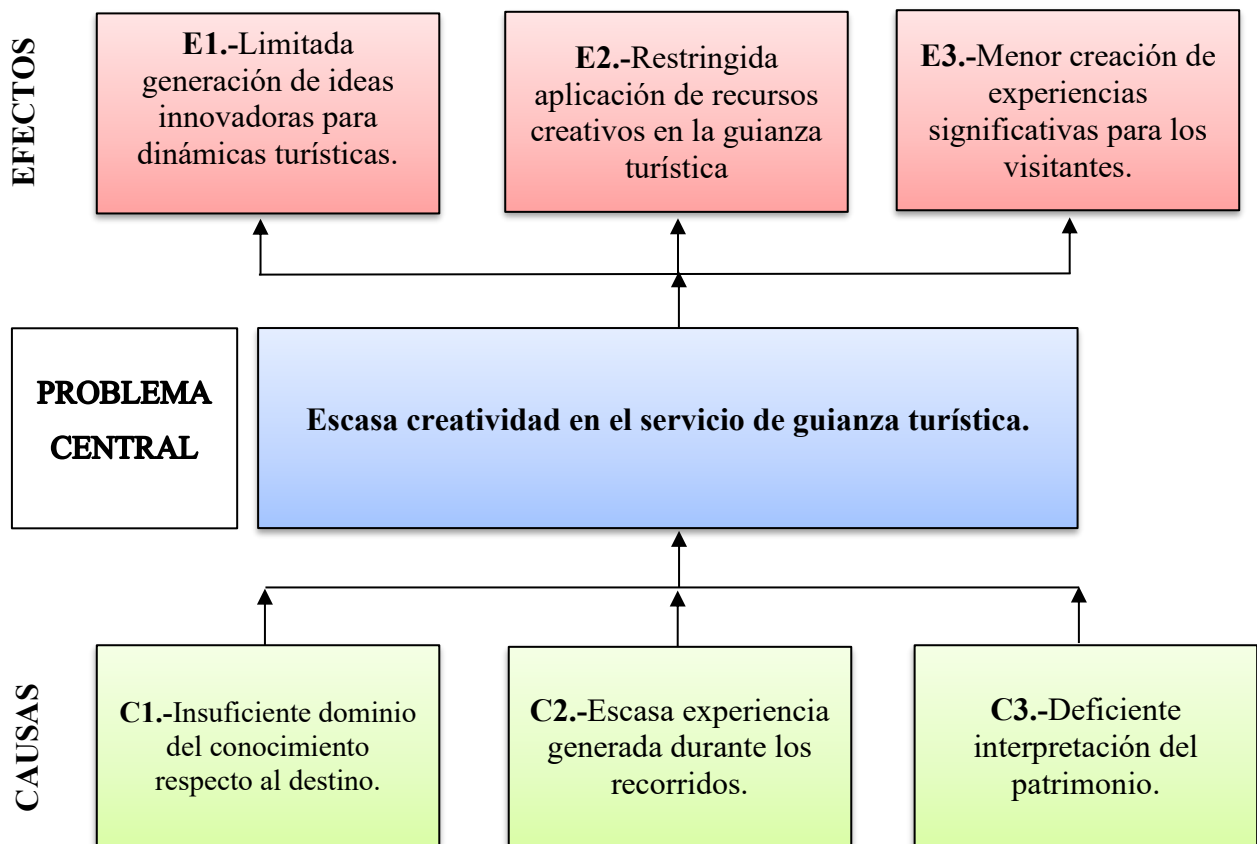


Nota. Encuestas aplicadas en la ciudad de Riobamba, por Yubaille (2026)

Interpretación

Debido a que las respuestas a este enunciado fueron mayoritariamente positivas, la disposición de recomendar el servicio es una forma de promoción del contenido cultural que posee Riobamba, es la base para que las operadoras que no ofrecen este servicio personificado puedan optar por adaptarlo a sus recorridos.

8.2 Árbol de Problemas



8.3 Matriz de Operacionalización de Variables

Matriz de Operacionalización de Variables					
Variable	Definición	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Variable Independiente: Guianza turística	Según CEUPE (2018), es una actividad turística que se desarrolla a través de la participación de un guía turístico, quien es un profesional capacitado para brindar orientación e información relevante a los turistas sobre un destino, con el objetivo de ofrecer una experiencia agradable y facilitar el aprovechamiento del tiempo de estadía.	La guianza turística con personajes históricos es una actividad profesional en la que un guía capacitado, caracterizado como figura relevante del pasado, orienta, informa y acompaña a los visitantes, interpretando la historia, cultura y tradiciones del destino, para brindar una experiencia educativa,	Conocimiento	- Dominio - Información - Claridad	

	Elizalde Zapata (2019) define a la guianza turística como una tarea que se debe desarrollar por medio del profesional entrenado, mismo que recibe, informa, guía y despide a los visitantes, con conocimientos en historia, cultura, geografía y tradiciones locales, encargado de interpretar y comunicar los valores del lugar para promover su cuidado y preservación.	entretenida y significativa que promueve el aprovechamiento del tiempo de estadía y la valoración del patrimonio local.	Experiencia	- Participación - Interacción - Vivencia	
	De acuerdo con la Resolución 50 de 2014 del Ministerio del Turismo de Cuba, citada por Pino Urías (2018), es un proceso que se logra ejecutar a través de un facilitador que revela y explica las características de los atractivos turísticos, fenómenos y procesos relevantes para el visitante, ofreciendo conducción y asistencia profesional.		Interpretación	- Narrativa - Comprensión - Significado	

Variable Dependiente: Creatividad	La creatividad es la habilidad mental para generar ideas novedosas y útiles, resultado de la imaginación, la intuición y el pensamiento divergente aplicado a la solución de problemas o expresiones personales (Aranibar et al., 2022).	La creatividad es la capacidad del individuo para generar ideas nuevas, útiles y originales, mediante la imaginación, la intuición y el pensamiento divergente, con el propósito de resolver problemas, expresar ideas, diseñar soluciones innovadoras y crear experiencias significativas. En el contexto turístico, se manifiesta a través del diseño de narrativas auténticas y culturales que fortalecen el vínculo entre los visitantes y el patrimonio del destino.	Generación de ideas nuevas	- Innovación - Originalidad - Ingenio	*Encuestas *Entrevistas
	En el ámbito educativo, la creatividad se entiende como la facultad del individuo para proponer soluciones innovadoras, diseñar propuestas originales y desarrollar pensamiento crítico en contextos de aprendizaje y producción de conocimiento (Fiallos et al., 2023).		Aplicación de recursos creativos	- Adaptabilidad - Recursos creativos - Integración cultural	
	La creatividad en turismo es la capacidad de diseñar experiencias auténticas y significativas, integrando narrativas, arte y cultura local para fomentar el vínculo emocional entre		Creación de experiencias significativas	- Satisfacción - Emoción - Memorabilidad	

	visitantes y el patrimonio del destino (Serrano et al., 2022).				
--	---	--	--	--	--

8.4 Matriz de Consistencia

Preguntas de Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología	Población
General	General	General	Independiente	Conocimiento Experiencia Interpretación	Enfoque: Cuantitativo y cualitativo Alcance: Descriptivo Diseño: Correlacional Tipo: Transversal	La encuesta será dirigida a visitantes que han receptado guianza teatralizada. Una entrevista a un representante del Municipio de Riobamba (encargada del Museo de la Ciudad)
¿De qué manera se asocian la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba?	Analizar la asociación entre la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba.	La creatividad aplicada en la guianza turística influye positivamente en la generación de experiencias significativas para los visitantes en Riobamba.	Guianza turística			

Específicas	Específicas	Específicas	Dependiente			
PE1.- ¿De qué manera se asocia el conocimiento transmitido con la creatividad?	OE1.- Identificar la asociación del conocimiento transmitido con la creatividad.	HE1.- El conocimiento transmitido se asocia significativamente con la creatividad.	Creatividad	Generación de ideas nuevas	Enfoque: Cuantitativo y cualitativo Alcance: Descriptivo Diseño: Correlacional Tipo: Transversal	La encuesta será dirigida a visitantes que han receptado guianza teatralizada. Una entrevista a un representante del Municipio de Riobamba (encargada del Museo de la Ciudad)
PE2.- ¿De qué manera se asocian la experiencia generada se relaciona con la creatividad?	OE.- Describir la asociación de la experiencia generada con la creatividad.	HE2.- La experiencia generada se asocia significativamente con la creatividad.		Aplicación de recursos creativos		
PE3.- ¿De qué manera se asocian la interpretación del destino con la creatividad?	OE3.- Examinar la asociación de la interpretación del destino con la creatividad.	HE3.- La interpretación del destino se asocia significativamente con la creatividad.		Creación de experiencias significativas		

8.5 Guía de Entrevista



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

TEMA DE INVESTIGACIÓN: “Asociación de la guianza turística y la creatividad a través de la incorporación de personajes históricos en la ciudad de Riobamba”

ENCUESTA

Dirigida a: Visitantes que han recibido el servicio de guianza turística con personajes históricos.

Formulario N° __

Fecha: __/__/__

Encuestador: Katheryn Yubaille

OBJETIVO

Obtener información estadística que ayude a profundizar la investigación de la variable independiente “Guianza Turística”.

CONFIDENCIALIDAD

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

INSTRUCCIONES GENERALES

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

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

DATOS GENERALES

Género	Masculino				Femenino						
Edad	18-22		23-27		28-32		33-37		38-42		Más de 42

Nivel de Educación	Ninguno	Primaria	Secundaria	Instituto tecnológico	Superior universitaria	Maestría
---------------------------	---------	----------	------------	-----------------------	------------------------	----------

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Variable Independiente: Guianza Turística						
No	Preguntas	1	2	3	4	5
Dimensión: Conocimiento						
1	La guianza le permitió adquirir nuevos conocimientos sobre la historia y cultura del lugar.					
2	El personaje histórico presentado por el guía facilitó su comprensión de los hechos narrados.					
3	La información proporcionada durante la visita fue clara y suficiente para entender el contexto histórico.					
Dimensión: Experiencia						
4	El guía demostró experiencia suficiente para interpretar al personaje histórico de forma creíble.					
5	Considera que las habilidades del guía en actuación enriquecieron significativamente la calidad de la visita.					
6	La experiencia y profesionalismo del guía generaron confianza en la información presentada durante la dramatización.					
Dimensión: Interpretación						
7	El guía logró interpretar el personaje histórico de manera convincente y realista.					
8	La interpretación del personaje le ayudó a conectar emocionalmente con el lugar y su historia.					
9	Considera que la dramatización enriqueció la manera en la que usted percibe el patrimonio presentado.					

Variable Dependiente: Creatividad						
No	Preguntas	1	2	3	4	5
Dimensión: Generación de nuevas ideas						
1	La visita con personajes históricos le motivó a pensar de manera diferente sobre la historia del lugar.					
2	Se le ocurrieron preguntas o reflexiones que no había considerado antes debido a la interpretación del guía.					
3	La caracterización del personaje estimuló su curiosidad sobre otros hechos o personajes históricos.					
Dimensión: Aplicación de recursos creativos						
4	Considera que la actuación, vestuario y puesta en escena fueron creativos durante la guianza.					
5	El guía utilizó elementos innovadores (narrativas, dramatización, dinámicas).					
6	La creatividad en la organización y conducción de la visita mejoró la calidad del recorrido.					
Dimensión: Creación de experiencias creativas						
7	La visita teatralizada le permitió conectar emocionalmente con la historia y el patrimonio.					
8	Siente que la visita fue una experiencia memorable y enriquecedora.					
9	Recomendaría este tipo de guianza a otros turistas por el valor de la experiencia vivida.					
TOTAL						

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

8.6 Guía de Entrevista

1. Título:

Guianza turística con personajes históricos en la ciudad de Riobamba.

2. Objetivo:

Obtener datos cualitativos sobre la guianza turística teatralizada con personajes históricos en Riobamba, para identificar oportunidades de innovación y desafíos operativos que enfrentan guías y gestores en su diseño, ejecución y promoción.

3. Lugar:

Museo de la Ciudad

Fecha:

Hora de Inicio:

Hora de Finalización:

4. Datos Generales

Nombre del Entrevistado:

Ocupación:

Lugar donde labora:

5. Nombre del Entrevistador:

Katheryn Yubaille

6. Preguntas de la Entrevista

- ¿Conoce usted sobre la guianza turística con personajes históricos (también conocida como “Guianza Teatralizada”)? ¿Cómo lo define?
- ¿Considera importante la caracterización con personajes históricos en la guianza turística?
- ¿Quiénes cree que son los personajes históricos más relevantes y atractivos de la ciudad de Riobamba?
- ¿Cree que la guianza turística con personajes históricos es una oportunidad para promover el turismo en Riobamba? ¿Por qué?

- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la implementación de la guianza turística con personajes históricos en Riobamba?
- ¿Qué días considera que este tipo de guianza se debería realizar?
- ¿Considera que este tipo de guianza podría atraer a más visitantes en Riobamba?