

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

**La adquisición de souvenirs artesanales como
elementos representativos de la cultura cuencana**

Trabajo de titulación previo
a la obtención del título de
Licenciado en Turismo

Autor:

Daniela Mercedes Acosta Alvarez

Luis Fernando Enriquez Alulema

Director:

Susana Ximena Orellana Mora

ORCID: 0000-0002-6214-8823

Cuenca, Ecuador

2023- abril-12

Resumen

La ciudad de Cuenca es la urbe del Ecuador con el mayor número de maestros artesanos dedicados a la venta de artesanías como creaciones únicas e inigualables que han sido el sustento de varias familias a través de los años. Estas labores se han transmitido por generaciones con el propósito de que los jóvenes retomen las actividades y las adapten a las nuevas demandas de uso o utilidad; y que no se pierdan estos saberes de las ramas artesanales tradicionales. Los objetivos de este estudio fueron analizar la importancia que tiene la adquisición de souvenirs artesanales de la ciudad de Cuenca como elementos representativos de su cultura; identificar la oferta y la demanda de souvenirs artesanales, determinar su importancia; y finalmente, analizar la adquisición de los mismos dentro de la práctica turística. Metodológicamente se utilizó la investigación de campo, que permitió una aproximación directa con el fenómeno de estudio; el método descriptivo facilitó el reconocimiento de las características propias del fenómeno denominado souvenir artesanal; por último, para la recolección de información se aplicó encuestas y entrevistas.

Este análisis concluye que la ciudad de Cuenca posee potencial para convertirse en un punto de turismo de compras en el Ecuador; sin embargo, no cuenta con un producto artesanal representativo que sirva como símbolo para la promoción turística nacional e internacional en el cual se refleje la cultura y ramas artesanales que son características de los artesanos cuencanos. Adicionalmente, se determinó que el turista prefiere las elaboraciones artesanales sobre las industrializadas, como productos que reflejan los rasgos representativos de la cultura de la ciudad visitada.

Palabras claves: souvenir artesanal, artesano, ramas artesanales, Cuenca

Abstract

The city of Cuenca is the town of Ecuador with the largest number of master craftsmen dedicated to the sale of handicrafts as unique and unparalleled creations that have been the maintenance of several families over the years. These tasks have been transmitted through generations with the purpose that young people resume activities and adapt them to the new demands of use or utility; and that this knowledge of the traditional artisanal branches is not lost. The objectives of this study were to analyze the importance of the acquisition of handmade souvenirs from the city of Cuenca as representative elements of its culture; identify the supply and demand for artisanal souvenirs, determine their importance; and finally, analyze its acquisition within the tourist practice. Methodologically, field research was used, which allowed a direct approach to the phenomenon under study. The descriptive method facilitated the recognition of the characteristics of the phenomenon called artisanal souvenir. Finally, surveys and interviews were applied to collect information. This analysis concludes that the city of Cuenca has the potential to become a shopping tourism hotspot in Ecuador. Nevertheless, it does not have a representative artisan product that serves as a symbol for national and international tourism promotion in which the culture and artisan branches that are characteristic of the artisans from Cuenca are reflected. Additionally, it was determined that tourists prefer artisanal elaborations over industrialized ones, as products that reflect the representative features of the culture of the city visited.

Keywords: artisan souvenir, artisan, artisan branches, Cuenca

Trabajo de Titulación: "La adquisición de souvenirs artesanales como elementos representativos de la cultura cuencana."

Autores: Daniela Mercedes Acosta Alvarez, Luis Fernando Enriquez Alulema

Director: Mg. Susana Ximena Orellana Mora

Certificado de Precisión FCH-TR-LicTur 293

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 10 de enero de 2023

Elaborado por: GEAV

Abstract en MsWord y PDF enviados a Director/a de Trabajo de Titulación / UIC por COVID19

Índice de contenidos

Resumen	2
Abstract	3
Agradecimiento	8
Dedicatoria	9
Introducción	11
Capítulo I: El problema	12
Capítulo II: Marco teórico	14
2.1 ¿Qué Es La Cultura?	14
2.1.1 La transmisión de la Cultura	16
2.1.2 Diversidad cultural	17
2.2 Patrimonio cultural	18
2.2.1 Patrimonio Cultural Material	20
2.2.3 Protección Y Conservación Del Patrimonio Cultural	21
2.2.3.1 Convención Sobre La Protección Del Patrimonio Mundial, Cultural Y Natural	22
2.2.3.2 Constitución Del Ecuador	23
2.2.3.3 Código Penal	24
2.2.3.4 Instituto Nacional De Patrimonio Cultural	25
2.4 La Artesanía	25
2.4.1 Características De La Artesanía	26
2.4.2 La Artesanía Autóctona	27
2.4.3 Las Artesanías Como Oferta Complementaria De Un Destino	28
2.4.4 Protección De La Artesanía	30
2.4.5 Cuenca, Capital De La Artesanía	31
2.4.6 La Artesanía Como Patrimonio Cultural Intangible De Cuenca	32
2.5 Souvenirs Artesanales Que Identifican A La Cultura Cuencana	34
2.5.1 Orfebrería Y Joyería	35
2.5.2 Paja Toquilla	36
2.5.3 Hierro Forjado	37
2.5.4 Alfarería Y Cerámica	38
2.5.5 Cestería	38
2.5.6 Bordado	38
2.5.7 Dulces De Corpus	39

2.6 El Turismo De Compras En Cuenca	40
2.7 Estado Del Arte	41
Capítulo Iii: Metodología De La Investigación	44
3.1 Método	44
3.1.1 Modalidad De La Investigación	44
3.1.2 Tipo De Investigación	45
3.1.3 Participantes	45
3.1.4 Instrumentos De Recolección De Datos	46
3.1.5 Población Y Muestra	47
3.1.6 Muestra	48
3.1.7 Procesamiento De La Información	49
3.1.8 Validación De La Encuesta	50
3.1.9 Desarrollo De La Encuesta	50
Capítulo Iv: Resultados Y Discusión	51
4.1 Souvenirs Artesanales Que Venden Los Comercios De La Ciudad De Cuenca	51
4.2 Entrevista A Artesanos Y Propietarios De Locales	61
4.3 Preferencias De Los Turistas Cuando Compran Souvenirs Artesanales En La Ciudad De Cuenca	66
4.3.1 Análisis De Los Resultados De La Encuesta	68
Capítulo V: Conclusiones Y Recomendaciones	92
Bibliografía	97

Índice de figuras

Figura 1	68
Figura 2	70
Figura 3	71
Figura 4	74
Figura 5	75
Figura 6	77
Figura 7	79
Figura 8	80
Figura 9	81
Figura 10	83
Figura 11	84
Figura 12	86
Figura 13	87
Figura 14	89
Figura 15	91

Índice de tablas

Tabla 1	48
Tabla 2	52
Tabla 3	71
Tabla 4	73

Agradecimiento

Agradecemos principalmente a Dios y a nuestras familias por apoyarnos durante nuestra etapa estudiantil la cual no fue un camino fácil, sin embargo, nunca estuvimos solos. Nuestros seres queridos siempre estuvieron ahí y les agradecemos por siempre incentivarnos a dar nuestro mayor esfuerzo. A nuestra directora Mg. Ximena Orellana quien fue nuestro apoyo incondicional con su amor y paciencia nos supo guiar de la mejor manera y a pesar de los altibajos nos dio la fortaleza para no decaer. A cada uno de nuestros docentes quienes fueron un pilar fundamental para el desarrollo de este trabajo pues gracias a sus enseñanzas pudimos superar cada obstáculo que se interpuso en nuestra investigación.

A los artesanos que amablemente nos dieron apertura y supieron brindarnos la información necesaria para la elaboración del presente trabajo.

A María Cristina Urgilés por abrirnos las puertas de su Galería e iluminarnos con sus conocimientos haciendo nuestra investigación más llevadera y esclareciendo las dudas que se fueron presentando en el camino.

Un agradecimiento especial a Karelis Toledo y Ximena Pineda por ser incondicionales y siempre estar para nosotros.

Finalmente, a nuestros amigos Nazca Córdova, Dayana Ledesma, Mauro Zambrano y Esteban Cullquipuma por brindarnos su amistad y siempre estar presentes en cada paso que dimos.

Daniela Mercedes Acosta Álvarez

Luis Fernando Enriquez Alulema

Dedicatoria

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios y a mi mamá Alexandra quien es el pilar fundamental en mi vida y durante mi formación siempre me apoyo en cada paso que di, con su amor y sabiduría me impulsó a seguir adelante y a no decaer en los momentos más difíciles.

A mi abuelito Gonzalo que a pesar de no estar presente su amor y fortaleza siempre estuvo acompañándome a lo largo del camino. Gracias a mi hermano Mateo que me apoyó en todo el proceso y me sacaba una sonrisa en los momentos más duros, a mi tía Carmen que fue de gran ayuda y siempre estuvo dispuesta a extenderme la mano cuando más lo necesitaba; en particular a mi prima Camila que a pesar de la distancia estuvo presente con sus palabras de cariño para subirme el ánimo y recordarme que si podía lograrlo. A Luis que hizo que este proceso sea más llevadero siendo mi amigo y compañero incondicional con su positivismo y buena energía supo levantarme cuando más lo necesitaba.

A Juju, Patricio, Lili, Moquis y Muñe por alegrarme cada día y ser seres de luz en mi vida. Finalmente, a todos mis familiares, gracias por apoyarme.

Daniela Mercedes Acosta Álvarez

Dedicatoria

Quiero dedicar el presente trabajo a mi madre Teresa, quien ha sido mi mayor soporte dentro de este proceso académico, por darme ánimos y apoyarme incondicionalmente para no rendirme con las numerosas adversidades que se presentaron en el camino, sin ella nada de esto sería posible.

A mi hermano Sebastián por ser indispensable y ser mi fiel compañero de vida pues gracias a él todos los problemas se han resuelto de la mejor manera.

A Daniela mi compañera incondicional quien ha estado todo este tiempo conmigo brindándome su apoyo y ayuda, aun cuando todo se veía tan difícil, gracias.

A mis familiares y amigos que me dieron sus consejos y palabras de aliento en todo momento que lo necesitaba para que este proceso académico sea más llevadero y favorable.

Luis Fernando Enriquez Alulema

Introducción

En el Ecuador, la industria turística cumple un rol fundamental dentro del desarrollo social y económico de la población. En el año 2021, el turismo aportó 1,3% al PIB del país, en cuanto a las ventas dentro de las actividades que engloba el sector turístico, en el mismo año llegaron a USD 3,925.3 MM, lo que representa una cifra considerable, teniendo en cuenta las restricciones que fueron impuestas por motivo de la pandemia (Ministerio de Turismo, 2022, pp. 20-25). A pesar de la pandemia, la industria del turismo ha venido creciendo notablemente anteponiéndose a otros sectores de la economía, estableciéndose como una actividad de primer orden. Sin embargo, el turismo posee efectos positivos y negativos, en la economía del lugar visitado, como consecuencias socioculturales y ambientales en el destino (Moreno, et al., 2020). Por ello, es necesario desarrollar un equilibrio entre los efectos que se pueden generar por el turismo.

Es necesario destacar que el turismo es un elemento importante para el crecimiento económico y la inversión en los pueblos receptores, pues es un generador de empleo e impulsa al desarrollo de otras ramas como la agricultura y la artesanía (Morillo, 2011). Por ejemplo, el turismo de compras es una rama del turismo tradicional que brinda al visitante una alternativa más para acudir a un lugar en específico y brinda la oportunidad de conocer el destino mediante la comercialización de productos. Con lo cual, se generan fuentes de sustento para habitantes que subsisten realizando esta actividad comercial. “Aunque las compras funcionan como una actividad de ocio, también suponen una oportunidad importante para exponerse a la cultura del anfitrión y ampliar la información sobre el destino turístico” (Bulnes, 2021, p. 367).

Los souvenirs se encuentran presentes en todo lugar de interés turístico. Son comercializados con la finalidad de recordar el lugar visitado por el turista. El souvenir artesanal a más de recordar el lugar visitado está cargado de identidad cultural y saberes ancestrales que han sido reflejados en su creación.

Este proyecto de investigación se realizó con el fin de analizar la existencia de un souvenir artesanal representativo de Cuenca y determinar si la ciudad puede llegar a convertirse en un potencial destino turístico de compras en el Austro ecuatoriano. Para ello, la investigación ha sido dividida en cuatro capítulos. En el primer capítulo, se desarrolló el problema y justificación de la investigación.

En el segundo capítulo se da lugar al marco teórico a través de la revisión bibliográfica que posee información valiosa pues abarca las opiniones de varios autores relacionados con el tema. En el tercer capítulo, se desarrolla de manera detallada la metodología utilizada para la elaboración del presente trabajo.

En el cuarto capítulo se analiza los resultados que se obtuvieron de encuestas aplicadas a turistas extranjeros que estaban de visita en la ciudad para conocer sus preferencias al momento de adquirir souvenirs artesanales y el análisis de los resultados de las entrevistas ejecutadas a los artesanos por medio de las cuales se obtuvo información crucial para conocer la oferta y su opinión sobre Cuenca como destino de compras. Finalmente, en el último capítulo, se presentan las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigativo.

Capítulo I: El problema

1.1 Antecedentes

La presente investigación se relaciona con estudios profundos en cuanto a la artesanía y el turismo de compras en diferentes partes del país. Simbaña (2019, p.10) menciona que se deben preservar los saberes artesanales que existen en los pueblos porque existe un vínculo entre el turismo y la artesanía que debe ser impulsada para gozar de los beneficios que se generan en la economía de su población. Por otro lado, los comercios artesanales cumplen un rol significativo en la actividad turística, dado que para la elaboración de los productos que se comercializan existe una cadena de producción donde intervienen varios actores no solo de la rama del turismo, sino artesanos y creadores artísticos quienes se benefician de dicha actividad (Jeréz, 2022).

Kong y Chang (2016) establecen que la práctica turística se relaciona con la compra de recuerdos dado que esta actividad potencializa la experiencia del viaje, es así como estos autores reconocen a la compra de souvenir como un componente de las compras turísticas pues es el causante de generar emociones y disfrute dentro de la travesía.

Finalmente, la preservación de la identidad cultural de un territorio es expuesta con mayor profundidad a través de la comercialización de diferentes elementos tangibles que buscan despertar el interés del consumidor por conocer a fondo sobre las costumbres y tradiciones del lugar en el que se encuentran, siendo esto un complemento esencial dentro de su visita turística (Cardona, 2020).

1.2 Justificación

La iniciativa de la investigación surge para conocer las preferencias de compras de souvenirs artesanales por parte de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca y determinar si estos productos están relacionados con la identidad cultural de la ciudad. Es relevante manifestar que, el presente proyecto posee alto grado de originalidad puesto que en la ciudad de Cuenca no se ha realizado este tipo de investigación anteriormente, siendo una

herramienta de gran ayuda para el desarrollo económico tanto para el sector artesanal como para el turístico. Al desarrollar esta investigación se determinará si Cuenca puede llegar a despuntar como un destino turístico de compras, pues al no existir previos estudios relacionados al tema el presente trabajo tiene como finalidad esclarecer dichas interrogantes.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar la importancia que tiene la adquisición de souvenirs artesanales de la ciudad de Cuenca, como elementos representativos de su cultura.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar la oferta y demanda de souvenirs artesanales de la ciudad de Cuenca.
2. Determinar la importancia que tienen los souvenirs artesanales, como elementos de la cultura cuencana.
3. Analizar la adquisición de souvenirs artesanales dentro de la práctica turística en la ciudad de Cuenca.

Capítulo II: Marco teórico

Dentro del presente capítulo se analiza la terminología y los conceptos importantes que se asocian en la creación de los souvenirs artesanales, ramas artesanales, productores, reglamentos que promueven su preservación y bases fundamentales que explican el por qué son relevantes en la ciudad, pues durante años han formado parte de la cultura cuencana y ecuatoriana, sin dejar de lado la importancia que tiene para el desarrollo económico de la ciudad y sus creadores que han buscado la manera de adaptarse a las tendencias actuales con su arte y poner en valor los saberes artísticos que han pasado de generación en generación.

2.1 ¿Qué es la cultura?

La cultura se puede entender de diversas maneras; como conocimientos e ideas que obtiene el ser humano mediante los estudios que realizó a través de los años, pero también como la totalidad de características que sobresalen de un grupo específico, pueblo o era. La cultura debe ser interpretada como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2001).

Tibán (2009, p. 39) manifiesta que:

La cultura es la forma que un pueblo tiene de ver el mundo y de entenderlo. Los conocimientos, el idioma, las creencias, el arte, los valores, las normas, las costumbres, las formas de organización, hábitos y actitudes son parte de la cultura, pues este conjunto articulado de expresiones materiales y no materiales es un fenómeno en permanente cambio, que evoluciona en función de su propia dinámica y de los contactos que se dan con otras culturas.

Asimismo, Amaya (2006) define a la cultura como la totalidad de manifestaciones creadas por el hombre a través de la capacidad de usar símbolos, incluidos el conocimiento, el lenguaje, las creencias, las costumbres, las herramientas, la vivienda, el arte, la moral, el derecho y todas las demás habilidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de un colectivo. Por ello, a través de los años el papel de la cultura se ha extendido inusualmente a las esferas política y económica, mientras que las nociones convencionales de cultura se han borrado severamente (Urcola, 2008). Por esta razón las urbes actualmente se disputan el reconocimiento a escala nacional e internacional por la promoción de la cultura y del patrimonio cultural desde una perspectiva turística puesto que serían acciones estratégicas para sobresalir en el mapa (Romero, 2001).

Dentro de las relaciones entre cultura y turismo orientada al desarrollo, es esencial cambiar la gestión del proceso, porque la industria turística posee un poder de liderazgo, el cual ha demostrado ser perjudicial para el objetivo del desarrollo sostenible, en el que la conservación y el reparto equitativo de los beneficios desempeñan un papel importante (Salazar et al., 2020). Los impactos generados por el turismo no siempre serán beneficiosos pues existen contradicciones presentes en el desarrollo de sus actividades lo cual hace que los favorecidos sean unos pocos. repujados y la mezcla de colores y el uso de materiales como vitrales y azulejos que podemos encontrar en un sin número de productos artesanales.

Ha llegado el momento de que la cultura tome la delantera en este proceso, lo que inevitablemente llevará a considerar el turismo como un mecanismo de difusión que la cultura debe emplear para el desarrollo social y económico de las poblaciones más vulnerables (Moragues, 2006). En base a estos autores, se define que el término Cultura abarca varias definiciones que se asemejan, pero que al relacionarse con el turismo se puede generar estrategias para generar un fortalecimiento, expansión de conocimientos y de tradiciones.

2.1.1 La transmisión de la Cultura

Por medio de la cultura y el arte, los humanos han sido capaces de conocer parte de su historia, de sus ancestros y de diferenciarse entre grupos, todo esto gracias a su transmisión.

“La transmisión de la cultura se entiende como un procedimiento hereditario ancestral, la cual posee sus propias características para concebirse y es autónoma, sin embargo, se enlaza con la parte genética a la hora de generar aprendizajes de ciertos caracteres culturales” (Castro y Toro, 1999, p. 23). Un claro ejemplo de dicho procedimiento se ve reflejado en los elementos utilizados por nuestros artesanos los mismo que fueron heredados del arte Mudéjar fusionado al Barroco traído por los europeos, tal es el caso de la utilización de minuciosos detalles ya sean tallados labrados o repujados y la mezcla de colores el uso de materiales como vitrales y azulejos que podemos encontrar en un sin número de productos artesanales. En cuanto a los mecanismos para la integración del individuo a un grupo, los autores manifiestan:

El proceso de adquisición de los conocimientos, normas y patrones culturales que llamamos enculturación, resulta de la transmisión- comunicación por medio de códigos (lingüísticos, icónicos, gestuales, etc.). La comunicación no debe ser entendida como un hecho puramente verbal, es ante todo un comportamiento cargado de antecedentes, significados y consecuencias sociales y culturales, que a través de los agentes socializadores se imparte a jóvenes y adolescentes (Taborda et al., 1998, p.5).

Por ello, se puede concluir que las artesanías locales cuentan con abundante transmisión cultural debido al sincretismo cultural y religioso que se ha heredado.

2.1.2 Diversidad cultural

El patrimonio cultural debe ser reconocido y fortalecido, pues es una mezcla de un sinnúmero de manifestaciones ricas en autenticidad y pluralidad de los grupos humanos. Por ello, la diversidad cultural debe ser imprescindible y tomada con la misma relevancia dentro de la sociedad como lo es la diversidad biológica en los seres vivos (Alegre, 2015).

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, es necesario que todas las culturas que coexisten puedan exponer sus pensamientos a través de la comunicación e imagen con lo que pueden darse a conocer ante la sociedad, las diferentes culturas tienen derecho a estar presentes en medios de expresión y difusión lo que permite que se efectúe una diversidad cultural. Además, expone que toda clase de creaciones que hoy conocemos tienen ascendencia de las tradiciones culturales y de la coexistencia que ha existido entre sociedades a lo largo del tiempo (2010).

Así también, se manifiesta que, frente a los cambios económicos y tecnológicos actuales, se debe prestar una atención particular a la diversidad de la oferta creativa, a la justa consideración de los derechos de los autores que son portadores de identidad, de valores y

sentido, no deben ser considerados como mercancías o bienes de consumo como los demás (UNESCO, 2010).

2.2 Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural está conformado por la herencia material e inmaterial que se ha gestado en el transcurso de la historia como soporte de nuestras identidades culturales (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014). Es imprescindible rescatar y revalorizar los conocimientos y creaciones ancestrales tangibles e intangibles, puesto que poseen connotaciones históricas que han perdurado a través del tiempo y han trascendido de generación en generación.

En su obra, Martín de la Rosa (2003, p. 157), sostiene que:

El patrimonio cultural aparece en escena como sustituto de la cultura y se convierte en el producto por excelencia. Cultura y patrimonio cultural pueden ser considerados como sinónimos, aunque se trata de una similitud metodológica. En un sentido más estrictamente antropológico, el patrimonio cultural es un elemento contenido en la cultura, que a su vez contiene otros elementos. El patrimonio cultural es un pilar fundamental dentro de la historia de los pueblos, dado que representa correctamente su desarrollo evolutivo desde los inicios hasta la actualidad.

Adicionalmente, Peña y Miguel (2013, p. 35) afirman lo siguiente:

La trascendencia y el impacto del patrimonio sólo se potenciará en la medida en que las sociedades conozcan, usufructúen y reflexionen sobre los elementos históricos, culturales y sociales de este. Y el factor sustancial para lograr tal trascendencia lo constituyen las iniciativas para salvaguardar el patrimonio cultural que las instituciones nacionales e internacionales propongan y lleven a cabo.

En la Conferencia General de la UNESCO, en su asamblea número 17 celebrada en París de 1972, su artículo 1 describe los componentes que son considerados patrimonio cultural y conforman un total de tres grupos como son los monumentos y este a su vez está constituido por obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, continuando con los conjuntos que se forma por grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal

excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia y finalmente se encuentran los lugares instituido por las obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico (UNESCO, 1972).

El patrimonio mundial discierne desde el punto de vista del emisor y del receptor, “el patrimonio constituye por efecto de tradición sostenida, uno de los principales ítems de valor en la elección del viaje. El territorio con riqueza patrimonial material puede proponerse a los visitantes con una gran variedad de registros interpretativos” (Gali et al., 2000, p. 76). Por otro lado, para el receptor es captado como una oportunidad de desarrollo del territorio donde se presentan oportunidades como es la generación de empleo que mejora la calidad de vida de la población (Gali et al., 2000). Recientemente dentro del ámbito turístico se ha empezado analizar el patrimonio, puesto que tiene gran capacidad para influir a la hora de elegir el destino. Sin embargo, el patrimonio cultural desde una óptica turística se puede llegar a concebir como una utilidad u obstáculo puesto que en la actividad turística el patrimonio cultural conserva su lado simbólico este puede llegar provocar la creación de montajes y actuaciones nada auténticas (Santana, 1998). Por ello, es importante que cuando se desea intervenir con proyectos turísticos dentro de un pueblo, comunidad se indague sobre la revalorización de la cultura, del patrimonio, y no al contrario en la que todo sea falso simplemente para obtener beneficios económicos.

El patrimonio cultural debe ir evolucionando con el tiempo, no quedarse al margen del desarrollo, al ser un recurso no renovable es necesaria su conservación, protección y manejo transparente a través de políticas adecuadas, mecanismos económicos y compromiso social y político (Ávalos y Ladrón de Guevara, 2000). De acuerdo a lo expuesto previamente por los autores, se comprende que las tendencias actuales son cada vez más futuristas y no basan sus avances en elementos históricos, es por eso que se debe proteger persistentemente el patrimonio cultural para evitar que sea rezagado y percibido como un elemento sin importancia.

2.2.1 Patrimonio cultural material

El patrimonio cultural material es la herencia tangible de los pueblos ancestrales, los bienes patrimoniales son susceptibles de deterioro por condiciones inherentes a ellos o por factores externos que afectan su integridad física. Es decir, todo objeto que provenga de una cultura o población del pasado y no esté exento de daños a través de los años es considerado patrimonio cultural material, este se clasifica en bienes muebles que engloba la pintura y

escultura; bienes documentales, textiles, numismática y bienes arqueológicos. Por otro lado, están los bienes inmuebles que abarca los conjuntos urbanos, espacios públicos, equipamiento funerario (INPC, 2014).

2.2.2 Patrimonio cultural inmaterial

El patrimonio cultural inmaterial se puede entender como un conjunto de elementos no físicos de la cultura (Alegre, 2015). Por ejemplo, la música, las fiestas y las tradiciones orales. Por otro lado, la UNESCO, lo define como un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización, pues su comprensión desde el punto de vista de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida. En base a los autores previamente mencionados el patrimonio cultural inmaterial corresponde a todas aquellas manifestaciones y expresiones que han sido transmitidas de generación en generación y son características de un pueblo o comunidad en específico (UNESCO, 2021).

2.2.3 Protección y conservación del patrimonio cultural

La seguridad y mantenimiento del patrimonio que posee un país se encuentra ligado de manera principal hacia las acciones, leyes y lineamientos establecidos por las autoridades del mismo. El cumplimiento de dichos estatutos permite su preservación a lo largo de los años, así como la transmisión de la cultura de generación en generación.

Para asegurar el bienestar y el adecuado manejo del patrimonio cultural se han implementado varios preceptos que buscan que se cumpla con el adecuado resguardo y preservación de las diversas manifestaciones y conocimientos. La UNESCO como entidad encargada de amparar dichas expresiones para conseguir resultados ha creado un plan de trabajo basado en 3 ejes fundados en la cooperación internacional para plantear reglamentos y actividades que serán de gran ayuda para que tanto los gobiernos como actores sean figuras activas de la protección del patrimonio, el refuerzo de la industria basada en la creatividad y el estímulo para el pluralismo cultural (2022).

A continuación, se hará énfasis en las normas y leyes de salvaguardia de los bienes patrimoniales más afines a este trabajo investigativo, tomando como punto de partida a la UNESCO puesto que es el ente encargado de custodiar el patrimonio a nivel mundial.

2.2.3.1 Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural

La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (ONU), en su asamblea número 17, realizada en París del 17 de octubre

al 21 de noviembre de 1972, tomando en consideración los riesgos a los que se ve expuesto el patrimonio cultural y natural, ha establecido artículos que ayudarán y fomentarán una protección colectiva de manera inmutable; en el capítulo segundo denominado Protección nacional y protección internacional del patrimonio cultural y natural en su art. 4 establece que las naciones participantes de la Convención tienen el deber de “identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras el patrimonio cultural y natural situado en su territorio” (UNESCO, 1972, p. 3).

Dentro de los artículos que ayudarán y fomentarán una protección colectiva de manera inmutable; en el capítulo segundo denominado protección nacional y protección internacional del patrimonio cultural y natural manifiesta en su Art. 15:

La existencia de capital denominado "el Fondo del Patrimonio Mundial" bienes económicos que serán utilizados netamente para su protección, conformado por contribuciones económicas entregadas por parte de los estados participantes de la actual convención como así también la cooperación voluntaria y donaciones de otras naciones, organismos públicos o privados (UNESCO, 1972, p. 8).

En base a lo expuesto previamente podemos percibir la preocupación por la prevención del patrimonio a nivel mundial, puesto que a pesar de que se concientiza universalmente su valor y lo importante que es el patrimonio para la cultura de cada territorio con el pasar de los años para las nuevas generaciones es más difícil entender la preocupación por mantenerlo protegido.

2.2.3.2 Constitución del Ecuador

Dentro de Ecuador existen un sinnúmero de leyes y lineamientos tanto a nivel nacional como parroquial a los cuales todas las instituciones ligadas a la administración del patrimonio cultural deben regirse. “La constitución de la república del Ecuador establecida en el 2008, en su capítulo primero llamado Elementos constitutivos del Estado plantea en el art 3 denominado deberes primordiales del Estado, en su ítem 7 establece que se debe cumplir con la protección del patrimonio cultural y natural del país” (Constitución de la república del Ecuador, 2008, p. 1). En el capítulo cuarto; nombrado, Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, en el art 57 enumera los derechos colectivos en donde el número 13 hace referencia a lo siguiente; “Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador” (Constitución de la república del Ecuador, 2021, p. 3).

Esto hace alusión a que el Estado es el encargado principal de velar por la protección, el rescate y salvaguarda del patrimonio cultural de la nación, sin dejar de lado las obligaciones de los ciudadanos ecuatorianos en el art. 83 en lista los deberes y responsabilidades que deben cumplir de acuerdo a la ley, el ítem 13 hace mención que se debe “Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos” (Constitución de la república del Ecuador, 2021, p. 4).

El Art. 264 del capítulo cuarto denominado Régimen de competencias se establecen las funciones que deben cumplir los gobiernos municipales, dentro de este se encuentra el apartado 8 que anuncia que se debe “preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines” (Constitución de la república del Ecuador, 2021, p. 5). Es decir, los gobiernos autónomos descentralizados son los encargados de velar por el patrimonio cultural que se encuentre dentro de su territorio. El objetivo de todos los artículos declarados es que el Ecuador como un país abundante en patrimonio se ocupe de custodiar sus riquezas, empezando desde los más altos cargos hasta la ciudadanía en general.

2.2.3.3 Código penal

Los delitos en contra del patrimonio cultural en el Ecuador cada vez son más latentes es por eso que dentro del código penal, se han establecido algunos estatutos que refieren a las sanciones que se impondrán en el caso de que se atente contra los diferentes bienes que forman parte del Patrimonio Cultural de la Nación.

A continuación, se enlistan los artículos más relevantes que hacen alusión a las penalidades en el caso de incurrir en estas infracciones (Código Penal, 1971, p. 100):

Art. 415 A. El que destruya o dañe bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural de Nación, será reprimido con prisión de uno a tres años sin perjuicio de las indemnizaciones debidas a terceros de buena fe y de que el juez, de ser factible, ordene la reconstrucción, restauración o restitución del bien, a costa del autor de la destrucción o deterioro.

Asimismo, detalla el Art. 415 C: Igual pena será aplicable a quienes con violación de las leyes y demás disposiciones jurídicas sobre la materia, trafiquen, comercialicen o saquen fuera del país piezas u objetos arqueológico, bienes de interés histórico o pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación.

2.2.3.4 Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural por sus siglas INPC, es una entidad gubernamental que busca “promover la preservación, conservación y salvaguardia del patrimonio cultural” y la recuperación de las características identitarias del país, a través de investigaciones en manos de personal capacitado en base a lo regulado por la Ley Orgánica de Cultura (INPC, 2011 pp. 21- 52).

“El INPC cuenta con protocolos y procedimientos que pretenden sensibilizar a los ciudadanos sobre la protección de bienes, de esta manera han creado la Guía de medidas preventivas para la seguridad y la protección de los bienes culturales patrimoniales” (INPC, 2011 pp. 21-52). Así también cuenta con planes y proyectos de capacitación, educación para actores y todos aquellos que están involucrados en la puesta en valor del patrimonio dentro del territorio ecuatoriano.

2.4 La artesanía

La artesanía nace desde aquel momento que el hombre empieza a hacer uso de objetos para facilitar sus labores o materializa su amor y respeto por los dioses, como consecuencia no se puede encontrar un dato histórico que nos explique su origen (Navarro, 2012). Se puede concebir a la artesanía desde tres aspectos como una producción que busca transmitir características peculiares de la identidad de un pueblo, comunidad, sociedad o un individuo en específico, es un procedimiento que está formado por la existencia cultural de un lugar y las tradiciones que han pasado de generación en generación, el segundo aspecto es el creador y promotor de la cultura denominado artesano y, el tercer aspecto es la actividad artesanal que es la producción del objeto a través de una laboriosa técnica artesanal tradicional que fue aprendida de sus ancestros (Navarro, 2012).

Una definición de artesanía mucho más amplia y concreta es la que cita Cardini en su obra:

Es la transformación o modificación de una materia u objeto por medio de la mano del hombre para su uso personal o doméstico. (...) Son actividades, destrezas empíricas practicadas tradicionalmente por el pueblo, mediante las cuales con intenciones y/o elementos artísticos, se crean o producen objetos destinados a cumplir una función utilitaria cualquiera, realizando una labor manual, individualmente o en grupos familiares, e infundiendo a los productos caracteres o estilos típicos, generalmente acordes con los predominantes de la cultura tradicional de la comunidad (2005, p. 99).

Cardini (2005) y Navarro (2012) sostienen que, la artesanía es un objeto confeccionado por medio de un oficio manual en el cual se expresa creatividad e ingenio puro, portador de valor

y conocimientos ancestrales cargado peculiaridades de una cultura como expresión máxima de nuestra identidad. Cuenca ha sido reconocida a lo largo de la historia por su invaluable riqueza tradicional al ser una ciudad conservadora ha permitido que las diversas manifestaciones culturales se preserven enriqueciendo aún más al arte local. Los cuencanos podemos admirar en cada rincón de la ciudad el invaluable legado que ha dado paso a la creatividad a cada una de las generaciones las mismas que han sabido tener su propia esencia.

2.4.1 Características de la artesanía

Como plantea la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en la historia hay un sin número de definiciones sobre el concepto de artesanía y cada una de ellas puede ser bien aceptada, es por eso por lo que expone las siguientes singularidades:

Se trata de obras producidas por artesanos, de forma enteramente manual o con la ayuda de herramientas manuales o el uso de medios mecánicos, siempre y cuando la contribución manual directa del artesano siga siendo el elemento más importante del producto acabado; se trata de representaciones o expresiones que simbolizan la cultura del artesano; se trata de obras que comprenden una amplia gama de productos hechos de materias primas; sus características distintivas pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente; no existen restricciones especiales en cuanto a la cantidad de producción y no hay dos piezas exactamente iguales (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2016, p.2).

Está claro que para que un objeto sea considerado una artesanía debe ser fabricado de manera doméstica, no pasar por ningún proceso industrializado y ser portador de saberes, cultura y tradición.

2.4.2 La artesanía autóctona

En el pasado, diversas culturas habitaron el territorio que hoy es Ecuador, todas ellas tenían sus propias creencias, tradiciones y técnicas artesanales que les diferenciaban entre sí, crearon artículos y utensilios que los representaban y, además, les eran de utilidad en sus labores cotidianas (Mendoza et al., 2019). Agregando a lo planteado anteriormente por los autores algunos de aquellos objetos son artesanías autóctonas o endémicas que forman parte del patrimonio cultural inmaterial y brindan información para comprender cómo era la vida de

las comunidades ancestrales.

En los estudios previos sobre la tipificación de las artesanías se encuentra la “artesanía tradicional” o también denominada “artesanía autóctona”, ejemplar que preserva las propiedades artesanales y culturales al momento de elaborarlas, patrimonio que expone saberes, ingenio y destrezas en los elementos confeccionados basados en la cultura del territorio (Sailema, 2013).

La artesanía autóctona es “aquella que conserva la tradición ancestral al trabajar con elementos característicos y representativos que han sido transferidos de generación en generación” (Mendoza et al., 2019, p. 5). Además, mencionan que las artesanías son piezas diseñadas manualmente aplicando métodos que buscan reflejar la herencia cultural e identitaria de los pueblos, plasmando en ellos valores simbólicos, siendo estos objetos únicos, puesto que han sido elaborados de manera manual siendo imposible reproducir modelos similares tomando en cuenta que los pequeños detalles de la elaboración jamás podrán ser imitados.

Sin embargo, existe la posibilidad de que se ofrezcan objetos mercantilizados los cuales tengan representaciones engañosas de la cultura local, una muestra de ello es el ejemplificar motivos históricos o aspectos de la cultura para el turista mediante el souvenir quienes creen está plasmada la autenticidad de la localidad, cuando estos souvenirs pueden estar modificados comercialmente ante la demanda del consumidor de esa forma el comprador considera auténtico algo que puede no estar representando los atributos propios de la comunidad local (Soukhathammavong y Park, 2019).

2.4.3 Las artesanías como oferta complementaria de un destino

Con el tiempo el turismo se ha ido transformando y en la actualidad está sujeto a incitar a nuevas y auténticas experiencias culturales e irremplazables, es así como la artesanía puede llegar a ser un elemento que vaya de la mano y armonice adecuadamente con estas causas patrimoniales. “No es extraño entonces que la relación «lugar-artesanía» haya sido utilizada en turismo para dicha promoción en lo que respecta a la utilización de distintivos de los productos artesanos típicos, tanto nacionales como regionales” (Rivera y Hernández, 2018, p. 535).

Las artesanías son un elemento complementario en un destino turístico, mediante las artes populares podemos conectarnos con el lugar desde una perspectiva más profunda. Son la

representación artística más clara que un visitante puede llevar consigo de una comunidad receptora, en ellas van plasmadas las creencias, tradiciones, técnicas y conocimientos de los artesanos. El turismo mediante su efecto globalizador ha hecho que las artesanías, en vías de desaparición por su escasa promoción o rentabilidad, no solo no deje de existir, sino que incrementen su comercialización, al mismo que se revalorizan los oficios artesanales (Fernández y Ramos, 2010). Las artesanías son contempladas como un generador de ingresos para los pueblos receptores es por eso por lo que es vital que se enlace con los componentes restantes que forman el desarrollo económico del territorio, a su vez que se asocie con el concepto de identidad territorial de esta manera crear elementos que vayan de la mano con la identidad cultural de la zona (Mendoza et al., 2019).

El Festival de Artesanías de América es el evento anual que se desarrolla en las inmediaciones del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) en la ciudad de Cuenca. Es un espacio para artesanos de Ecuador, América y el mundo donde exponen y comercializan sus obras, a la par que promueven el fortalecimiento de las artesanías y expresiones culturales de los pueblos mediante la promoción de las actividades productivas que actúan como portadoras de identidad y del mejoramiento de las diferentes etapas de producción de la artesanía (CIDAP, 2021). El festival atrae a miles de visitantes por año, que buscan apreciar y adquirir artesanías de una manera directa, es decir, teniendo contacto con el artista que ha creado dicha obra.

Mediante el efecto comercializador que genera el turismo, los productos artesanales se dan a conocer a los visitantes, sumado a ello complementa y pone en valor el turismo cultural y patrimonial del destino, no obstante, no está siendo aprovechado pese a sus beneficios, logrando una correcta relación entre la artesanía, turismo y comercio local que brinde una incorporación utilitaria (Rivera y Hernández, 2018).

Los autores antes expuestos nos dejan claro que en la actualidad se ha activado la promoción del patrimonio cultural dentro de los viajes de ocio, haciendo énfasis en el tema artístico sin dejar de lado los productos gastronómicos y lo artesanales, de esta manera se ha fusionado estas ramas para lograr una difusión patrimonial más efectiva.

2.4.4 Protección de la artesanía

La protección de la artesanía es un tema del cual no se profundiza, generalmente muchos creen que no es necesario puesto que estas elaboraciones son poco consideradas parte del patrimonio de un lugar, el visitante por general las adquiere con un objetivo principal, como

un regalo o un objeto de memoria que ayude al comprador a recordar su paso por aquel lugar, únicamente tomando en cuenta tu utilidad y su diseño. Sin embargo, no se considera el producto como un transportador de valores y saberes artesanales; no es consciente de la importancia que puede llegar a tener ese objeto dentro de la cultura de ese territorio y sus pobladores, estos no son aspectos tomados en cuenta a la hora de la adquisición y no influyen en la mayoría de los consumidores a realizar la acción (Organización de referencia en la promoción y el desarrollo de las empresas artesanas españolas, 2016).

Hoy en día los productos en serie están siendo confundidos con la artesanía tradicional y es muy importante para los maestros artesanos que se revalorice sus técnicas de trabajo de antaño es porque se han dedicado a la creación de pequeñas producciones, auténticas con características específicas que sean difícil de replicar con la tecnología actual, así también han empezado a enumerar sus productos y firmarlos para conocer la cantidad y dejar muy presente que es un producto elaborado a mano y se pueda considerar al creador (Organización de referencia en la promoción y el desarrollo de las empresas artesanas españolas, 2016).

Se ve la necesidad de no solo proteger al bien artesanal sino al profesional como artista reconociendo su valor y preparación, pues son ellos quienes día a día buscan plasmar en sus obras la identidad de nuestra cultura como herencia para las futuras generaciones.

2.4.5 Cuenca, capital de la artesanía

Cuenca es una ciudad reconocida internacionalmente por ser la cuna del arte y la cultura, donde abundan artistas y artesanos, se puede encontrar una amplia gama de oficios populares que se han ido difundiendo de generación en generación. “En el caso de Cuenca la abundante evidencia de su identidad artesanal es fruto de los asentamientos humanos que se han sucedido a través de su historia” (Malo 2008, p. 85).

El Consejo Mundial de Artesanías, por sus siglas en inglés WCC, con sede en Bélgica, es una entidad no gubernamental asociada a la UNESCO y es la encargada del Premio a la Excelencia en Artesanía, reconocimiento que tiene como objetivo impulsar a diseñadores y artesanos a crear artesanías innovadoras basándose en las tradiciones y patrimonio para fortalecer las prácticas artesanales y garantizar que estos oficios continúen a través de los años, de esta manera se designó a Cuenca como “Ciudad Mundial de la Artesanía”, siendo esta la séptima urbe latinoamericana y la primera ecuatoriana en recibir este título (Ministerio de Turismo, 2020).

La habilidad de los artesanos locales dio sus frutos como resultado, el martes 17 de noviembre del 2020, la ciudad de Cuenca fue galardonada oficialmente como Ciudad Mundial de la Artesanía por el Consejo Mundial de Artesanías (WCC, 2020), gracias a sus dedicados artesanos y sus laboriosos oficios. Cuenca posee diez ramas artesanales como son: orfebrería y joyería, alfarería y cerámica, paja toquilla y cestería, hierro forjado, bordado, talabartería, hojalatería, madera, marmolería y cantería y la pirotecnia, labores las cuales han perdurado a través de los años y se han transmitido de padres a hijos. La Fundación Municipal “Turismo para Cuenca”, busca con este reconocimiento potenciar la artesanía como un atractivo turístico esencial de la ciudad, puesto que esta generará en los visitantes interés por saber sobre la historia tanto del artesano como de su oficio de antaño (Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2020).

El Gerente de la Empresa Municipal de desarrollo económico de Cuenca (EDEC EP), Carlos Rojas, informó que un total de 25 artesanos calificados como doble A recibieron capacitación gratuita en diversas temáticas como etiquetado, precio, presentación del producto, entre otras; con el apoyo del INEN y las Facultades de Artes de la Universidad de Cuenca y de la Universidad del Azuay (Empresa Municipal de desarrollo económico de Cuenca, 2017).

2.4.6 La artesanía como patrimonio cultural intangible de Cuenca

“Cuenca es considerada la capital de las artesanías y el centro artesanal más importante del Ecuador por su excelencia, difusión y diversidad, tratándose de una labor fundamental en su identidad” (García, 2018, p. 18). Así lo plantea la autora en su obra, haciendo alusión al valor que tiene la artesanía en un contexto histórico y social, dándonos a entender que Cuenca no solo es una ciudad rica en el ámbito turístico sino también en el artístico.

Al momento de mencionar a la artesanía cuencana como parte del patrimonio inmaterial de la humanidad, destaca que se puede entender como una contrariedad, puesto que son artículos materiales (Malo, 2008). Sin embargo, en este caso se hace alusión a la técnica con las cuales fueron elaborados dichos elementos identitarios de nuestra cultura que en el pasado eran utilizados en ceremonias religiosas y en el día a día de nuestros antepasados es así como se asocia directamente cuando se habla del patrimonio intangible. “Las artesanías y las artes populares están ligadas íntimamente al desarrollo cultural, económico y social de un territorio, conforman un ecosistema rico en conocimientos y técnicas que han sido transmitidas de una generación a otra” (Ordóñez 2021, p. 85).

La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, adoptada por la

Conferencia General de la Organización en su 32ª reunión, en octubre de 2003, reconoció a las técnicas artesanales tradicionales como uno de los elementos que forman parte del Patrimonio Cultural Inmaterial. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, busca salvaguardar estas prácticas autóctonas y saberes característicos de las comunidades para que no se pierdan a lo largo de los años, con el fin de potencializarlos y difundirlos para generar beneficios a los pueblos y artesanos (UNESCO, 2020).

Un claro ejemplo es el tejido tradicional del sombrero de paja toquilla que fue declarado el 5 de diciembre de 2012 por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Su laboriosa y tardada técnica de confección a partir de fibras de una palmera peculiar que crece en las costas del Ecuador han sido las determinantes para que esta artesanía forme parte de esta lista (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018). Con lo expuesto previamente es importante reconocer que este nombramiento ayuda a mantener los saberes ecuatorianos a través del tiempo y darle ese valor necesario a los artesanos y sus oficios que muchas de las veces son opacados o dejados de lado sin estar conscientes que este valioso artículo ha requerido grandes sacrificios para ser reconocido mundialmente como un producto autóctono del Ecuador.

2.5 Souvenirs artesanales que identifican a la cultura cuencana

La recreación de artículos que en su tiempo fueron utensilios para el hogar o formaban parte de la vestimenta de nuestros antecesores, en la actualidad son comercializados como souvenirs a las personas quienes visitan un lugar específico donde habitaron culturas ancestrales. Souvenirs definidos como “productos de la cultura en la que fueron creados. Por lo tanto, nos cuentan ‘historias’ desde puntos de vista políticos, religiosos, culturales y sociales” (Collins-Kreiner y Zins 2011, p.17). Sin embargo, se debe tener claro las diferencias que existen entre souvenir y artesanía, considerando que el primero abarca a las artesanías y a todo tipo de objeto industrializado, fabricado en serie, es decir que no fue elaborado a mano, en cuanto a la artesanía es toda elaboración creada a través de un proceso hereditario por un maestro artesano.

En gran parte los turistas ansían que al retornar a su lugar de origen puedan llevar consigo un recordatorio del lugar anfitrión y comúnmente se adquieren artesanías a causa de su capacidad de transmitir la cultura, tradiciones y estilo de vida de la zona visitada. Hoy por hoy, la práctica de adquirir souvenirs se ha propagado mundialmente y es así como la artesanía encaja a la perfección en este ámbito (Lozano y Laguna, 2019).

El souvenir artesanal es un medio propicio para priorizar la identidad cultural de un territorio, en ello se pueden involucrar los turismólogos, antropólogos, sociólogos, historiadores, diseñadores y artesanos, quienes deseen expandir sus obras dentro del circuito espacial productivo, cultural y comercial (Luva de Mello y Ciliane, 2015). En base a lo dicho por los autores es justo destacar que los maestros artesanos se han adaptado al mercado buscando la manera de crear productos llamativos que los turistas puedan adquirir como recuerdo de su visita a la ciudad y así de esta manera mantener viva la tradición de estas ramas artesanales a través de los años.

Como se planteó previamente es importante recalcar que Cuenca es reconocida internacionalmente por diferentes disciplinas artesanales en las que sus maestros artesanos buscan que sus trabajos sean utilizados como artefactos decorativos y utilitarios fomentando el consumo ético que apoya económicamente tanto al autor como al territorio. A continuación, se detalla cinco de las ramas artesanales más consumidas y demandadas por el visitante nacional y extranjero, y se expone un área que, a pesar de no formar parte de las diez ramas artesanales cotizadas, se puede considerar dentro de la artesanía del ámbito gastronómico más reconocido de la ciudad a nivel mundial, el Corpus Christi la fiesta de mayor sincretismo religioso.

2.5.1 Orfebrería y Joyería

La joyería cuencana es representativa y está situada entre las mejores del país, por su originalidad, calidad y buen gusto, los diseños que manejan los artesanos aún se evidencian, una marcada influencia del arte precolombino en donde, las joyas eran consideradas un distintivo de clase en la sociedad. Al ser Cuenca una ciudad muy devota, los orfebres orientaban sus diseños con un estilo religioso, creando así piezas únicas como oblación a la Virgen y los Santos, una de las técnicas más importantes de la orfebrería cuencana es la filigrana, una técnica muy peculiar y laboriosa, pues consiste en bordar el producto con hilos de plata u oro (Delgado, 2011).

Se tiene conocimiento de que, en la época prehispánica, la cultura Cañari que habitó en lo que hoy es el sur del Ecuador, realizaron trabajos con metales y piedras preciosas donde implementaron técnicas y procedimientos de labrado, repujado y fundición (Malo, 2008). De esta época se reconocen las láminas de relieve en joyas que eran utilizadas para ceremonias religiosas, ofrendas nupciales, distintivos de rango social y vestimentas rituales. Fue por esta razón que, los talleres joyeros fueron ubicados en las calles aledañas a la Plaza Central donde

se elaboraban en oro, plata y piedras preciosas, obras destinadas principalmente a la ornamentación de representaciones religiosas como previamente se detallaron. (Delgado, 2011).

2.5.2 Paja Toquilla

Es una de las fibras naturales más importantes dentro de la historia del Ecuador, trabajar con este material se ha convertido en una de las principales fuentes económicas de los artesanos de Cuenca y sus alrededores, puesto que este territorio es el principal productor del Sombrero de Paja Toquilla reconocido mundialmente por su alta calidad y minuciosos acabados, logrando crear una valiosa industria de exportación. La Fundación Municipal Turismo para Cuenca indica que es una de las artesanías más distintivas de la ciudad de Cuenca y muy ansiada por los visitantes, que no solo buscan adquirir el producto totalmente acabado sino aprender del proceso de diseño y creación (Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2016).

El tejido del sombrero de paja toquilla lleva sus orígenes de la provincia de Manabí, en el siglo XVII fue donde se afianzó su producción, los artesanos de Montecristi y Jipijapa mejoraron su producción y técnica para la elaboración de los sombreros, aprovechando que el viejo continente atravesaba un tiempo donde la producción de algodón había disminuido y la paja toquilla la iba a sustituir, pues era una opción más cómoda y liviano (INPC, 2012).

En el siglo XIX, la actividad atrajo el interés fuera de la región litoral, especialmente en el Austro de la serranía ecuatoriana. Los bajos costos de materia prima para la elaboración de los sombreros y los altos costos de adquisición del producto elaborado en la zona ocasionaron la rápida difusión del tejido de sombreros en varios poblados rurales, y en las ciudades de Cuenca y Azogues. El 17 de mayo de 1844 el Cabildo cuencano ordenó la creación del primer taller para confección de sombreros y la enseñanza del tejido de sombreros de paja toquilla como materia obligada, de ahí se desprende el considerable crecimiento de esta labor en distintas regiones del país, siendo el Austro ecuatoriano una de las principales sedes de producción en paja toquilla fuera de Manabí, esto generó que la demanda y el precio de la materia prima propició una rápida expansión en poblados urbanos y rurales (INPC, 2012).

2.5.3 Hierro forjado

El arte en hierro forjado como un oficio antiguo que era considerado poco elegante y bastante tosco, el proceso consiste en moldear el metal con fuego y martillo, dando diferentes formas, esta rama artesanal perdió su valor con el desarrollo de la industrialización, provocando que

los artesanos se dediquen a otros oficios (Medina, 2020). Sin embargo, el amor por este arte que ha pasado de generación en generación en el barrio de “El Vergel”, ha logrado que una calle de este barrio se dedique a esta profesión, puesto que aquí fue donde inició el auge de esta rama, “Las Herrerías” expone a lo largo de sus aceras, cruces religiosas, jaladeras de puertas, candelabros y adornos para la pared, que forman parte de la historia y tradición cuencana productos muy apetecidos por los visitantes (Medina, 2020).

2.5.4 Alfarería y cerámica

Los vestigios hallados en investigaciones realizadas en el territorio nos demuestran que esta profesión se viene realizando desde hace mucho tiempo. Los cañaris ya tenían una técnica para la creación de sus utensilios que era muy rica en diseño con abundantes trazos que con la llegada del imperio incaico se potencializó, logrando crear grandiosas obras de arte que su uso era indispensable para sus tareas del día a día, en la actualidad estos productos son escasamente utilizados dentro de las labores del hogar (Martínez, 2015). Sin embargo, los artesanos han dirigido sus habilidades en la creación de artesanías y adornos que representen la cultura Cuencana y de esta manera puedan comercializar a los turistas.

2.5.5 Cestería

La cestería es una de las artesanías más antiguas, se remonta desde el paleolítico donde el habitante lo necesitaba para almacenar y transportar alimentos que recolectaba. Las cestas y canastas son reconocidas por su fácil elaboración, liviandad y gran resistencia, lo que beneficia en el transporte de objetos en largas distancias, existen varias técnicas para elaborar cestos: la espiral consiste en partir de una fibra que se enrolla en forma de serpiente desde el centro; otra técnica es el tejido, siendo la más usada el entrecruzamiento, se usan las fibras y plantas flexibles; el “escaqueado”, la técnica más simple, consiste en entrecruzar la trama y la urdimbre de manera regular logrando algo que tiene el aspecto de un tablero para jugar o ajedrez (Malo, 2008).

2.5.6 Bordado

El bordado es una de las 10 ramas artesanales representativas de la ciudad Cuenca, “procedimiento con el que se adorna una tela que puede ser receptora de hebras que se fijan artísticamente sobre ella”(Sojos 1991, p. 76). Es la creación de un dibujo a mano sobre una tela siguiendo diferentes patrones, considerada una tarea muy laboriosa por el detalle que se busca proyectar con el uso de hilos finos y delicados, es importante recalcar que estas

técnicas si bien fueron heredadas cada artesano ha ido aplicando su propio método de trabajo y creación lo que le da ese valor agregado que es parte fundamental de una artesanía vista como obra de arte a la cual no se la debe pagar por el hecho de ser un producto tradicional más sino una fuente de historia viva (Sojos, 1991). En base a lo dicho por la autora previamente esta técnica podríamos considerarla que es la que más peligra en perderse pues cada vez se valora menos la labor por la industrialización lo que conlleva también al abandono de esta por quienes la practicaban.

2.5.7 Dulces de corpus

El Corpus Christi es una festividad europea que llegó a la ciudad de Cuenca en 1557 por la conquista española, esta celebración tiene como objetivo la veneración al “Cuerpo de Cristo” esta festividad es una clara muestra del sincretismo arraigado en la historia ecuatoriana si bien es una festividad europea, fueron ellos quienes vieron la necesidad de fusionar a las tradiciones y costumbres ya existentes en la localidad por ello la hicieron coincidir con la celebración de la fiesta indígena del solsticio de invierno (Rodríguez, 2012). La ciudad de Cuenca se viste de colores y se organiza una exposición y venta de dulces, finamente elaborados por las madres del Claustro de la Inmaculada Concepción con la colaboración del Museo Monasterio de las Conceptas, a ellas se suman los artesanos que elaboran los tradicionales dulces de corpus que se ofertan en las aceras del Parque Central a lo largo de siete días para deleitar a los visitantes con sus habilidades gastronómicas (Cordero, 2008). La adquisición de la gastronomía tradicional local es la más apetecida por el visitante, esta se convierte en un tipo de souvenir gastronómico que genera en el turista recuerdos de la comida del lugar que visitó y transportando una parte de la cultura visitada a su lugar de residencia (Ministerio de Turismo, 2020).

En los últimos años se ha logrado una gran difusión de esta celebración lo que ha permitido mover a una nueva generación de artesanos gastronómicos que con renovadas técnicas y conocimientos buscan adaptarse sin perder la esencia gastronómica de estos productos. Es un llamado a los cuencanos a valorar lo nuestro por sobre lo foráneo o los productos a gran escala que son vendidos en la actualidad y que pueden llegar a confundir al visitante extranjero. Es preciso reconocer que Cuenca y sus cantones poseen una larga tradición gastronómica que se extiende por varias generaciones y ha rebasado los límites de nuestro país. La producción de dulces de distintas formas, sabores y colores se pueden situar dentro de la disciplina de la artesanía por la laboriosidad y perfección que demanda su confección.

2.6 El turismo de compras en Cuenca

El turismo de compras es una acción con gran capacidad de generar divisas, ofreciendo una gran variedad de productos al mismo tiempo que incentiva al futuro turista a desplazarse a un lugar, es considerada una actividad adicional que complementa el viaje y dinamiza la experiencia obtenida, las visitas y gastos dentro de mercados artesanales, galerías, tiendas de souvenirs, centros comerciales, ferias entre otros comprende al turismo de compras y a su vez genera una cadena de consumo, trayendo consigo beneficios económicos, turísticos y comerciales mejorando la calidad de vida de los artesanos y sus habitantes (Jiménez, 2018).

En la ciudad de Cuenca el turismo de compra no es una rama común, no es una actividad por excelencia para promocionar la ciudad, sin embargo, al ser un destino turístico reconocido, posee amplia variedad de atractivos tanto culturales, gastronómicos como paisajísticos, haciendo de esta un lugar propicio para que el visitante se deleite con las diferentes expresiones artísticas de la ciudad, promocionando el arte y la cultura ecuatoriana en cada rincón, exponiendo productos artesanales que impulsan al turista a adquirirlos generando así espacios de comercialización (Cordero, 2016) .

Finalmente, se puede decir que el turismo de compras a pesar de ser un potencial generador de divisas como se plantea previamente, en la ciudad de Cuenca no es el mayor dinamizador de la economía, a pesar de la variedad de productos ofertados por lo locales comerciales, la ciudad es más bien el centro receptor de los visitantes que se trasladan hacia zonas aledañas para realizar sus compras principalmente de calzado y joyas, es decir Cuenca es considerado como un corredor turístico de traslado.

2.7 Estado del arte

En este apartado se realizó un análisis minucioso de investigaciones que engloba los souvenirs dentro de la práctica turística para evidenciar la carencia de información acerca del tema dentro del Ecuador. Los estudios que se han desarrollado sobre este tema han sido mayoritariamente internacionales y se han centrado en la compra de souvenirs en diferentes destinos turísticos, como es el caso del estudio desarrollado por Haldrup (2017) donde hace referencia a la compra de souvenir como una colección y exhibición de la cultura local materializada en un objeto de mal gusto, considerada para algunos como una auténtica imitación superficial del lugar visitado. El souvenir se ha convertido en el hijo menospreciado proveniente del diseño enlazado a la industria turística, pues nace para él, incluso llega a colmar los destinos con locales llenos de pequeños objetos (Petit-Laurent y Bargueño, 2017).

El consumo turístico ha provocado una pérdida de autenticidad porque ha generado que se comercialicen productos en lugares donde no corresponden geográficamente, un claro ejemplo se observa en el Niágara donde se ofertan souvenirs que representan la cultura egipcia (Hashimoto y Telfer, 2007).

En años posteriores los estudios desarrollados por los autores Masset y Decrop (2020) postulan que la compra de los recuerdos turísticos es una actividad habitual en los viajes de turismo en la actualidad, consideran que es un importante nicho de mercado para los destinos de turismo dado que los regalos y souvenirs ocupan una parte importante del consumo que el turista realiza en su destino de viaje. Un claro ejemplo de ello se expresa en el estudio realizado a turistas que visitaron Gran Canaria en el 2017 donde se establece que cada visitante tuvo un gasto promedio de 58,14 euros en la adquisición de souvenirs, situándose como el tercer gasto dentro de su presupuesto de viaje (Statista, 2018, como se citó en Masset y Decrop, 2020).

La producción de los souvenirs se realiza mediante técnicas tradicionales, abriendo plazas de empleo dentro de la distribución y la venta de los productos, pues en la elaboración se conjuga la materia prima, habilidades, precios y gustos, con la finalidad de llamar la atención del consumidor, pues el enfoque comercial no se lo puede omitir, ya que la competitividad está presente. El autor destaca la necesidad de crear un recuerdo para el visitante ha dado como resultado que las elaboraciones sean fabricadas en masa, generalmente en países de mano de obra barata, donde el resultado es un souvenir carente de autenticidad y originalidad, más ajustado al valor monetario que a lo verdaderamente importante (García, 2006).

Cubrir las necesidades del ser humano es una parte primordial en la vida, la satisfacción en una etapa específica de la vida puede alterar su satisfacción en otra etapa de la misma, partiendo de aquello, un turista que tuvo una buena experiencia comprando souvenirs en el destino y termina satisfecho, tendrá una visión distinta con respecto al lugar, esto se ocasiona porque la compra de recuerdos es relevante en un viaje turístico (Suhartanto, 2016).

Una investigación realizada a ciudadanos españoles explica que existe una relación positiva cuando el turista queda satisfecho con la compra de souvenirs y la satisfacción general del turista con su visita al destino, la satisfacción del turista actúa como mediador entre la relación de la satisfacción con la compra de souvenirs y la fidelidad al destino. (Oviedo-García et al., 2014, como se citó en Suhartanto, 2016).

En un estudio que se desarrolló a turistas sobre la adquisición de souvenirs en la Isla de

Tenerife, España, donde se recolectó un total de 134 respuestas donde el 12,9% de los turistas respondieron que compran souvenirs artesanales, un 25% adquieren gastronomía (alimentación, bebidas, otros.), 23,5% de imágenes de la isla que incluyen fotografías, láminas, postales y libros, un 30,3% de ropa y complementos, un 39,4% de souvenirs turísticos como imanes, tazas, llaveros o platos y, por último, 3 resultados dentro de la categoría “otros”. También, como se detalla en el estudio, cuando se consultó sobre el uso que le darían al souvenir comprado de las 134 respuestas de los turistas encuestados, el 50% de ellos manifestaron que eran para regalar, el 42,5 lo adquirieron como recuerdo del viaje, mientras que el 7,5% seleccionaron el ítem otros pues el souvenir lo llevaron tanto como regalo y como recuerdo del viaje (Báez y García, 2018, pp. 13-14).

Con los estudios expuestos anteriormente se puede concluir que los autores nombrados poseen diferentes puntos de vista en cuanto el tema souvenirs. Sin embargo, algo que queda muy claro es que el fenómeno estudiado forma parte del consumo que realiza el turista durante el viaje que realiza a los destinos turísticos.

Capítulo III: Metodología de la investigación

3.1 Método

La presente investigación se desarrolló mediante dos enfoques: el cualitativo y el cuantitativo. Dentro del enfoque cualitativo como primer paso se procedió con la realización de una revisión bibliográfica acerca del tema en la cual se pudo conocer sobre varios puntos de vista y opiniones, así como conceptos desarrollados por autores principales dentro de la temática de investigación. Una vez se contó con dicha base, se procedió al desarrollo de entrevistas a los artesanos para obtención de información que resultó esencial para esta investigación.

Por otro lado, dentro del método cuantitativo fue necesaria la realización de un análisis a los resultados de las encuestas aplicadas a una muestra previamente determinada, con el fin de conocer las preferencias de los turistas dentro de la ciudad a la hora de adquirir souvenirs artesanales como parte de su visita.

3.1.1 Modalidad de la Investigación

La modalidad que se empleó en esta investigación es de campo, lo cual permitió un acercamiento directo con el fenómeno de estudio al ser realizado en el lugar de los hechos, puesto que la dinámica establecida entre los investigadores y los actores de estudio logró conseguir resultados más objetivos y actualizados.

En primer lugar, se realizaron entrevistas con el fin de obtener información sobre las percepciones de los artesanos en torno a la venta de los souvenirs dentro de la ciudad de Cuenca. Para esto, se aplicaron 4 entrevistas (Anexo 4) dirigidas tanto a artesanos como a propietarios de locales de expendio en la ciudad gracias a los cuales se pudo conocer más a fondo el punto de vista y opinión sobre el tema de cada una de las posiciones.

Las entrevistas fueron realizadas durante el mes de noviembre de manera presencial en varias fechas consideradas fundamentales para el estudio en curso. Para esto, se inició el día 02 de noviembre durante las fiestas de Cuenca en el cual se pudo conocer el interés por parte de los turistas hacia el trabajo que realizan los artesanos. Las posteriores entrevistas fueron realizadas en distintas fechas de acuerdo a las situaciones de disponibilidad por parte de los entrevistados.

3.1.2 Tipo de Investigación

La presente investigación, ubicada en el nivel descriptivo, permitió la indagación de las peculiaridades propias del fenómeno denominado souvenir artesanal, así como el entorno que lo rodea, las características, propiedades y demás elementos involucrados en el tema de estudio.

3.1.3 Participantes

Los participantes que intervinieron dentro de la presente investigación fueron turistas extranjeros que estaban de paso visitando la ciudad de Cuenca a quienes se les aplicó las encuestas. Por otro lado, para el desarrollo de las entrevistas se contó con la participación de un grupo de maestros artesanos que se dedican a la comercialización de souvenirs artesanales dentro de la urbe cuencana. Los maestros artesanos brindaron información más específica acerca del proceso de producción de los souvenirs desde su concepción hasta la venta del mismo, dando a conocer sus percepciones con respecto a la actividad comercial.

El turista extranjero, al no tener un conocimiento pleno sobre la historia y tradición de la ciudad, es un participante propicio para analizar los aspectos culturales plasmados en los souvenirs artesanales que se expenden y de esa forma corroborar si estos objetos representan o no la cultura cuencana.

3.1.4 Instrumentos de recolección de datos

La recolección de la información del presente trabajo de investigación se realizó a través de

la técnica de encuesta a una muestra resultante de la aplicación de la fórmula de muestreo aleatorio simple, la cual consta de seis preguntas de opción múltiple, cinco preguntas cerradas con una sola opción de respuesta y una pregunta abierta, para la obtención de datos más profundos; logrando así resultados más concretos.

La ciudad de Cuenca es visitada por un gran número de turistas extranjeros que tienen como lengua principal el inglés y no dominan el español para comunicarse con los demás, por ello se decidió traducir las encuestas de español a inglés. Esto se ejecutó con la finalidad de brindar comodidad al encuestado extranjero, facilitar el entendimiento de las preguntas y disminuir el tiempo de respuestas en las mismas. De esta forma nos aseguramos que las preguntas sean lo más claras posibles para los extranjeros y que las respuestas que coloquen los participantes sean exactas para de esa manera tener un análisis acorde a lo solicitado y generar conclusiones utilitarias para el trabajo de investigación.

Por otro lado, se ejecutaron entrevistas semiestructuradas a artesanos propietarios de locales que fueron elegidos previamente por medio del muestreo por conveniencia tomando en cuenta la afluencia turística, la oferta de productos artesanales y la ubicación; con el fin de obtener la información necesaria y lograr un análisis completo.

Finalmente, es importante mencionar que debido a la situación de inseguridad que se vive dentro de todo el país, la obtención de información por parte de los encuestados se tornó complicada puesto que se evidenció la posición de temor. Gracias a los resultados obtenidos se pudo proceder al análisis de los mismos para generar conclusiones.

3.1.5 Población y Muestra

Según la rendición de cuentas del Ministerio del Turismo (2021), la llegada de extranjeros al país en el último año fue de 590.006, es así como se deberá calcular el tamaño de la muestra de la presente investigación aplicando la siguiente fórmula estadística.

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 * N * p * q}{(N-1) E^2 + (Z_{\alpha/2})^2 * p * q}$$

donde:

n = muestra

N = total de la población

z = Nivel de confianza al 90%, es decir 1,65

p = proporción esperada es decir 5%

q = 1-p

E = Error de estimación (muestral)

Siendo estos los siguientes datos;

n =?

N = 590006

z = 1,65

p = 0,50

q =1-p (en este caso 1-0,50 = 0,50)

E = 10%

$$n = \frac{(1,65)^2 * 590006 * 0,50 * (1-0,50)}{(590006-1)0,1^2 + (1,65)^2 * 0,50 * (1-0,50)}$$

n = 68,05

3.1.6 Muestra

De acuerdo con los resultados obtenidos previamente con la aplicación de la fórmula estadística se estableció que el levantamiento de datos a través de encuestas se debía realizar a un total de 68 visitantes.

A continuación, se presenta el plan de recolección de datos (Tabla 1) para un mejor desarrollo del trabajo de investigación y conseguir la información de manera eficaz.

Tabla 1

Plan de recolección de Información

Preguntas	Explicación
<i>¿Para qué?</i>	<i>Identificar los souvenirs artesanales que adquieren los visitantes</i>

<i>¿De qué personas?</i>	<i>Turistas extranjeros que visiten la ciudad de Cuenca y artesanos propietarios de locales en la ciudad de Cuenca</i>
<i>¿Sobre qué aspecto?</i>	<i>Consumo de souvenirs y turismo de compras en la ciudad de Cuenca</i>
<i>¿Quiénes?</i>	<i>Daniela Acosta y Luis Enríquez</i>
<i>¿Cuándo?</i>	<i>Octubre-noviembre 2022</i>
<i>¿Dónde?</i>	<i>Ciudad de Cuenca</i>
<i>¿Cuántas veces?</i>	<i>Una sola vez</i>
<i>¿Con qué técnicas?</i>	<i>Encuesta y entrevista</i>
<i>¿En qué instrumento?</i>	<i>Cuestionario</i>
<i>¿En qué situación?</i>	<i>Al momento que los turistas consuman en locales artesanales de la ciudad de Cuenca y a los artesanos que se encuentren comercializando sus productos en los locales de la ciudad de Cuenca</i>

Nota. *Detalle del plan de recolección de información para el desarrollo de la investigación.*

Fuente. *Elaborado por los autores.*

3.1.7 Procesamiento de la información

Para cumplir con el procesamiento adecuado de los datos obtenidos a través de la aplicación de las encuestas se siguió un tratamiento depurativo de la información; es decir, el saneamiento de los datos erróneos pudiendo ser información incompleta, incompatible e

inadecuada. Por un lado, la información de las seis preguntas de opción múltiple y las cinco preguntas cerradas con una sola opción de respuesta se clasificó de manera ordenada en Excel. Por otro lado, las respuestas de la pregunta abierta fueron codificadas y agrupadas también en Excel. Los datos obtenidos en todas las preguntas fueron tabulados por medio de gráficos, analizados e interpretados objetivamente para finalmente continuar con las conclusiones y recomendaciones.

3.1.8 Validación de la encuesta

Con el fin de asegurar que al momento de la aplicación de la encuesta a los extranjeros se logre obtener un correcto desenvolvimiento por parte de los encuestados, se realizó una validación de la encuesta el 24 de octubre de 2022. Se la aplicó a 10 personas por medio de encuestas físicas. El grupo lo conformaban 2 profesores universitarios: 1 especialista en el área de turismo y el otro en comunicación (Anexo 1), 4 estudiantes universitarios y 4 personas extranjeras.

De esta forma se pudo confirmar la adecuada formulación y comprensión de cada una de las preguntas, así también no hubo ningún inconveniente ni observaciones por parte del grupo piloto y se constató que el tiempo de respuesta no sobrepasaba los 3 minutos.

3.1.9 Desarrollo de la encuesta

Se realizaron un total de 68 encuestas. La encuesta estuvo conformada por preguntas con escala de Likert y respuesta única. La encuesta se dividió en datos geográficos, específicamente en edad, género y lugar de origen (Anexo 2 y 3). La segunda parte engloba netamente datos que fueron de utilidad para el análisis, interpretación, conclusiones y recomendaciones.

Es importante enfatizar que las encuestas se realizaron por medio de material físico (encuestas impresas) que fueron entregadas a los encuestados: 68 personas extranjeras de habla español e inglés que fueron consultadas en un primer momento sobre su nacionalidad para iniciar con la misma.

Capítulo IV: Resultados y discusión

4.1 Souvenirs artesanales que venden los comercios de la ciudad de Cuenca

Dentro de la ciudad de Cuenca se puede visualizar un sinnúmero de locales comerciales en

los cuales se lleva a cabo la venta de artesanías demandadas por los turistas. Dichos establecimientos ofertan productos artesanales que en muchos casos no representan la cultura cuencana ni son elaborados por pobladores locales de la ciudad, por lo cual se crea una confusión en los turistas, quienes tratan de recordar su visita gracias a la compra de dichos productos, los cuales no son característicos de Cuenca.

El auge artesanal data del siglo XVI cuando Cuenca se llenó de maestros dedicados a todo tipo de oficio que arribaban a la ciudad con el objetivo de poder vivir de sus labores y creaciones, en un inicio los artesanos en su búsqueda por evadir los requerimientos y disposiciones fiscales optaron por establecer sus negocios de productos artesanales en las periferias del área urbana, actividad que duró muy poco puesto que los entes reguladores iniciaron un control más riguroso de esta manera se crearon concentraciones por rama que después se transformó en gremios con mejor organización y de esta manera se logró ubicar a los maestros en diferentes barrios de la ciudad de manera segmentada y estructurada (Martínez, 2015).

Para analizar los souvenirs artesanales que se comercializan en los locales dedicados al expendio de artesanías dentro de la ciudad de Cuenca se realizaron entrevistas semi estructuradas así mismo se tuvo un acercamiento con el Subdirector de Promoción Artesanal y Cultural del CIDAP, Jonathan Koupermann quien nos manifestó que en la actualidad no existe una base de datos del número de maestros artesanos en la ciudad, puesto que es una profesión de cierto modo informal y es una labor trabajada en su mayoría por personas de la tercera edad, muchos de ellos han fallecido durante la pandemia y otros han emigrado por la poca rentabilidad y el poco aporte económico que genera este laborioso trabajo en artesanías.

Sin embargo, sí se cuenta con áreas designadas especialmente para el expendio de los productos artesanales como lo son el CEMUART (Centro Municipal Artesanal) y el PRAC (Portal Regional de artesanías Cuenca) que son dos espacios administrados por la Empresa pública municipal de desarrollo económico (EDEC-EP), entidad pública de la ciudad de Cuenca, encargada de designar dichos espacios y proveer todo lo necesario para que los artesanos puedan dedicarse al expendio de sus creaciones (Empresa Municipal de desarrollo económico de Cuenca, 2022).

El Centro Municipal Artesanal la casa del Artesano CEMUART o antiguamente conocido como la “ Casa de la Mujer” es un espacio que fue creado en 1999, donde la municipalidad de Cuenca buscaba la manera de ubicar a los comerciantes provenientes de Otavalo. Sin embargo, ellos se opusieron y para no desperdiciar el espacio se logró convertir en un centro

artesanal, en la actualidad este espacio cuenta con 82 locales con variedad de productos artesanales como lo son: cestería, joyería, cerámica, bisutería artesanal, artes en paja toquilla, artesanías en madera, cuadros, textiles, etc. Todos los productos artesanales nombrados anteriormente no cumplen solo con uso decorativo sino también utilitario. El centro gestiona diferentes eventos durante todo el año con el objetivo de mantener y cultivar las tradiciones y fomentar la cultura cuencana, es así que se organizan exposiciones, concursos de las diferentes ramas artesanales y presentaciones de danza y música (Chiqui y Chunchi, 2013).

Tabla 2

Nómina y datos de los artesanos

<i>N.º de Local</i>	<i>Artesano/a</i>	<i>Producto</i>
1	<i>Silvana Campoverde</i>	<i>Cerámica</i>
2	<i>José Pintado</i>	<i>Joyería</i>
3	<i>Gloria Vargas</i>	<i>Talabartería</i>
4	<i>Paola Tapia</i>	<i>Repujado en aluminio</i>
5	<i>Jesús Tenesaca</i>	<i>Cerámica</i>
6	<i>Fausto Quezada</i>	<i>Joyería</i>
7	<i>Sara Pérez</i>	<i>Sombreros</i>

8	<i>Edgar Pacheco</i>	<i>Joyería</i>
9	<i>Rosita Granda</i>	<i>Tejido y bordados</i>
10	<i>Christian Pacheco</i>	<i>Joyería</i>

<i>N.º de Local</i>	<i>Artesano/a</i>	<i>Producto</i>
11	<i>Mariana Cuji</i>	<i>Bordados</i>
12	<i>Ana Guzmán</i>	<i>Arte religioso</i>
13	<i>Blanca García</i>	<i>Cerámica</i>
14	<i>Edison Guzmán</i>	<i>Bisutería y arte en alambre</i>
15	<i>Elsa Ulloa</i>	<i>Macanas y bordados</i>
16	<i>Segundo Ayabaca</i>	<i>Marquetería y taracea</i>
17	<i>Edison Sola</i>	<i>Arte en bambú</i>
18	<i>José Vélez</i>	<i>Joyería</i>

19 Blanca Acuilma Sombreros

20 Geovanny Pacheco Joyería

21 Max Iñiguez Joyería

N.º de Local	Artesano/a	Producto
22	Manuel Romero	Talabartería
23	Silvia Astudillo	Arte en vidrio
24	Rosa Pulla	Tejidos
25	Zoila Morocho	Cestería
26	Zoila Morocho	Arte en paja toquilla
27	Nancy Morocho	Cestería y tejidos
28	Rosa Baculima	Cerámica
29	Martha Vargas	Tejidos y muñecas

30	<i>María Sigüenza</i>	<i>Porcelana</i>
31	<i>Guido Malla</i>	<i>Pintura y escultura</i>
32	<i>Mario Cedillo</i>	<i>Sombreros</i>

<i>N.º de Local</i>	<i>Artesano/a</i>	<i>Producto</i>
33	<i>Luis Matute</i>	<i>Madera y cerámica</i>
34	<i>Miriam Tuquiñagui</i>	<i>Sombreros</i>
35	<i>Fabián Calderón</i>	<i>Joyas y pinturas</i>
36	<i>Carmen Pinos</i>	<i>Cerámica</i>
37	<i>José Brito</i>	<i>Marmolería</i>
38	<i>Dolores Vinueza</i>	<i>Tejidos de Otavalo</i>
39	<i>Dolores Vinueza</i>	<i>Tejidos de Otavalo</i>
40	<i>Martha Tuquiñagui</i>	<i>Sombreros</i>

41	<i>Julián Cotacachi</i>	<i>Tejidos de Otavalo</i>
42	<i>Cecilia Yánez</i>	<i>Arte en paja de trigo</i>
43	<i>Carmen Pinos</i>	<i>Cerámica</i>

<i>N.º de Local</i>	<i>Artesano/a</i>	<i>Producto</i>
44	<i>Ana Castro</i>	<i>Bordados y tejidos</i>
45	<i>Fátima Hoyos</i>	<i>Muñequería</i>
46	<i>María Cotacachi</i>	<i>Tejidos de Otavalo</i>
47	<i>Juan Peña</i>	<i>Arte en madera</i>
48	<i>Berta Argudo</i>	<i>Dulces de corpus</i>
49	<i>Hilda Martínez</i>	<i>Bordados</i>
50	<i>Celia Chuisaca</i>	<i>Bisutería</i>
51	<i>Raúl Maldonado</i>	<i>Pintura</i>

52	<i>Mariana Peralta</i>	<i>Bordados</i>
53	<i>Marta Domínguez</i>	<i>Arte en reciclado</i>
54	<i>Ana Huallas</i>	<i>Artesanías de Saraguro</i>

<i>N.º de Local</i>	<i>Artésano/a</i>	<i>Producto</i>
55	<i>Ana Huallas</i>	<i>Artesanías de Saraguro</i>
56	<i>Fabián Jara</i>	<i>Arte en tagua</i>
57	<i>Piedad Farez</i>	<i>Bisutería artesanal</i>
58	<i>Cecilia Cuesta</i>	<i>Tejidos</i>
59	<i>Carmen Lourdes</i>	<i>Tejidos</i>
60	<i>Francisca Ochoa</i>	<i>Arte en madera</i>
61	<i>Javier Villavicencio</i>	<i>Joyería</i>
62	<i>Yolanda Calle</i>	<i>Repujado en aluminio</i>

63	<i>Gladys Sarmiento</i>	<i>Arte en madera</i>
64	<i>Edwin Pilco</i>	<i>Productos a base de cacao</i>
65	<i>Piedad Chimbo</i>	<i>Arte en paja toquilla</i>

<i>N.º de Local</i>	<i>Artesano/a</i>	<i>Producto</i>
66	<i>Oficinas</i>	<i>Administración</i>
67	<i>Eugenia Morocho</i>	<i>Cestería y paja toquilla</i>
68	<i>Rosa Morocho</i>	<i>Arte en madera</i>
69	<i>Byron Carrión</i>	<i>Arte en madera y pintura</i>
70	<i>Verónica Juwa</i>	<i>Bisutería artesanal</i>
71	<i>Greta Barreto</i>	<i>Tejidos</i>
72	<i>Bodega</i>	<i>Almacenamiento</i>
73	<i>Bodega</i>	<i>Almacenamiento</i>

74	<i>Hernán Valverde</i>	<i>Pintura y pirograbado</i>
75	<i>Adrián Perlaza</i>	<i>Talabartería</i>
76	<i>Gabriela Tipan</i>	<i>Diseño textil</i>
<hr/>		
<i>N.º de Local</i>	<i>Artésano/a</i>	<i>Producto</i>
<hr/>		
77	<i>Luis Gonzales</i>	<i>Instrumentos musicales</i>
78	<i>Carmen Guachichulca</i>	<i>Instrumentos musicales</i>
79	<i>Sergio Merchán</i>	<i>Pintura</i>
80	<i>Ismael Guartambel</i>	<i>Orfebrería religiosa</i>
81	<i>Bodega</i>	<i>Almacenamiento</i>
82	<i>Juan Borja</i>	<i>Tallado en madera</i>

Nota. *Detalle de la nómina de artesanos que forman parte del CEMUART.*

Fuente. *Elaborado por los autores.*

Cómo se puede observar en la tabla 2 en donde se plasman los 82 locales que posee el Centro Municipal Artesanal (CEMUART) cuenta con gran variedad de productos artesanales evidenciando la rica diversidad cultural que existe en el país, demostrando que no se

expenden solamente productos que engloban la cultura cuencana.

El Portal Regional de Artesanías de Cuenca (PRAC), se encuentra ubicado en la Av. Huayna Cápac y calle Simón Bolívar, cuenta con una galería para la exhibición y venta de artesanías y también tiene designado un espacio para talleres demostrativos, posee 185 zonas de exposiciones permanente y 20 en las afueras ubicadas de manera circular en la plaza central, este espacio tiene como objetivo dar visibilidad a las creaciones de los maestros artesanos de la ciudad y sectores aledaños. Cada artesano debe pagar un alquiler mensual por su espacio con un contrato que se debe renovar cada 6 meses. La administración también organiza eventos que buscan la afluencia de los visitantes para dar a conocer los productos, también danzas, conciertos y capacitaciones en varias ramas dirigidas para los artesanos expositores (Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico, 2022).

4.2 Entrevista a artesanos y propietarios de locales

Representando a la rama de cerámica se entrevistó a la propietaria de Galería Colibrí y ganadora del premio a trayectoria artesanal Ciudad mundial de las artesanías. Por otro lado, también se entrevistó a una artesana dedicada a la bisutería artesanal y a una artesana toquillera quienes expendan sus productos dentro del Centro Municipal Artesanal (CEMUART).

Se consideró importante realizar una entrevista a una artesana que formaba parte del festival de artesanías Festival de Artesanías 2022 organizado por el CIDAP, dedicada a la creación de objetos a través de fibras vegetales acude cada noviembre a la feria que se realiza como parte de la agenda festiva por la Independencia de Cuenca, este es un evento de gran relevancia cultural y artesanal en la ciudad, la considerable afluencia turística tanto de nacionales como extranjero convierte al festival en un punto estratégico de expendio de artesanías.

Para la ceramista las mayores problemáticas que implican al sector artesanal son las políticas públicas de impuestos que muchas veces no permiten que se dé el desarrollo adecuado de la actividad. Además, enfatiza que cuando el proceso comercial no es directo se genera pérdida económica para el artesano pues los intermediarios lucran en mayor porcentaje al vender los productos dentro de una galería.

La artesana quien elabora productos artesanales a base de fibras vegetales, tales como: lámparas, sombreros, carteras, cestas, aretes, entre otros, nos brindó información donde nos

habló de sus percepciones acerca del trabajo artesanal.

Comentó que la temporada desde agosto hasta diciembre son los meses de mayor demanda para sus productos. Con respecto al público que adquiere sus artesanías, la maestra artesana reveló que en un 50% son turistas nacionales y el 50% restante corresponde al turista extranjero, ella considera que sus obras se venden en gran porcentaje a los turistas nacionales dado que, tienen un bajo costo y variedad en cuanto a diseños, donde plasma la identidad cultural y sus conocimientos ancestrales. Sus artesanías son de autoría propia, las elabora con la ayuda de sus hijas quienes están comprometidas a continuar con su legado. La artesana expuso que la ciudad está encaminada para ser un destino de compras, menciona que en los últimos años se han dado apertura a nuevos centros donde se puedan adquirir productos artesanales y de esta manera tener la oportunidad de dar a conocer su arte.

Para la artesana los souvenirs artesanales de mayor demanda en la ciudad son los sombreros de paja toquilla y las artesanías a base de cerámica. No obstante, explica que en la ciudad de Cuenca no hay un producto artesanal que represente la cultura cuencana. Con respecto, a la pregunta donde se menciona si los turistas extranjeros adquieren los souvenirs artesanales sobre los industrializados, expresa que efectivamente valoran más los productos artesanales porque saben el sacrificio que está detrás de aquel producto a diferencia del que fue creado industrialmente. Ella plasma su creatividad en sus elaboraciones y comenta que efectivamente tienen mayor demanda aquellas elaboraciones que cuentan con diseños que representan a la cultura de la ciudad.

Con respecto a los problemas que están atravesando el sector artesanal nos comentó que muchos de sus colegas no tienen lugar para promocionar sus productos y otros colegas han optado por vender sus elaboraciones a galerías, pero no les pagan lo que es debido o tardan mucho tiempo en completar los porcentajes de pago, todo esto ha dado como resultado que las nuevas generaciones no tengan interés por mantener vivo el oficio.

La artesana quien comercializa productos a base de cerámica nos supo manifestar que noviembre, diciembre, agosto y abril son los meses de mayor demanda de sus productos, que justamente coinciden con los meses de vacaciones y fiestas de la ciudad. Su clientela está dividida en 40% locales, 30% visitantes nacionales y 30% turistas extranjeros, La ceramista manifiesta que es muy importante enfocarse en el público local y nacional, pues sus artesanías son un símbolo de nuestra propia identidad como país, la artesana pertenece a la

asociación “Ceramistas de la Convención del 45”. Todos los souvenirs artesanales que expenden en su galería son de autoría propia, asimismo, la ceramista considera que Cuenca si es un destino de compras puesto que es la ciudad del Ecuador con mayor número de productores artesanales. Así también, se consultó sobre el souvenir artesanal con mayor demanda en la ciudad, donde ella supo decir que el sombrero de paja toquilla es el producto más adquirido por los visitantes.

La ceramista expresó que los souvenirs representativos de la cultura cuencana son aquellos que identifican la riqueza paisajística tales como, los ríos o las iglesias que se encuentran en cada rincón de la ciudad. Asimismo, manifiesta que indudablemente el turista le brinda mayor valor al producto elaborado de manera artesanal, pues tenemos la oportunidad que en nuestra ciudad aún se puede convivir con los artesanos, si se visitan los barrios que popularmente han sido representados por alguna rama de este oficio los observaremos en la elaboración de sus productos lo cual establece un valor agregado en sus creaciones.

También se entrevistó a una artesana toquillera quien se dedica a confeccionar sombreros en paja toquilla. Manifestó que los meses de mayor demanda de sus productos son agosto y septiembre de cada año, que coincide con el tiempo de vacaciones en la sierra ecuatoriana donde sus principales compradores son turistas extranjeros y en un pequeño porcentaje el consumidor nacional. La artesana pertenece al gremio de artesanos ASAATEPA. Los productos artesanales que se expenden en su local son de autoría propia, es decir, ella los confecciona y no tiene intermediarios para la venta final. La artesana supo decir que nuestra ciudad si es un destino turístico para realizar compras, todos los visitantes que arriban a la ciudad compran cuando menos un souvenir en los comercios artesanales para recordar su visita a Cuenca, pues se expenden productos de todo tipo los cuales son elaborados de gran variedad de materiales. Desde su perspectiva, la señora comentó que el souvenir de mayor demanda en la ciudad son los sombreros de paja toquilla pues representan la cultura de los cuencanos. Asimismo, manifiesta que no existe un souvenir artesanal que represente directamente a la ciudad de Cuenca, sino que la mayoría de los productos representan al país en general. Afirma que los turistas prefieren adquirir productos artesanales a comparación de los industrializados, pues los artesanos pueden demostrar cómo fueron elaborados y esto es llamativo para el comprador que a su vez le brinda más valor al producto. Dentro de su local, durante las fechas festivas como lo son la Independencia de Cuenca o la Fundación de Cuenca existe mayor demanda de sombreros representativos de la cholita cuencana, y el resto de la temporada se comercializa mayoritariamente los sombreros sin ningún tipo de diseño.

Finalmente, con respecto a las problemáticas que atraviesa el sector artesanal expuso que no se ha dado una acogida por parte de las autoridades, pues la Municipalidad no brinda una apertura a los maestros artesanos para participar en las distintas ferias que se organizan en la ciudad porque para participar dentro de ellas los costos a pagar son demasiado elevados y de esa forma se está limitando el dar a conocer el arte que ellos realizan a través de sus productos.

Artesana dedicada a la elaboración y comercialización de bisutería artesanal en el Centro Municipal Artesanal (CEMUART) nos brindó sus percepciones acerca de la adquisición de souvenirs artesanales. La temporada ideal para comercializar sus productos son los meses de junio, julio, agosto y septiembre, donde su porcentaje de ventas están divididos en 70% extranjeros y un 30% locales. La artesana forma parte de la Junta Nacional de Artesanos, la cual trabaja en conjunto con la Cámara de Turismo. Los souvenirs artesanales que comercializa en su local son de su propia autoría, su madre fue la persona quien le enseñó el arte y en honor a ella lo sigue ejecutando. Así también, explicó que la ciudad de Cuenca es un destino donde se puede practicar el turismo de compras dado que la ciudad cuenta con un sinnúmero de lugares y centros donde se encuentran comercios artesanales que exponen sus mejores obras e indican cual es el proceso de elaboración hasta llegar al producto final, lo cual la artesana considera es una de las mejores formas de dar a conocer su trabajo y cautivar la atención de las personas.

Por otro lado, nos supo decir que para ella el souvenir artesanal de mayor adquisición en la ciudad es el sombrero de paja toquilla porque es muy representativo de la región e internacionalmente el sombrero es asociado con la cultura ecuatoriana. La artesana explicó que no hay un producto artesanal que represente a la ciudad de Cuenca. Asimismo, según su experiencia a lo largo del tiempo expresa que los turistas extranjeros valoran más los productos artesanales que los productos industrializados, pues en el último tiempo han ido ganando terreno en el mercado por sus precios bajos, sin embargo, no gozan de la misma calidad y autenticidad que lleva un souvenir artesanal.

La artesana manifiesta que el gobierno no está brindado el interés necesario en el sector artesanal, afirma que no se toma en cuenta a este sector dentro de los reglamentos que se establecen y por parte de la Municipalidad han optado por no darles promoción en las festividades de la ciudad, lo que es preocupante considerando que año a año el número de artesanos va disminuyendo lo que genera que estos saberes ancestrales se pierdan.

En base a los argumentos generados mediante las entrevistas realizadas a los artesanos en la ciudad, hemos concluido que:

El sector artesanal no goza de un gran apoyo por parte de las autoridades competentes, pues todos los artesanos coincidieron que para poder acceder a un puesto dentro de las ferias organizadas por estos entes gubernamentales se deben cancelar valores excesivamente altos. Por lo tanto, no son accesibles para todos y en otros casos se reúnen entre 4 o 5 artesanos donde se dividen el valor final para de esa forma tener oportunidad de vender sus creaciones.

4.3 Preferencias de los turistas cuando compran souvenirs artesanales en la ciudad de Cuenca

Cuenca es una de las ciudades más visitadas en el país debido a su cultura y tradición. Cada año, en el mes de noviembre, se conmemora la Independencia de la ciudad, el cual es uno de los feriados más importantes. En el año 2022, durante este feriado que fue desde el 3 al 6 de noviembre se registró un ingreso de más de 97.000 visitantes a la ciudad; tanto nacionales como extranjeros quienes transitaron por sus calles con el fin de conocer cada uno de sus rincones y disfrutar de las fiestas (Alcaldía de Cuenca, 2022). La ciudad cuenta con una abundante oferta turística, entre la cual se destacan los souvenirs artesanales que son llamativos para los visitantes.

Con el pasar de los años, la ciudad ha ido evolucionando, hoy es la tercera ciudad más importante del país y una de las que más ingresos ha venido generando desde el inicio de este siglo por motivo del turismo (Serrano y Villafuerte, 2017). La capital azuaya ha sido galardonada con numerosos premios internacionales que han ayudado a su reconocimiento en el exterior.

El reconocimiento más importante que posee la ciudad es el que fue otorgado por la UNESCO en el año 1999, cuando fue nombrada Patrimonio Cultural de la Humanidad por su estado de conservación del centro histórico, utilización de materiales autóctonos en los bienes patrimoniales, las costumbres y creencias de su gente, entre otros criterios (Heras, 2015).

A continuación, se detallan algunos de los premios que han sido otorgados a la ciudad:

En el año 2008, la revista alemana Stern Magazine nombró a Cuenca como mejor Destino para Visita y Estadía en Latinoamérica. Fue condecorada como Mejor Lugar

en el Mundo para Retirados en cuatro oportunidades, 2009, 2010, 2011 y 2013, este reconocimiento fue otorgado por la Revista International Living. En 2014, la revista internacional National Geographic calificó a la Plaza de las Flores como el Mejor Mercado de Flores al Aire Libre en el Mundo. La prestigiosa guía de turismo y viajes Lonely Planet posicionó a la ciudad de Cuenca dentro del top 10 acerca de las Ciudades a Conocer en el Mundo en su listado anual correspondiente al año 2010 (Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2014, p. 9).

En el año 2013 obtuvo el premio Paul L'Allier para el patrimonio, por su proyecto ejecutado en la zona del Barranco de Cuenca, el premio es entregado por la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial, 2013).

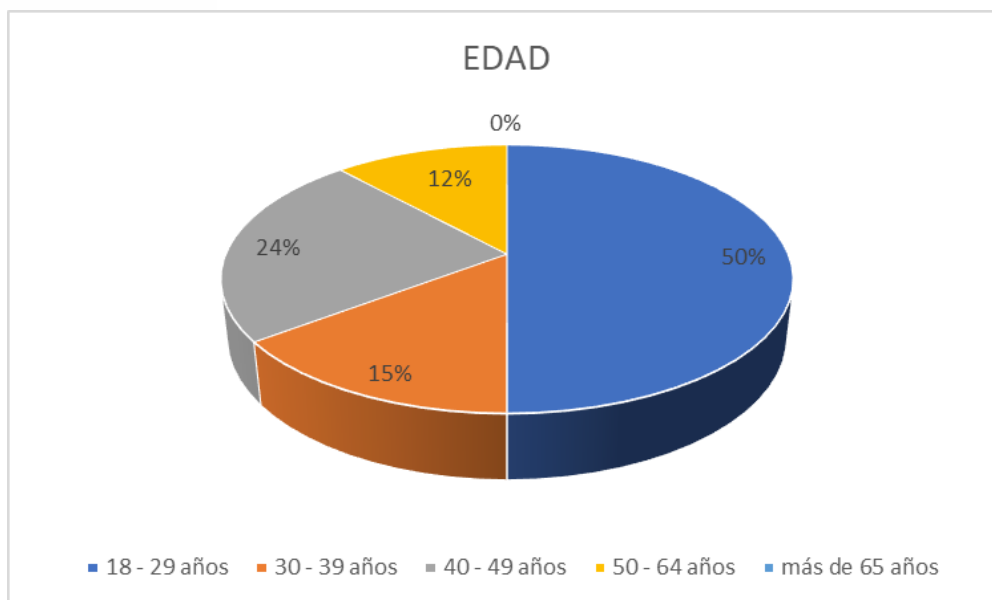
Asimismo, la urbe azuaya ha conseguido en tres ocasiones la distinción como “Mejor Destino de Vacaciones Cortas en Sudamérica”, premio que entrega los World Travel Awards, en el 2017 por primera vez, 2018 por segunda ocasión y 2019 fue la última oportunidad que pudo conseguirlo (Fundación Municipal Turismo para Cuenca, s.f.).

Estos reconocimientos han sido los más destacados y que más repercusión han generado en el ámbito local e internacional. Con ello, la ciudad se ha catapultado como un importante destino turístico en el país atrayendo anualmente a miles de turistas quienes gustan recorrer sus calles y los atractivos que le han valido para ser condecorada en revistas y organismos de talla mundial.

4.3.1 Análisis de los resultados de la encuesta

Figura 1

Edad de los encuestados



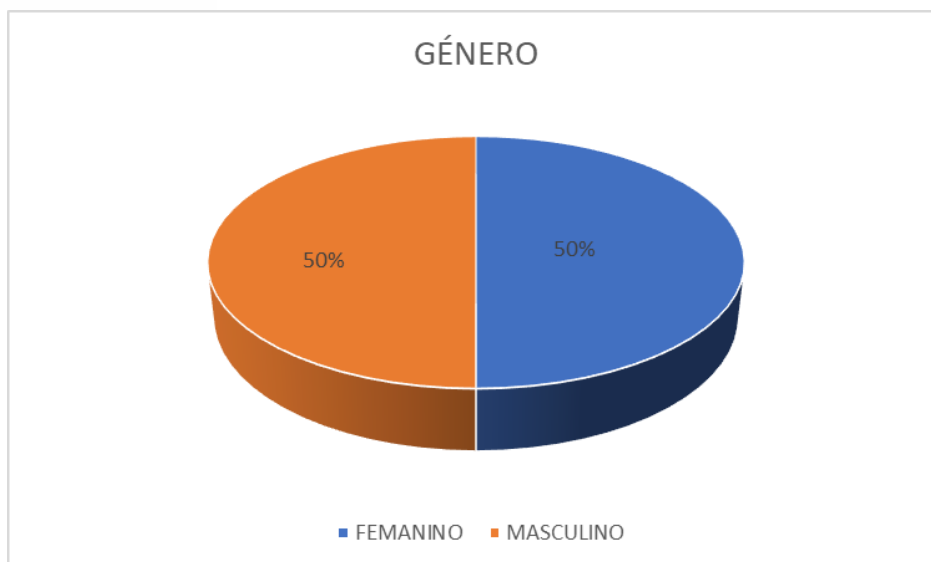
Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

Para obtener un resultado más concreto en el presente trabajo de investigación se optó por clasificar las edades en rangos. Del 100% de la población encuestada que son 68 personas el 50% de ellos tienen una edad que fluctúa entre los 18 a 29 años, el 24% de las personas que respondieron a la encuesta tienen una edad entre 40 a 49 años, 15% de la población que representa 10 encuestados tienen una edad entre 30 a 39 años, mientras que, en porcentaje menor, 8 personas que representan el 12% afirman tener una edad entre 50 a 64 años. No hubo respuestas de personas que tengan una edad de 65 años o superior. Con estos resultados podemos concluir que las personas extranjeras que más visitan la ciudad de Cuenca tienen una edad que oscila entre 18 a 49 años, estos resultados difieren con la información expuesta en el punto 4.3 en el cual se manifiesta que la ciudad de Cuenca ha sido galardonada por varias ocasiones como un destino para los extranjeros retirados, los resultados obtenidos nos da a entender que el extranjero jubilado, en su mayoría ya no realiza actividades relacionadas con el turismo frecuentemente, puesto que su estadía en la ciudad ya no es temporal sino prolongada e indefinida.

Figura 2

Género de los encuestados



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

Las encuestas fueron realizadas a un total de 68 personas, se obtuvo un balance equitativo donde 50% son personas de género masculino, lo cual corresponde a 34 encuestados. Mientras que las personas de género femenino corresponden al 50% restante. Ninguna de las personas encuestadas optó por la opción de otro género. En fin, estos resultados demuestran que existe una paridad entre sexo femenino y masculino de las personas que visitan la ciudad.

En la siguiente tabla se exponen datos combinados sobre la edad y género de los turistas que participaron en la encuesta, se realizó la representación de esta forma para obtener un mejor entendimiento sobre los datos expuestos anteriormente en las figuras, esta tabla nos presenta la cantidad de visitantes tanto del sexo femenino como masculino y sus edades, se puede observar en su mayoría una igualdad entre ambos sexos dándonos a entender que visitan la ciudad acompañados uno del otro.

Tabla 3

Edad y género

Edad	Masculino	Femenino
18 - 29 años	17	17

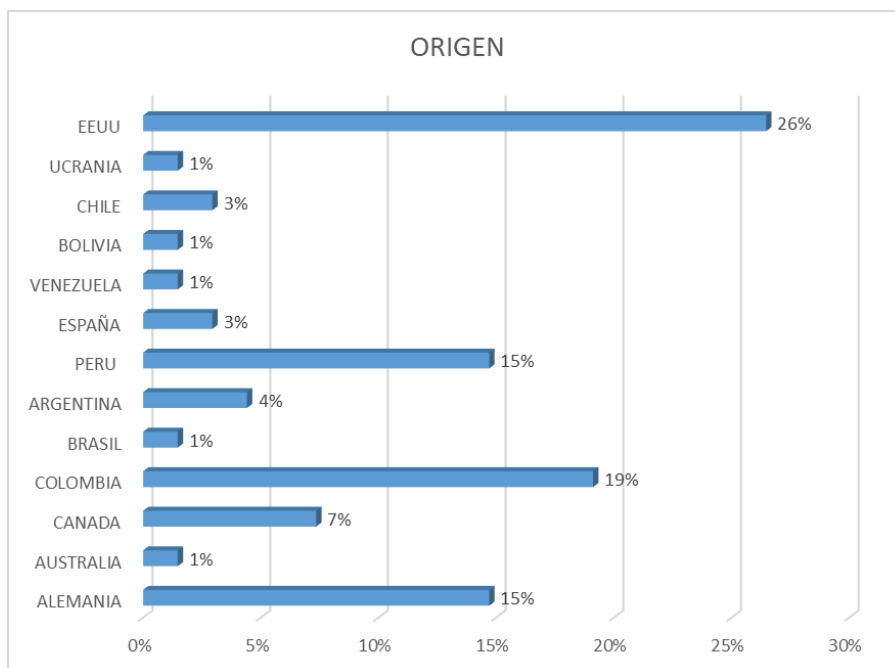
30 - 39 años	6	4
40 - 49 años	7	9
50 - 64 años	4	4
Más de 65 años	0	0
Total	34	34

Nota. Detalle de datos demográficos, género y edad de los encuestados.

Fuente. Elaborado por los autores.

Figura 3

Origen de los encuestados



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

De las personas encuestados, un total de 18 personas que corresponden al 26% respondieron que su lugar de origen es EE.UU., siendo el porcentaje más alto, seguido por el 19% que provienen de Colombia, turistas de Alemania y Perú establecen un porcentaje de 15% cada uno. Un 7% de la población total proviene de Canadá, 4 personas respondieron que su lugar

de origen es Argentina lo cual corresponde el 6%, los ciudadanos de Chile y España corresponden ambos un 3% en el porcentaje total. En minoría están los turistas de Australia, Brasil, Venezuela, Bolivia y Ucrania todos ellos con un porcentaje de 1% cada uno.

Es así que en el presente cuadro se puede observar que los turistas que arriban a la ciudad de Cuenca en su mayoría son estadounidenses, que a través de los años se ha mantenido como el mayor emisor de visitantes hacia nuestro país, seguidos por los colombianos puesto que es uno de los países que colinda con el Ecuador, en tercer lugar se posiciona Perú que es un país vecino y hay mayor facilidad en cuanto a conectividad aérea y terrestre, y Alemania con un porcentaje muy relevante a pesar de ser país lejano comparado con el resto.

Los resultados en esta pregunta respaldan en su gran mayoría a las respuestas brindadas por parte de los artesanos sobre quienes adquieren más sus productos, en donde ellos manifiestan que sus compradores son tanto visitantes extranjeros como nacionales, esta figura expone alrededor de 12 países de los cuales provienen los compradores internacionales confirmando que hay un elevado porcentaje de extranjeros que realizan compras de souvenir artesanales, estos resultados demuestran que las nacionalidades de los extranjeros que llegan a Cuenca es diversa. Sin duda, los nombramientos y galardones que ha recibido la ciudad han ayudado a la promoción internacional del destino, mismos que fueron detallados en el punto 4.3, nombramientos que ha recibido la ciudad por parte de World Travel Awards, la revista alemana Stern Magazine y la renombrada guía turística Lonely Planet en donde ubican a la ciudad como uno de los mejores destinos turísticos a visitar en Sudamérica.

A continuación, se exponen datos combinados (tabla 4) con relación al género y lugar de origen de los turistas que participaron en la encuesta, se muestra de esta forma para lograr un mejor entendimiento sobre los datos expuestos anteriormente.

Tabla 4

Género y origen

Origen	Femenino	Masculino
Alemania	5	5
Australia	0	1

Canadá	2	3
Colombia	7	6
Brasil	1	0
Argentina	1	2
Perú	5	5
España	2	0
Venezuela	0	1
Bolivia	1	0
Chile	2	0
Ucrania	0	1
EEUU	8	10
Total	34	34

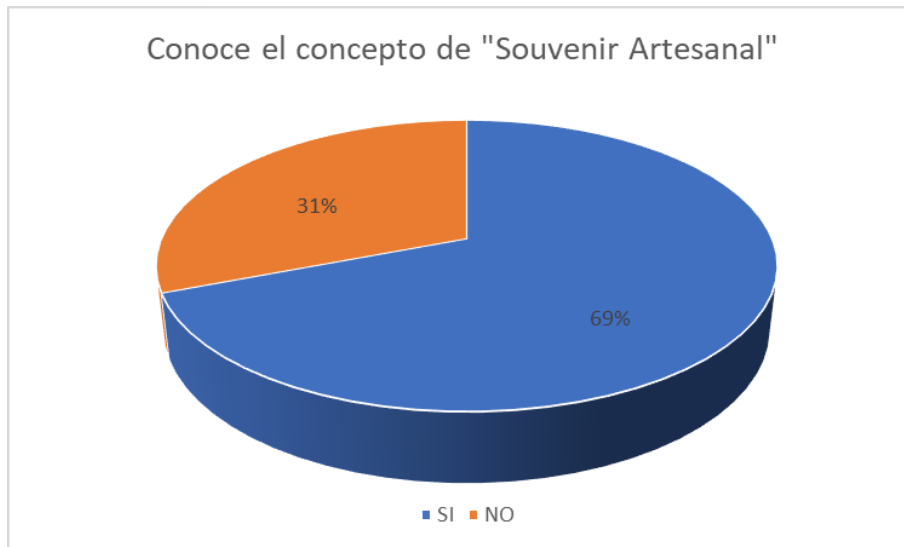
Nota. Detalle de datos demográficos, género y origen de los encuestados.

Fuente. Elaborado por los autores.

Pregunta 1. ¿Conoce o ha escuchado el concepto de “Souvenir artesanal”?

Figura 4

Noción sobre el concepto “Souvenir artesanal”



Nota. Elaborado por autores.

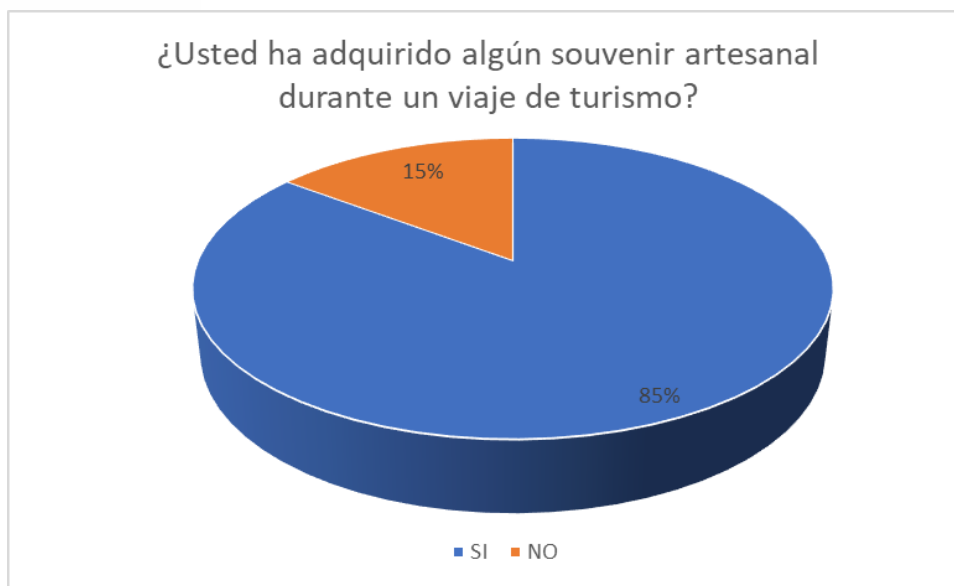
Fuente. Encuesta de campo.

En el gráfico podemos observar que el 69% del público encuestado, es decir 47 turistas, afirmaron que tienen conocimiento acerca del concepto de souvenir artesanal. Por otro lado, 21 encuestados que representan el 31% del total de 68 personas, respondieron que no tienen conocimiento sobre dicho concepto. Esto nos deja ver que si bien es cierto el termino no es usado comúnmente, los extranjeros en su mayoría están familiarizado con su definición. El término souvenir artesanal es un medio bastante amplio en donde intervienen varios actores no sólo artesanos y turismólogos (Luva de Mello y Ciliane, 2015). De acuerdo con la información otorgada por las entrevistadas a pesar que el término no está totalmente claro entre los visitantes, cuando el turista extranjero realiza sus compras hace hincapié en los productos donde se evidencie el trabajo artesanal.

Pregunta 2. ¿Usted ha adquirido algún souvenir artesanal durante un viaje de turismo?

Figura 5

Adquisición de souvenir artesanal



Nota. Elaborado por autores.

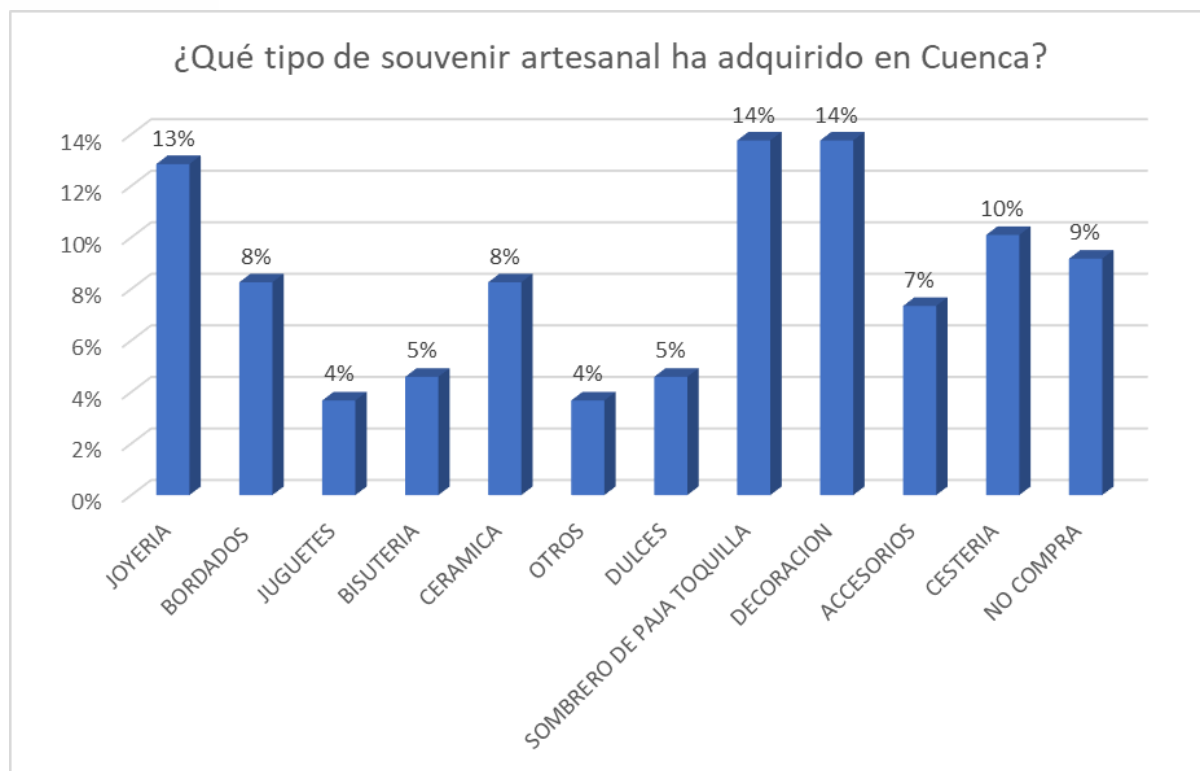
Fuente. Encuesta de campo.

Como se expone en el gráfico, el 85% del público encuestado, correspondiendo a 58 turistas, afirman que si han adquirido algún souvenir artesanal mientras realizaban un viaje de turismo. Por otro lado, 10 encuestados que representan el 15% del total de personas, respondieron que no han comprado ningún tipo de souvenir artesanal durante un viaje de turismo. Aquí existe una significativa diferencia entre los resultados obtenidos, demostrando que el visitante si adquiere productos para llevar consigo y de esta manera preservar los recuerdos del viaje. Estos resultados avalan previos estudios realizados por autores donde manifiestan que la adquisición de souvenirs comprende un gasto significativo dentro del dinero destinado para su viaje (Masset y Decrop, 2020). Así también, se revalida los resultados obtenidos a través de las entrevistas que se realizaron a los artesanos en donde manifiestan que su mercado sobresaliente es el extranjero, en su mayoría los artesanos afirmaron que dicho mercado oscila entre el 30% y el 50% de sus ventas. Sin embargo, también supieron decir que el mercado local no se encuentra muy alejado del extranjero puesto que el público cuencano pondera el producto elaborado en su ciudad.

Pregunta 3. ¿Qué tipo de souvenir artesanal ha adquirido en la ciudad de Cuenca?

Figura 6

Tipos de Souvenirs artesanales



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

En este sentido, una vez respondida la pregunta anterior de manera positiva, se procedió a consultar el tipo de souvenir artesanal que el visitante ha comprado en la ciudad de Cuenca, en algunos casos se obtuvieron más de una respuesta. El sombrero de paja toquilla y decoración fueron los productos de mayor demanda con un 14%, dentro decoración se vio la necesidad de agrupar todos los objetos decorativos, en esta categoría están agrupados máscaras, cuadros, cruces de hierro forjado, piedras decorativas. Seguido de joyería con un 13% del total encuestados en donde se agruparon todo tipo de artesanías a base de metales preciosos usando técnicas como la filigrana y el repujado, técnicas artesanales muy comunes en la orfebrería, continuando con los porcentajes más elevados que arrojaron las encuestas en el tercer puesto se encuentra la cestería correspondiendo al 10% seguido del 8% en donde se encuentran la cerámica y el bordado, dos ramas muy representativas en la ciudad.

Con el 7% se encuentra accesorios que agruparon los siguientes elementos: llaveros, billetera de cuero y cartera, con el 5% encontramos las opciones bisutería en la cual se agrupó toda tipo de creaciones artesanales como lo son manillas, aretes, collares y anillos que no son a base de materiales preciosos, asimismo con el mismo porcentaje la opción dulces en

la cual se juntó las dos respuestas que obtuvimos de la encuesta que fueron chocolates y dulces de corpus. Finalmente, se obtuvo un 4% en juguetes y otros; en juguetes se agrupó a muñecas de cholita cuencana y barco de madera. Mientras, que la opción otros fue el ítem donde se decidió agrupar a todas aquellas respuestas que no eran considerados souvenirs artesanales como lo son postales, imanes de refrigeradora, libros, llaveros de plástico. Con este último porcentaje podemos encontrar una discrepancia con las respuestas obtenidas en la pregunta 1, donde se consulta al encuestado si tiene conocimiento acerca del término “souvenir artesanal”, llegando a la conclusión que el término no está totalmente claro para algunos de los encuestados dado que, su respuesta en la pregunta 3 no encaja dentro de esta rama.

Finalmente, el 9% de los encuestados que previamente en la pregunta 2 respondieron que no adquieren ningún producto durante un viaje se les clasificó en el presente gráfico como “no compran”. Los porcentajes arrojados en esta pregunta se relaciona en su totalidad con las respuestas obtenidas en la entrevista a las artesanas donde ellas manifiestan que el souvenir artesanal con mayor demanda en Cuenca es el sombrero de paja toquilla y así también lo denominaron como el souvenir artesanal que representa a la cultura cuencana. El sombrero de paja toquilla es de las más distintivas de la ciudad y el visitante no solo viene con la intención de adquirir el producto sino también en la búsqueda de aprender sobre la elaboración minuciosa de este souvenir reconocido mundialmente (Fundación Turismo para Cuenca, 2016).

Pregunta 4. ¿Es para usted llamativo un objeto de recuerdo de viaje que plasme aspectos culturales del lugar de visita?

Figura 7

Interés por los aspectos culturales del destino



Nota. Elaborado por autores.

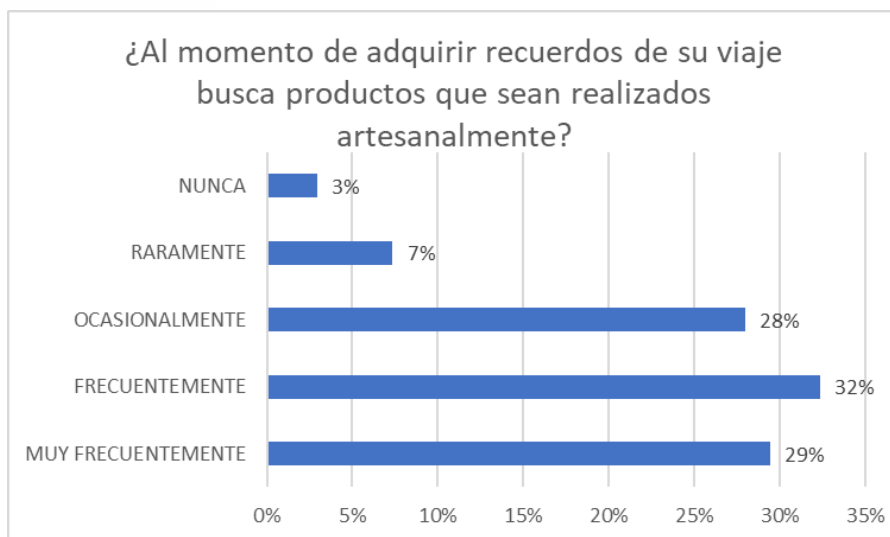
Fuente. Encuesta de campo.

El 94% de la muestra total, los cuales corresponden a 64 visitantes afirman que es llamativo un objeto de recuerdo dentro del viaje que plasme aspectos culturales del lugar de visita, mientras que una minoría, 4 personas que establecen el 6% del total de los encuestados manifiestan que no es llamativo el objeto antes mencionado. Estos resultados apoyan a lo que plantean los autores Cardini (2005) y Navarro (2012) en sus respectivas obras, sobre el valor cultural que poseen dichos objetos puesto que son portadores de particularidades históricas y de tradición del lugar que pertenece. Como resolución es más que claro que los visitantes en su gran mayoría aprecian los objetos poseedores de arte, costumbres y saberes ancestrales, confirmando lo que nos expuso la artesana ceramista en el punto 4.2 donde nos expone la importancia que tiene la artesanía como un símbolo de nuestra identidad cuencana, en donde se pueden llegar a reflejar aspectos cotidianos de la ciudad como ríos y paisajes .

Pregunta 5. ¿Al momento de adquirir recuerdos de su viaje busca productos que sean realizados artesanalmente?

Figura 8

Predilección por productos artesanales



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

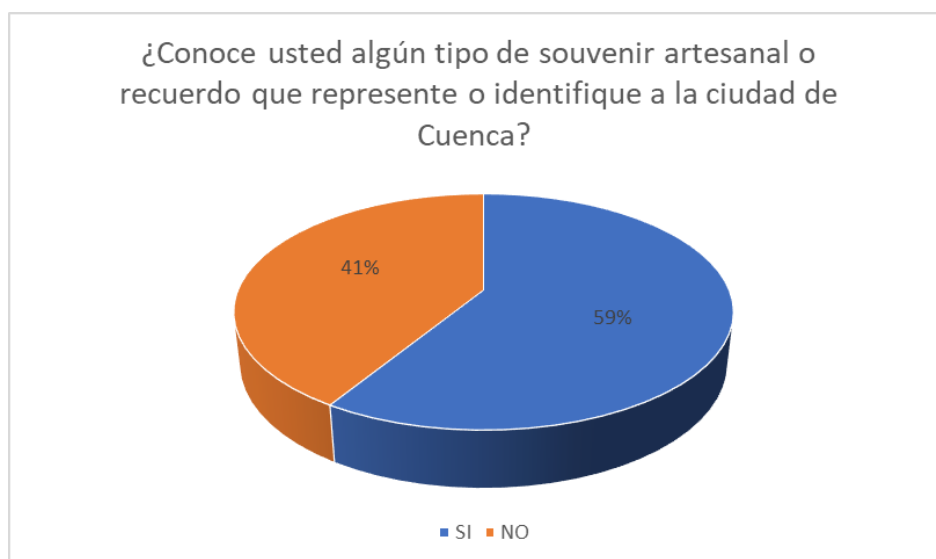
En respuesta a la quinta pregunta, un porcentaje de 32% manifestaron que frecuentemente adquieren productos realizados artesanalmente, el 29% declararon que buscan muy frecuentemente que los productos sean realizados de manera artesanal. El 28% de visitantes respondieron que ocasionalmente buscan productos artesanales. Con porcentajes menores, en un 7% expresaron que raramente compran productos realizados por artesanos, mientras que un 3%, es decir 2 personas, manifestaron que nunca buscan comprar productos elaborados de esta forma.

Se puede observar en las estadísticas que la población valora el trabajo realizado por maestros artesanos y buscan los productos realizados artesanalmente en lugar de adquirir recuerdos que han sido producidos en masa. Se percibe una relación entre la interrogante 5 y 6 pues las dos preguntas se centran en obtener información sobre el conocimiento del turista acerca de los productos artesanales y si hay interés por adquirirlos. Las artesanas en el punto 4.2 manifestaron que su mercado elogia más los productos realizados artesanalmente que los fabricados en masa que simplemente reflejan una imagen distintiva de la ciudad. El visitante aprecia el trasfondo de cada producto y valora el largo y minucioso proceso que conlleva cada uno de estos artículos.

Pregunta 6. ¿Conoce usted algún tipo de souvenir artesanal o recuerdo que represente o identifique a la ciudad de Cuenca?

Figura 9

Conocimiento productos artesanales cuencanos



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

En cuanto a la pregunta que expone si existe un souvenir artesanal o recuerdo que represente a la ciudad, los 68 encuestados declararon lo siguiente; el 59% de ellos manifestaron de forma positiva el conocer un recuerdo que identifique a la ciudad de Cuenca, mientras que 28 personas que establecen un 41% del total expresaron no conocer un recuerdo artesanal que identifique a la capital azuaya.

Existe una paridad en los resultados, lo cual da a conocer que en la ciudad de Cuenca donde se expenden gran variedad de productos artesanales, no existe un producto estrella con el cual se le identifique a la ciudad.

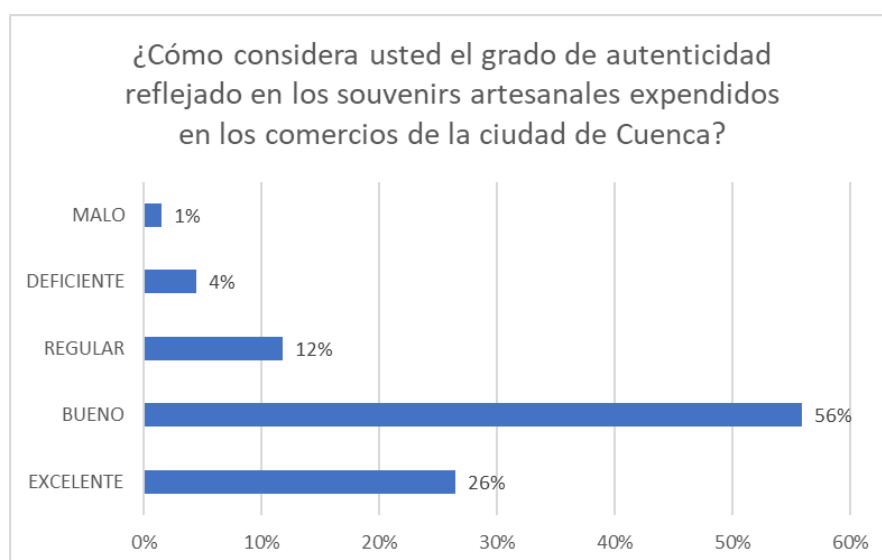
Cuenca es una ciudad que posee una extensa riqueza cultural y patrimonial que ha sido reconocida nacional e internacionalmente. Sin embargo, conforme a las respuestas arrojadas luego del análisis se ha determinado que no se ha trabajado en la creación de un souvenir artesanal que represente a la cultura cuencana y por ende a la ciudad. Dentro de las entrevistas donde se realizó la misma pregunta a las artesanas la respuesta fue similar a la presentada en la encuesta, todas coincidieron en que no hay un souvenir artesanal estrella con el cual se relacione directamente a Cuenca y su cultura, puesto que en las zonas aledañas

a la ciudad también se producen artículos similares provocando en la visitante confusión al no saber el lugar de origen de dichos objetos o a qué zona del Ecuador pertenecen.

Pregunta 7. ¿Cómo considera usted el grado de autenticidad reflejado en los souvenirs artesanales expendidos en los comercios de la ciudad de Cuenca?

Figura 10

Grado de autenticidad



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

Con respecto a la séptima pregunta, más de la mitad de los resultados, el 56% de quienes respondieron a la encuesta afirmaron que es bueno el grado de autenticidad de los souvenirs artesanales que se expenden en la ciudad, el 26% de ellos catalogan como excelente el grado de autenticidad, el 12% lo establecen como regular. A la vez que en un promedio de 4% respondieron como deficiente y 1% de los encuestados respondieron que la autenticidad es mala. En consecuencia, es más que claro que en su mayoría los encuestados consideran la autenticidad de los productos artesanales que se expenden en la ciudad de Cuenca entre buenos y excelentes.

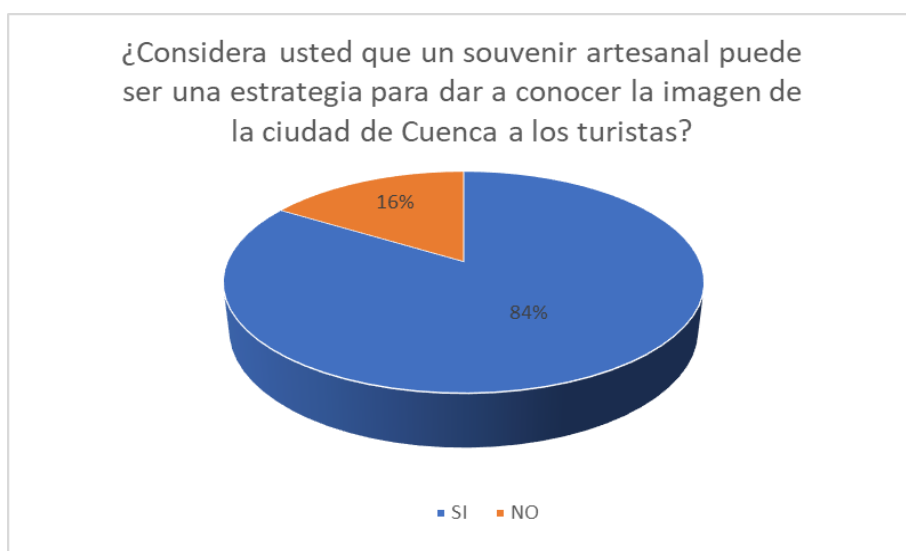
Es importante señalar que el grado de autenticidad en algunos casos puede estar alterado. Los souvenirs pueden estar modificados para complacer la demanda del consumidor y en realidad el producto puede no estar representando los atributos propios de la comunidad local

(Soukhathammavong y Park, 2019). No obstante, los resultados de las entrevistas demuestran que en el caso de las artesanías que se realiza en la ciudad de Cuenca es complicado alterar la realidad y escenificar el trabajo del artesano puesto que son labores que aún se mantienen vivas dentro de la urbe y al recorrer la ciudad es fácil encontrarse con variedad de talleres artesanales en donde se puede visualizar al maestro artesano trabajando naturalmente.

Pregunta 8. ¿Considera usted que un souvenir artesanal puede ser una estrategia para dar a conocer la imagen de la ciudad de Cuenca a los turistas?

Figura 11

Estrategia promocional



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

Del total de las personas que respondieron la encuesta, una gran mayoría representado por un 84% expresaron que un souvenir artesanal si puede ser una estrategia para dar a conocer la imagen de la ciudad ante los ojos de los turistas tanto nacionales como internacionales. En cuanto al 16% restante manifestaron que los souvenirs no serían una estrategia para promocionar la ciudad. De esta manera se puede observar una diferencia notoria entre las dos respuestas, una fluctuación muy grande entre la respuesta positiva con respecto a la negativa.

Al tener en consideración que en la ciudad no se ha reconocido un souvenir artesanal, con el

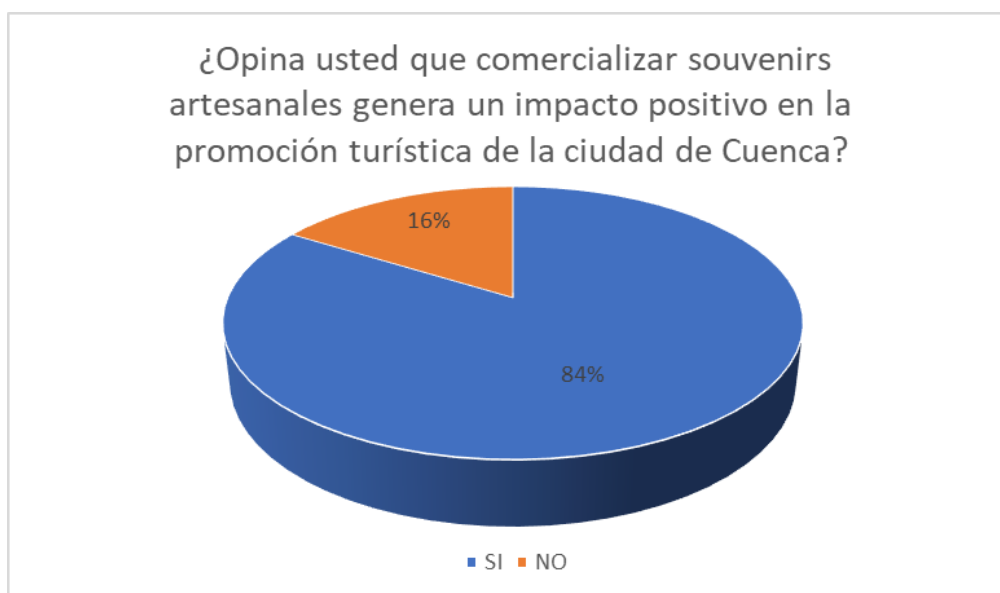
cual se represente la cultura cuencana, sería adecuado trabajar en ello pues tomando en cuenta las respuestas de los turistas la gran mayoría está de acuerdo en que un souvenir artesanal puede ser una estrategia de promoción turística para el destino

Basándonos en el nombramiento “Ciudad Mundial de la Artesanía” por parte del WCC, es necesario destacar que la ciudad posee diferentes ramas artesanales de las cuales se pueden derivar productos que sirvan como potencializadores para dar a conocer la imagen de la ciudad. Por el contrario, las artesanías consideran que el apoyo hacia su gremio por parte de las autoridades es muy deficiente e inestable con los cambios de gobierno dando como resultado que las diferentes asociaciones de artesanos carezcan de oportunidades para dar a conocer sus diferentes productos que son una herramienta clave para lograr que la imagen de Cuenca sea renombrada.

Pregunta 9. ¿Opina usted que comercializar souvenirs artesanales genera un impacto positivo en la promoción turística de la ciudad de Cuenca?

Figura 12

Promoción turística



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

En cuanto a la pregunta número 9 se puede observar que el resultado es idéntico al de la

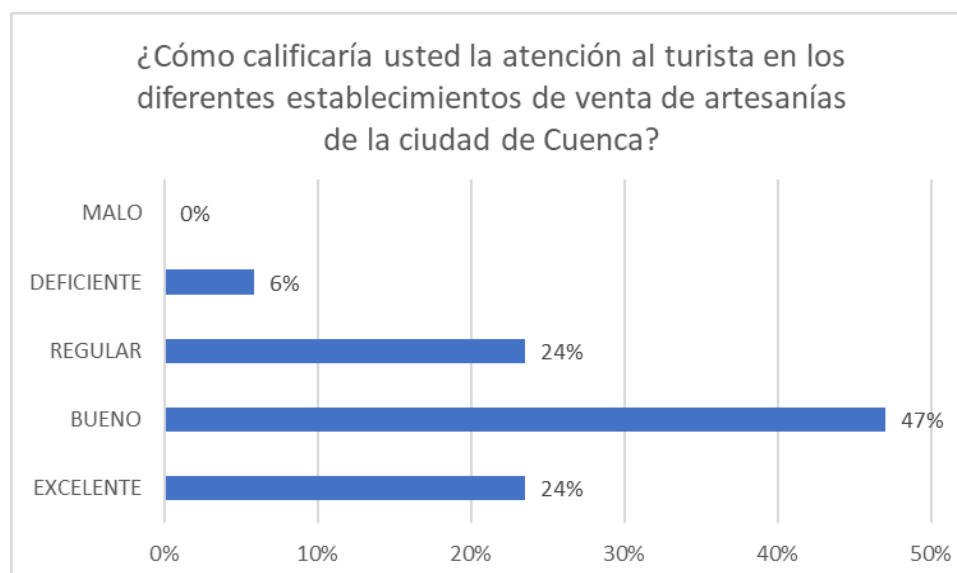
pregunta 8, puesto que son preguntas que se relacionan en cuanto al tema de la promoción turística de un destino, los resultados obtenidos fueron un total de 57 personas que representan el 84% consideran que la comercialización de los souvenirs artesanales si generan un impacto positivo en la promoción turística de la ciudad, mientras que un 16% que hace referencia a 11 personas consideran lo contrario.

La adquisición de recuerdos de un viaje y el turismo están relacionados directamente. Mediante la dinámica de consumo el souvenir artesanal genera la promoción de la imagen del lugar turístico, pues una persona que no ha visitado el destino a través de una muestra tangible de lo que existe en el lugar (souvenir artesanal), le generará interés en conocerlo (Luva de Mello y Ciliane, 2015). Se puede evidenciar una correlación entre las preguntas 8 y 9 pues ambas tienen como objetivo obtener información de ayuda para analizar la promoción e imagen turística de la ciudad, si bien previamente se enfatizó en el poco apoyo con el que cuentan los artesanos es importante reiterar que para un mejor desempeño de la ciudad en cuanto a la rama turística es esencial, incluir a los artesanos como actores dado que sus obras y los procesos de elaboración son factores que captan la atención del visitante y de esta manera pueden ser instrumentos impulsores de la promoción turística de Cuenca.

Pregunta 10. ¿Cómo calificaría usted la atención al turista en los diferentes establecimientos de venta de artesanías de la ciudad de Cuenca?

Figura 13

Servicio al cliente



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

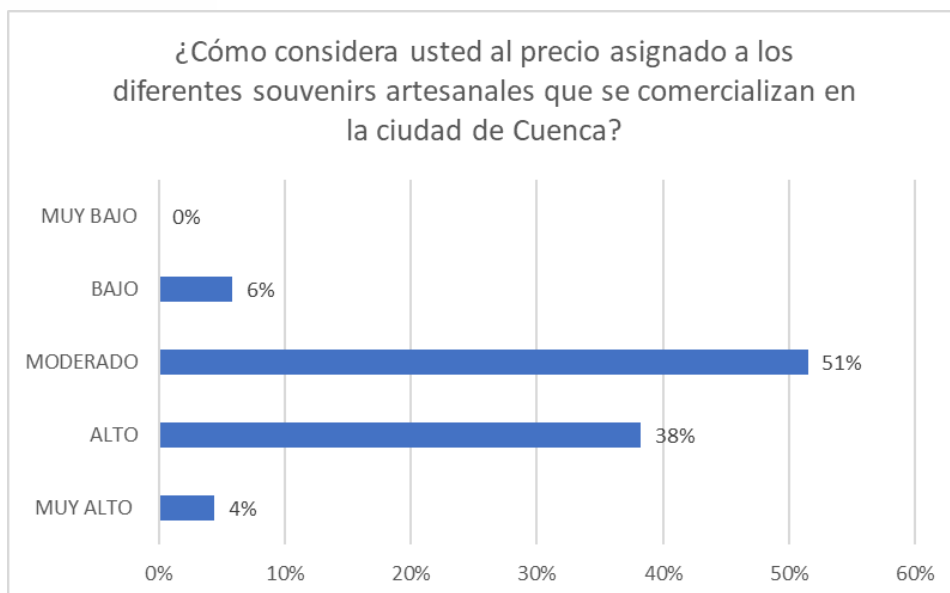
Para la formulación de esta pregunta se aplicó la escala de Likert, dando como resultado un total de 47% que consideran buena la atención al turista, seguido del 24% correspondiente a excelente, de igual manera con 24% se encuentra la opción de regular y por último con 6% deficiente. Cabe destacar que ninguno de los encuestados considera como mala la atención al cliente puesto que se representa con el 0%. Se puede visualizar que entre las respuestas el rango se mantuvo entre bueno y excelente y la fluctuación es bastante notoria.

El servicio al cliente es primordial dentro de la actividad turística en cualquier parte del mundo, una mala experiencia con un prestador de productos o servicios puede ocasionar una mala experiencia del turista con respecto al destino, tomando como referencia las respuestas de los visitantes extranjeros que tuvieron un contacto directo con artesanos de la ciudad se puede concluir que la atención al turista es de buena calidad, lo cual es primordial tomando en cuenta que Cuenca puede llegar a convertirse en un destino turístico de compras según los resultados obtenidos a través de las entrevistas y las encuestas. La ciudad de Cuenca al ser galardonada en varias ocasiones por diferentes nominaciones que la ubican entre los mejores destinos a visitar, debe procurar mantener sus estándares altos en cuanto al servicio al cliente, como se menciona en el punto 2.7 la satisfacción del cliente a la hora de adquirir los productos es vital puesto que esto fortalecerá la fidelidad del visitante hacia el destino.

Pregunta 11. ¿Cómo considera usted al precio asignado a los diferentes souvenirs artesanales que se comercializan en la ciudad de Cuenca?

Figura 14

Perspectiva del precio



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

Esta pregunta sirvió para saber la perspectiva del turista en cuanto a los precios estipulados de los souvenirs artesanales en la ciudad de Cuenca y se obtuvieron los siguientes resultados, con un 51% que representa a 35 personas consideran moderado los precios designados, seguido del 38% siendo esto 26 personas que opinan que los valores son altos, continuo se encuentra la opción bajo con 6% y el 4% muy alto, finalmente ninguno de los encuestados considera los precios muy bajos dándonos un resultado de 0% en esta opción.

En base a estas respuestas se muestra la gran acogida que tienen los visitantes extranjeros en cuanto al valor económico de los productos artesanales puesto que tras el análisis se puede distinguir que no los consideran de un valor exageradamente alto.

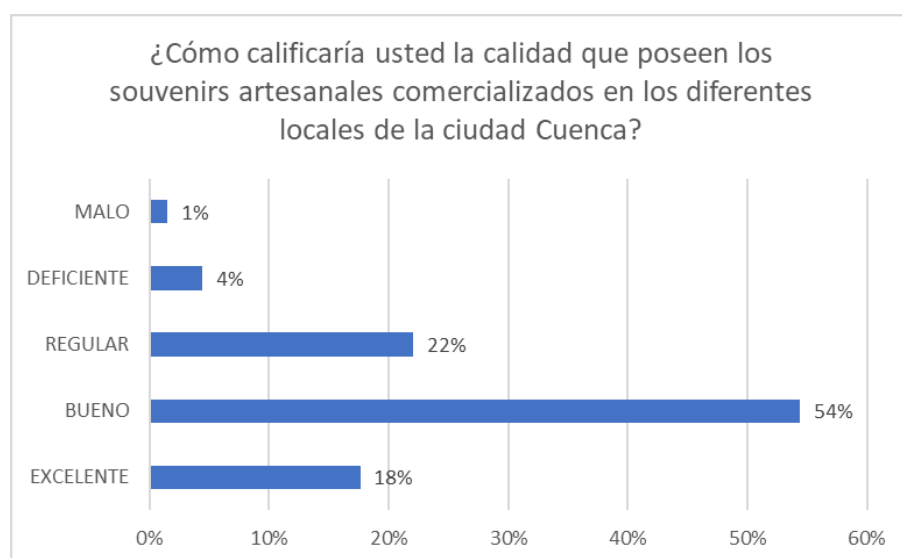
Los souvenirs artesanales son productos que conllevan un arduo trabajo y tiempo para su elaboración por el detalle y características únicas que posee, por esta razón es que en el mercado turístico el precio de estos productos es más elevado a comparación de un souvenir producido en masa. Una de las artesanas entrevistadas comentó que el turista reconoce todos estos detalles que están plasmados dentro del souvenir artesanal y los prefieren a pesar de que en el último tiempo se estén ofertando productos de otra calidad a menor valor, no obstante, otra de las artesanas entrevistadas manifiesta que sus productos a base de fibras vegetales no poseen un elevado costo lo que le facilita el expendio de sus elaboraciones.

Con estos resultados podemos concluir que existen turistas que ponderan el valor que poseen estos objetos y están dispuestos a pagar lo justo por el trabajo manual del artesano, pero también se encuentran aquellos que prefieren las elaboraciones más baratas o las que se encuentran a su alcance económico, pero de igual manera se pone como prioridad elementos portadores de cultura y elaborados con técnicas artesanales.

Pregunta 12. ¿Cómo calificaría usted la calidad que poseen los souvenirs artesanales comercializados en los diferentes locales de la ciudad Cuenca?

Figura 15

Calidad de los productos



Nota. Elaborado por autores.

Fuente. Encuesta de campo.

En cuanto a los aspectos de calidad de los souvenirs artesanales comercializados en la Cuenca, se pudo obtener un porcentaje en cada uno de ellos siendo el más elevado la opción de bueno con un 54% continuo de regular con un 22% seguido de excelente con el 18%, finalmente las opciones de deficiente y malo obtuvieron el 4% y el 1 % respectivamente.

En base a estos resultados se tiene claro que el visitante extranjero valora la calidad de los productos artesanales puesto que de las 5 opciones de respuesta se han obtenido resultados que indican ser muy críticos en ese ámbito, por lo tanto, es importante contar con artesanías auténticas, se considera esto importante a la hora de adquirir productos.

Para que una artesanía sea auténtica debe poseer características únicas del lugar de origen ya sea la técnica en la cual se trabajó, el material o reflejar costumbres o tradiciones de la localidad (Mendoza et al., 2019). En función a lo planteado previamente por los autores, los resultados de las entrevistas confirman que los productos artesanales que plasman aquellas manifestaciones culturales de la ciudad son las que más se adquieren, tales elaboraciones que reflejan la arquitectura de la ciudad, la cholita cuencana y su vestimenta se encuentran entre las favoritas de los compradores.

Con el resultado final de los instrumentos de recolección de datos que fueron aplicados, encuesta y entrevista respectivamente, se comprobó que el término souvenir artesanal no está completamente identificado entre los encuestados, puesto que a la hora de analizar las respuestas en la pregunta número 3 obtuvimos como resultados productos fabricados en serie y que no plasman ningún tipo de trabajo o arte manual sino simplemente se limitan a reflejar una imagen de algún sitio turístico de la ciudad de manera totalmente computarizada así también se constató que el visitante considera crucial la buena atención a la hora de visitar los diferentes locales artesanales de la ciudad y la relación entre el precio y la calidad ofrecida.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

Una vez finalizado el presente trabajo de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Cuenca es la ciudad del país que posee el mayor número de maestros artesanos, por lo mismo cuenta con diferentes ramas artesanales que están arraigadas a la identidad cultural de la ciudad, gracias al riquísimo sincretismo heredado desde la época colonial que se manifiesta en sus calles adoquinadas, templos, costumbres y tradiciones que han dado paso a que sus inspiraciones se basen en los recursos paisajísticos que tienen a su disposición desde las orillas de sus ríos hasta su arquitectura.

En cada rincón de la ciudad se puede encontrar artesanos realizando sus obras es por eso, que para el visitante es fácil diferenciar un producto que ha sido trabajado a mano de otro que fue producido en masa. Se evidenció que el turista tiene preferencia en adquirir souvenirs artesanales por sobre los industrializados puesto que valoran el trabajo que hay detrás de la producción del artículo.

Al llevar a cabo las encuestas se determinó que los visitantes compran gran variedad de

souvenirs artesanales, siendo el sombrero de paja toquilla el producto de mayor demanda dentro del comercio artesanal por ser un elemento representativo de la vestimenta de la simbólica “Chola cuencana”, producto emblemático que a pesar de estar disperso a lo largo del país tiene gran acogida el elaborado en la región austral, permitiéndonos identificar la necesidad de la promoción directa y masiva de dicho producto como elemento elaborado artesanalmente en nuestra localidad.

Dentro de los souvenirs artesanales está plasmado el arte e imaginación del creador, los diseños son diversos, pueden contar una historia o simplemente estar basados en algo existente. Pero en la ciudad no hay un souvenir característico, un diseño eje con el cual se pueda asociar directamente a Cuenca, la mayoría de las artesanías son de diferentes estructuras o diseños libres, debido al ya mencionado sincretismo existente.

Mediante nuestro trabajo de investigación pudimos constatar el mal uso que se está dando al término souvenir artesanal en los diferentes locales comerciales de la ciudad de Cuenca, puesto que en varias ocasiones nos promocionaron un objeto fabricado en masa que no posee ningún tipo de trabajo manual ni es portador de la cultura y tradición cuencana, simplemente expone una imagen de la ciudad, algo que puede llegar a generar confusión en cuanto a su verdadera definición. Sin embargo, en la actualidad el turista no se ha limitado a adquirir dichos productos sin haber investigado previamente, gracias al avance tecnológico y las nuevas aplicaciones móviles el visitante de hoy en día analiza de manera profunda el producto que tiene en mano.

El término souvenir ha ido perdiendo su valor identitario siendo asociado erróneamente como un artículo de simple elaboración manual y por ende de bajo costo, pero su puesta en valor nos involucra a todos los cuencanos, pues gracias a ello se fomentan las ramas artesanales y labores no se extingan y estén presentes para las futuras generaciones.

En función a los resultados obtenidos mediante las encuestas que se ejecutaron a lo largo de nuestro trabajo de investigación se pudo constatar que un alto porcentaje de turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca adquieren souvenirs artesanales como una actividad complementaria dentro de su visita. Además, la atención al cliente que recibieron la calificaron como buena, esto es un factor crucial cuando se ofertan productos/servicios pues el artesano puede ofertar el mejor souvenir en términos de calidad o precios, no obstante, si el consumidor no recibe una atención de su agrado su experiencia no será del todo satisfactoria, lo que influirá en la planificación de una próxima visita o a la hora de recomendar el destino a alguien más.

La urbe azuaya puede llegar a convertirse en un destino turístico para realizar compras puesto que se llevan a cabo una gran variedad de festividades donde se explota la actividad comercial y se da a conocer a los artesanos de la ciudad que realizan sus labores que son únicas y que han fusionado estilos heredados a lo largo de la historia convirtiéndose en atractivos tan interesantes para todo tipo de visitantes nacionales e internacionales.

Para concluir, podemos decir que los souvenirs artesanales poseen dos valores ético y estético, en el estético nos manifiesta que es un producto hecho netamente a mano con características peculiares y auténticos y el ético nos muestra que hay una persona detrás de todo este arduo trabajo, que puso todos sus saberes para lograr el acabado final y plasmar la identidad misma de la localidad.

Recomendaciones

Implementar estrategias de promoción de los diferentes souvenirs artesanales elaborados en la ciudad de Cuenca, haciendo énfasis en el sombrero de paja toquilla que es el producto de mayor demanda entre los turistas extranjeros.

Promover exposiciones enfocadas en la revalorización de los souvenirs artesanales y su terminología como tal, pues en la actualidad no se lo trata con la importancia que debería hacérselo, generalmente es asociada como una creación simple y no se la ve como lo que es, recuerdo de un viaje cargado de valor cultural donde va plasmado los saberes ancestrales del maestro artesano mismos que han transcurrido de generación en generación.

Reconsiderar las políticas públicas para los pequeños artesanos, en cuanto a impuestos y espacios para el expendio de los productos en fechas festivas. Se les tiene que dar prioridad y apoyo para el crecimiento comercial. Asimismo, implementar políticas donde se pueda controlar los procesos comerciales que no son directos para que el artesano tenga una ganancia justa al vender el producto en su primera etapa de producción.

Es crucial designar un souvenir simbólico que represente a la cultura cuencana para que se pueda generar promoción turística a la ciudad, dado que hoy en día los souvenirs artesanales que se comercializan en la ciudad no gozan de una autenticidad neta del territorio.

El sector turístico debe vincularse con la artesanía para generar una cadena de valor e implicarse en el proceso productivo de las creaciones artesanales. Se deberían fomentar recorridos en la ciudad donde un punto obligatorio a visitar sea un establecimiento artesanal

para que el visitante pueda observar aquellos saberes autóctonos y de este modo impulsar al consumo de las elaboraciones artesanales.

Finalmente, poner en marcha planes para que Cuenca se convierta un destino de turismo de compras, puesto que posee potencial no solo para ser un centro de distribución hacia los cantones aledaños sino como una urbe capaz de atraer a todo tipo de turista demostrando que es un lugar donde se puede adquirir variedad de productos de buena calidad y con excelente servicio al cliente.

Referencia

- Alcaldía de Cuenca. (2022). 37.8 millones de dólares ingresaron al cantón Cuenca después del Feriado de su Independencia. <https://www.cuenca.gob.ec/content/378-millones-de-dolares-ingresan-al-canton-cuenca-despues-del-feriado-de-su-independencia-0>
- Amaya, C. (2006). Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 12(24), 9-33.
- Avalos, H y Ladrón de Guevara, B. (2000). El patrimonio cultural como bien de consumo: el caso Petorca. *Conserva*, 4, 87-114.
https://www.academia.edu/32755356/El_patrimonio_cultural_como_bien_de_consumo_El_caso_Petorca
- Alegre, A. (2015). El patrimonio inmaterial [Reseña del libro El patrimonio inmaterial, González Cambeiro, S.; Querol, M. A.]. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, pág. 306-307. <http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/3626>
- Báez, S. y García, C. (2018). Nivel de satisfacción del turista con la compra del souvenir: el caso de la isla de Tenerife.
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/7232/Nivel+de+satisfaccion+del+turista+con+la+compra+del+souvenir.+El+caso+de+la+isla+de+Tenerife..pdf?sequence=1>
- Bulnes, D. (2021). Turismo de compras: Retos, oportunidades y estrategias de desarrollo para el destino La Habana. *Explorador Digital*. 1 (5), 365- 388.
<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i1.1508>
- Cardini, L. (2005). Las “puestas en valor” de las artesanías en Rosario: pistas sobre su “aparición” patrimonial. *Cuadernos de Antropología Social* N° 21, pp. 91-109.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/cas/n21/n21a06.pdf>
- Cardona, J. (2020). Arte y Artesanía en el Imaginario y la Oferta Turística: El Caso de Ibiza. *El Periplo Sustentable*, (38), 150 -173. doi:10.36677/elperiplo.v0i38.9912
- Chiqui, G. y Chunchi, M. (2013). Diagnóstico, diseño e implementación de un plan de capacitación en el centro municipal artesanal de Cuenca “Cemuart”, durante el periodo 2012/2013. [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana].
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5122/1/UPS-CT002707.pdf>
- Centro Interamericano de Artes Populares. (2021). Convocatoria nacional e internacional, feria de comercio, XIX festival de artesanías de América, 2021 -edición bicentenario- la magia de los elementos. <https://cidap.gob.ec/festival-de-artesantias>
- Collins-Kreiner, N. y Zins, Y. (2011). Tourists and souvenirs: changes through time, space and meaning. *Journal of Heritage Tourism*, 6 (1), 17–27.
doi:10.1080/1743873x.2010.515312

- Cordero, D. (2016). Festival de artesanías de América como producto turístico para la ciudad de Cuenca. [Tesis de grado, Universidad del Azuay].
<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5783/1/12103.pdf>
- Cordero, M. (2008). El Corpus Christi.
https://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1544/2/EI%20Corpus%20Christi_M.%20Fernanda%20Cordero%20de%20Land%C3%ADvar.pdf
- Delgado, J. (2011). Ensayo sobre joyería y orfebrería cuencana. *Artesanías de América*, (71), 79-94.
http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1567/2/Ensayo%20sobre%20la%20joyer%20c3%ada%20y%20orfebrer%20c3%ada%20cuencana_Julio%20C%20a9sar%20Delgado.pdf
- Empresa Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca. (2017). Capacitación gratuita para Artesanos AA. Edec. <http://www.edec.gob.ec/?q=content/capacitaci%C3%B3n-gratuita-para-artesanos-aa>
- Empresa Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca. (2022). Proyectos y servicios. Empresa pública municipal de desarrollo económico.
- Estévez, F. y Henríquez, M. (2012). El souvenir turístico: banalidad, autenticidad y estética de la repetición. *Revista de Occidente*, (369), 39-52.
<https://turicom.es/sites/turicom.maestriamuseologia.org/files/pdf/Est%C3%A9vez%20C%20Hen%C3%ADquez%20-%20El%20souvenir%20tur%C3%ADstico.pdf>
- Fernández, G. y Ramos, A. (2010). El patrimonio cultural como oferta complementaria al turismo de sol y playa. El caso del sudeste bonaerense. *Argentina. Pasos*, 8 (1), 142. <http://www.pasosonline.org/Publicados/8110/PASOS19.pdf#page=147>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2016). Rutas vivenciales Artesanías Cuencanas, 19-21.
<https://cuencaecuador.com.ec/sites/default/files/Folleto%20Ruta%20Artesanal%20espa%C3%B1ol.pdf>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2014). Reconocimientos internacionales otorgados a la ciudad de Cuenca. Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2-9.
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (s.f.). Cuenca gana su tercer Oscar de turismo.
<https://cuencaecuador.com.ec/es/blog/cuenca-gana-su-tercer-oscar-de-turismo>
- Gali, N., Majó, J. y Vidal, D. (2000). Patrimonio cultural y turismo: nuevos modelos de promoción vía internet. *Cuadernos de Turismo*, (6), 73-88.
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/22631/21911>

- García, D. (2018). La artesanía cuencana como recurso expresivo del espacio interior. [Tesis de grado, Universidad del Azuay].
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8030>
- García, E. (2006). De la reliquia al souvenir. *Revista de Filología Románica*, 4, 399-408.
<https://core.ac.uk/reader/38841200>
- Haldrup, M. (2017). Souvenirs: Magical objects in everyday life. *Emotion, Space and Society*, 22, 52–60. doi: 10.1016/j.emospa.2016.12.004
- Hashimoto, A. y Telfer, D. (2007). Geographical Representations Embedded within Souvenirs in Niagara: The Case of Geographically Displaced Authenticity. *Tourism Geographies*, 9 (2), 191–217. doi:10.1080/14616680701278547
- Heras, V. (2015). Cuenca, quince años como patrimonio mundial: evaluación de los procesos de documentación y monitoreo. *Estoa. Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca*, 4 (6), 27-35.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2011). Guía de medidas preventivas para la seguridad y la protección de los bienes culturales y patrimoniales.
<https://downloads.arqueo-ecuatoriana.ec/ayhpwxgv/noticias/publicaciones/INPC-2-GuiaMedidasPreventivasSeguridadProteccionBienesCulturales.pdf>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2012). El tejido tradicional del sombrero de paja toquilla. <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/El-sombrerodepajatoquilla-inpc-2012.pdf>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2014). Patrimonio Cultural Material, 5-6.
<https://site.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/atrimcultmaterial-R7.pdf>
- Jerez, E. (2022). “Campaña de reactivación turística como instrumento para fortalecer el turismo cultural y reconocimiento del mercado artesanal Kayak Raymi del pueblo Salasaka de la provincia de Tungurahua”. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34533/1/Jerez%20Edison.pdf>
- Jiménez, J. (2016). El turismo de compras y su impacto en el desarrollo económico-turístico del sector el Tambo, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/24568>

- Kong, W. y Chang, T. (2016). Souvenir Shopping, Tourist Motivation, and Travel Experience. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17 (2), 163–177.
doi:10.1080/1528008x.2015.1115242
- Lozano, D. y Laguna, M. (2019). Creación de una comercializadora de artesanías para la generación de identidad cultural en el municipio de Girardot. [Tesis de grado, Universidad Piloto de Colombia].
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6484/CREACION%20DE%20UNA%20COMERCIALIZADORA%20DE%20ARTESANIAS%20PARA%20LA%20GENERACION%20DE%20IDENTIDAD%20CULTURAL%20EN%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20GIRARDOT%20%282%29%20%283%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Luva de Mello, C. y Ciliane, C. (2015). El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24 (2), 188-204.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v24n2/v24n2a01.pdf>
- Malo, C. (2008). Cuenca ciudad artesanal. Cuenca, Ecuador: Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP.
<http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/301>
- Martín de la Rosa, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural. *PASOS*, 1(2), 155–160. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2003.01.015>
- Martínez, J. (2015). Arte y vida cotidiana en Cuenca durante los siglos XVI al XVIII, una cercana relación. *Revista Anales*, (57), 145-160.
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22947/1/12.pdf>
- Martínez, M. (2015). “Comunicación audiovisual y creatividad como recurso para producir nuevas formas de periodismo cultural local: estudio de caso, la tradición artesanal en el cantón Cuenca”. [Tesis de grado, Universidad de Cuenca].
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24728/1/TESIS%20LISTA%201%20pdf.pdf>
- Masset, J. y Decrop, A. (2020). Meanings of Tourist Souvenirs: From the Holiday Experience to Everyday Life. *Journal of Travel Research*. doi:10.1177/0047287520915284
- Medina, M. (2020). Las prácticas de la cultura local en la educación inicial de niños de 4 a 5 años en el centro educativo bambú de la ciudad de Cuenca. [Tesis de grado, Universidad del Azuay].
<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10017/5/15647.pdf>

- Mendoza, A., Ramírez, C., Yumisaca, J. y Peralta, S. (2019). Artesanías autóctonas como atractivo turístico en la provincia de Santa Elena, Ecuador. *Explorador Digital*, 3 (2), 5-15. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v3i3.415>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2018, 5 de diciembre). Hace 6 años el tejido tradicional del sombrero de paja toquilla fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Gobierno del Encuentro. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/hace-6-anos-el-tejido-tradicional-del-sombrero-de-paja-toquilla-fue-declarado-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>
- Ministerio de Turismo. (2020, 17 de noviembre). Cuenca es designada “ciudad mundial de la artesanía”. Gobierno del Encuentro. <https://www.turismo.gob.ec/cuenca-es-designada-ciudad-mundial-de-la-artesania>
- Ministerio de Turismo. (2020, 11 de junio). Corpus, la fiesta más dulce del año. Gobierno del Encuentro. <https://www.turismo.gob.ec/corpus-la-fiesta-mas-dulce-del-ano-en-cuenca/>
- Ministerio de Turismo. (2022). Rendición de cuentas 2021, 20-25. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/03/Informe-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-2021-Textual.pdf>
- Moragues, D. (2006). Turismo, cultura y desarrollo. Agencia Española de Cooperación Internacional sobre Cultura y Desarrollo. <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/616/Turismo%20y%20desarrollo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moreno, S., Korstanje, E. y Peral, P. (2020). El turismo como objeto de investigación. *Rosa dos Ventos*, 12 (1), 81-105. <https://www.redalyc.org/journal/4735/473563286007/473563286007.pdf>
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158 <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Castro, L. y Toro, M. (1999). Transmisión cultural y evolución: de los genes a los memes. *Revista de Libros*, 29, 22–25. <http://www.jstor.org/stable/30228946>
- Ordoñez, F. (2021). Cuenca, ciudad de artesanos. http://191.100.30.141:8080/bitstream/cidap/2079/1/Cuenca%2C%20ciudad%20de%200artesanos_Fausto%20Ord%C3%B3n%20B1ez.pdf
- Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial. (21 de noviembre de 2013). Cuenca

- (Ecuador)– Ciudad galardonada en la 3a edición del Premio Jean-Paul L’Allier para el Patrimonio. <https://www.ovpm.org/es/2013/11/21/cuenca-ecuador-ciudad-galardonada-en-la-3a-edicion-del-premio-jean-paul-lallier-para-el-patrimonio/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). Patrimonio Cultural. <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). Patrimonio Cultural Inmaterial. <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2022). La Conferencia Mundial de la UNESCO sobre Políticas Culturales y Desarrollo Sostenible - MONDIACULT 2022. unesco.org/es/mondiacult2022
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127160/PDF/127160por.pdf.multi.page=17>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003. https://ich.unesco.org/doc/src/2003_Convention_Basic_Texts-_2020_version-SP.pdf
- Organización de referencia en la promoción y el desarrollo de las empresas artesanas españolas. (2016). Cómo proteger la artesanía. https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Folletos/Como_Proteger_la_Artesania.pdf
- Peña, P. y Miguel, J. (2013). El patrimonio cultural, bibliográfico y documental de la humanidad: Revisiones conceptuales, legislativas e informativas para una educación sobre patrimonio. *Cuicuilco*, 20 (58), 31-57.
- Petit-Laurent, C. y Bagueño, E. (2017). Lo útil, lo inútil y la utilidad de lo inútil. El souvenir como objeto marginal entre Arte y Diseño. *Arte, Individuo Y Sociedad*, 29 (1), 153-166. <https://doi.org/10.5209/ARIS.52302>
- Rivera, M y Hernández, R. (2018). Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial (Córdoba,

- España). *Estudios Geográficos*, 79 (285), 529–553.
<https://doi.org/10.3989/estgeogr.201820>
- Romero, C. (2001). Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad. *PH Boletín*, 36, 100-109.
<https://doi.org/10.33349/2001.36.1226>
- Rodríguez, P. (2012). Embalajes para dulces de corpus Christi. [Tesis de grado, Universidad de Cuenca]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/531/1/TESIS.pdf>
- Sailema, M. (2013). Las artesanías y su aporte al desarrollo del turismo cultural de la parroquia de Salasaca, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua". [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].
https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5213/1/Tth_2013_141.pdf
- Santana, A. (1998). Patrimonio cultural y turismo: reflexiones y dudas de un anfitrión. *Revista Ciencia y Mar*. (6), 37-41.
<https://www.uco.es/~gt1tomam/master/gestion/santana.pdf>
- Salazar, B., González, A. y Macías, A. (2020). El turismo cultural y sus construcciones sociales como contribución a la gestión sostenible de los destinos turísticos. *Rosa Dos Ventos*, 12(2), 406-428.
<https://www.redalyc.org/journal/4735/473563492009/html/>
- Serrano, A. y Villafuerte, E. (2017). Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca–Ecuador. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 3 (1), 58-68.
- Simbaña, C. (2019). La marroquinería como potencializador para el turismo artesanal. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30230/1/1850112846SIMBA%C3%91A%20MOPOSITACINTIA%20BELEN.pdf>
- Sojos, B. (1991). El bordado tradicional. *Revista Artesanía de América*, (35), 175-184.
- Soukhathammavong, B. y Park, E. (2019). The authentic souvenir: What does it mean to souvenir suppliers in the heritage destination?. *Tourism Management*, 72, 105-116.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.015>
- Suhartanto, D. (2016). Tourist satisfaction with souvenir shopping: evidence from Indonesian domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 663–679.
[doi:10.1080/13683500.2016.1265487](https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1265487)
- Taborda, M., Copertari, S. y Galván, G. (1998). Transmisión cultural y comunicación multimedial: su impacto en la educación de los jóvenes.

<https://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/762/Transmision%20cultural%20y%20comunicacion%20multimedial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tibán, A. (2009). Módulo Identidad, Cultura y Género. Escuela de formación política del micc.<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54941.pdf>

Urcola, M. (2008). Juventud, cultura y globalización. *Perspectivas sociales= Social Perspectives*, 10(2), 11-31.

World. Craft Council. (2020). WCC-Award of Excellence for Handicrafts.

https://www.wccinternational.org/_files/ugd/ca0529_52ba498a3262450d96370681a61ccc1b.pdf

Anexos**Anexo A: Validación de la encuesta****Validación de encuesta**

Yo, **Mgst. Ronal Chaca Espinoza**, docente de la Escuela de Turismo de la Universidad del Azuay, luego de revisar la encuesta sobre el tema *“La adquisición de souvenirs artesanales como elementos representativos de la cultura cuencana”*, y a partir de las observaciones planteadas y aceptación de las mismas por parte de la autora, valido la información que contienen las preguntas y doy mi visto bueno para su aplicación.

Mgst. Ronal Chaca Espinoza

CI: 0103640306

Firma:



Validación de encuesta

Yo, Carmen Rosa Alvarez Torres, Licenciada en lengua y literatura española PhD en Ciencias Sociales, Docente de la carrera de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, luego de revisar la encuesta sobre el tema *“La adquisición de souvenirs artesanales como elementos representativos de la cultura cuencana”*, valido la información que contiene la encuesta y doy mi visto bueno para su aplicación.

Lic. Carmen Rosa Alvarez Torres PhD

Directora de Maestría en Filosofía con Mención en Ética, Política y Sociedad – Cuenca

CI: 0102077971

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carmen Rosa Alvarez Torres', written over a horizontal line.

Anexo B: Cuestionario de la encuesta (versión española)

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE TURISMO

Tema: La adquisición de souvenirs artesanales como elementos representativos de la cultura cuencana.

OBJETIVO

Recolectar información para realizar la investigación sobre la adquisición de souvenirs artesanales por parte del visitante extranjero en la ciudad de Cuenca.

Instrucciones:

Lea detenidamente.

Llene los espacios en blanco con la información solicitada.

Marque con una X su respuesta en las preguntas que así lo requieran.

Edad: _____

Sexo: Femenino () Masculino () Otro ()

Ciudad de procedencia: _____

1. ¿Conoce o ha escuchado sobre el concepto de "Souvenir artesanal"?

Si ()

No ()

Si su respuesta es "No" leer la siguiente definición: el Souvenir artesanal es el producto elaborado a mano que transmite al visitante la identidad cultural del lugar visitado (Luva de Mello y Ciliane, 2015).

2. ¿Usted ha adquirido algún souvenir artesanal durante un viaje de turismo?

Si ()

No ()

3. ¿Qué tipo de souvenir artesanal ha adquirido en la ciudad de Cuenca?

4. ¿Es para usted llamativo un objeto de recuerdo de viaje que plasme aspectos culturales del lugar de visita?

Si ()

No ()

5. ¿Al momento de adquirir recuerdos de su viaje busca productos que sean realizados artesanalmente?

1. Muy frecuentemente () 2. Frecuentemente () 3. Ocasionalmente () 4. Raramente () 5. Nunca ()

6. ¿Conoce usted algún tipo de souvenir artesanal o recuerdo que represente o identifique a la ciudad de Cuenca?

Si ()

No ()

7. ¿Cómo considera usted el grado de autenticidad reflejado en los souvenirs artesanales expendidos en los comercios de la ciudad de Cuenca?

1. Excelente () 2. Bueno () 3. Regular () 4. Deficiente () 5. Malo ()

8. ¿Considera usted que un souvenir artesanal puede ser una estrategia para dar a conocer la imagen de la ciudad de Cuenca a los turistas?

Si ()

No ()

9. ¿Opina usted que comercializar souvenirs artesanales genera un impacto positivo en la promoción turística de la ciudad de Cuenca?

Si () No ()

10. ¿Cómo calificaría usted la atención al turista en los diferentes establecimientos de venta de artesanías de la ciudad de Cuenca?

1. Excelente () 2. Bueno () 3. Regular () 4. Deficiente () 5. Malo ()

11. ¿Cómo considera usted al precio asignado a los diferentes souvenirs artesanales que se comercializan en la ciudad de Cuenca ?

1. Muy alto () 2. Alto () 3. Moderado () 4. Bajo () 5. Muy bajo ()

12. ¿Cómo calificaría usted la calidad que poseen los souvenirs artesanales comercializados en los diferentes locales de la ciudad Cuenca?

1. Excelente () 2. Bueno () 3. Regular () 4. Deficiente () 5. Malo ()

Muchas gracias por su ayuda

Anexo C: Cuestionario de la encuesta (versión inglesa)

UNIVERSITY OF CUENCA

HOSPITALITY SCIENCES SCHOOL

TOURISM MAJOR

Topic: The acquisition of handcrafted souvenirs as representative elements of the culture of Cuenca

OBJECTIVE

To collect information to carry out the research on the acquisition of handmade souvenirs by foreign visitors to the city of Cuenca.

Instructions:

Read the questions carefully.

Fill in the blanks with the requested information.

Mark with an X in the questions that require it.

Age: _____

Gender: Female () Male () Other ()

City of origin: _____

1. Do you know, or have you ever heard about the concept of "Handmade souvenir"?

Yes ()

No ()

If your answer is "No" read the following definition: The handmade souvenir is a handmade product that transmits to the visitor the cultural identity of the visited place (Luva de Mello and Ciliane, 2015).

2. Have you ever purchased any handmade souvenirs during a tourism trip?

Yes ()

No ()

3. What type of handicraft souvenir have you purchased in Cuenca?

4. Do you find it attractive if the souvenir you buy reflects cultural aspects of the place you are visiting?

Yes ()

No ()

5. Do you look for products that are handmade when purchasing souvenirs on your trip?

1. Very frequently () 2. Frequently () 3. Occasionally () 4. Rarely () 5. Never ()

6. Do you know any type of handmade souvenir or a souvenir that represents or identifies the city of Cuenca?

Yes () No ()

7. How do you consider the degree of authenticity reflected in the handmade souvenirs sold in the stores of the city of Cuenca?

1. Very good () 2. Good () 3. Acceptable () 4. Poor () 5. Very poor ()

8. Do you consider that a handmade souvenir can be a strategy to promote the image of the city of Cuenca to tourists?

Yes () No ()

9. Do you think that marketing handmade souvenirs generates a positive impact on the tourism promotion of the city of Cuenca?

Yes () No ()

10. How would you grade customer service in the different handicrafts shops in the city?

1. Very good () 2. Good () 3. Acceptable () 4. Poor () 5. Very poor ()

11. How would you consider the price assigned to the different handicraft souvenirs that are commercialized in the city of Cuenca?

1. Very High () 2. High () 3. Moderate () 4. Low () 5. Very low ()

12. How would you grade the quality of the handcrafted souvenirs sold in the different stores of the city of Cuenca?

1. Very good () 2. Good () 3. Acceptable () 4. Poor () 5. Very poor ()

Thank you very much for your help!

Anexo D: Entrevista

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA DE TURISMO

Entrevista

Tema: La adquisición de souvenirs artesanales como elementos representativos de la cultura cuencana.

Nombre del entrevistado: _____

Establecimiento _____

Actividad que realiza: _____ **Fecha:** _____

Nombre de los entrevistadores: _____

1. ¿Qué tipo de souvenir artesanal expende?

2. ¿Cuál es la temporada de mayor demanda para sus productos?

3. ¿Sus productos son adquiridos mayoritariamente por visitantes extranjeros o nacionales?

4. ¿Pertenece usted a alguna asociación o gremio de artesanos?

5. **¿Sus artesanías son de autoría propia o cuentan con distribuidores?**

6. **¿Cree usted que Cuenca es considerada como un destino para realizar Turismo de compras? ¿Por qué?**

7. **¿A su criterio cuál es el souvenir artesanal con mayor demanda en Cuenca?**

8. **¿Cree usted que existe un souvenir artesanal que represente a la cultura cuencana? ¿Por qué?**

9. **¿Cree usted que el turista le da más valor a los productos artesanales que a los industrializados?**

10. **De los productos que usted comercializa, ¿considera usted que tienen más demanda los que representan la cultura cuencana o los diseños en general?**

11. ¿Cuáles considera usted que son los problemas principales que está enfrentando el sector artesanal?

Anexo E: Aplicación de las entrevistas



Aplicación de la entrevista a la artesana-ceramista en su Galería Colibrí en la ciudad de Cuenca.



Aplicación de la entrevista en la feria del Centro Interamericano de Artes Populares.



Salida de campo al festival de Artesanías de América.

Anexo F: Aplicación de la encuesta



Aplicación de la encuesta a turista extranjero hispanohablante.



Aplicación de la encuesta a extranjero de habla inglesa.