



Universidad de Cuenca

---

**Universidad de Cuenca**  
**Facultad de Ciencias de la Hospitalidad**  
**Carrera de Turismo**

**Tesis previa a la obtención del título  
de “Ingeniero en Turismo”**

**“La declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio  
Cultural Inmaterial de la Humanidad, consecuencias para el  
desarrollo turístico del cantón Sígsig”**

**Autora:**

**Doris Lorena Marín Zúñiga**

**Directora:**

**Lcda. Diana López Molina**

**Cuenca – Ecuador**

**2015**



## RESUMEN

La presente tesis, busca determinar las consecuencias para el desarrollo turístico en el cantón Sígsig, luego de la obtención del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Para conseguir dicho objetivo, se inicia con el primer capítulo mostrando datos generales acerca del cantón Sígsig, se hace referencia a Sígsig como Patrimonio Cultural de la Nación, atractivos naturales y culturales, un análisis completo de las artesanías en especial del sombrero de paja toquilla.

Como segundo capítulo se da un completo estudio del sombrero, su declaratoria como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad otorgado por la UNESCO, el sombrero de paja toquilla en Sígsig, imagen turística nacional e internacional, su intermediación, y las consecuencias en la actividad turística de Sígsig, su exportación, economía y competencia.

En el tercer capítulo se analizará de manera cualitativa y cuantitativa el perfil del turista que visita el cantón Sígsig, con el objeto de determinar que durante su visita se interesa en adquirir un sombrero; para conseguirlo se realizará entrevistas, encuestas con preguntas específicas relacionadas con el tema de esta tesis.

Finalmente mediante resultados y conclusiones de las herramientas a utilizar se determinará si la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad ha aportado positivamente al desarrollo turístico del cantón Sígsig.

Palabras Claves: Sígsig – Patrimonio – Inmaterial – Cultura – Atractivos – UNESCO – Turismo – Desarrollo – Sombrero – Asociación



## ABSTRACT

This thesis is made in order to determinate some consequences for tourism development in Sigsig after getting the straw hat as an Intangible Cultural Heritage title. To achieve this aim, we can found the first chapter surrounded by general information about Sigsig and its recognition as Cultural Heritage of the Nation, also some natural and cultural attractions, and a complete analysis of a lot of craftwork specially our straw hat.

As second chapter a comprehensive analysis of the straw hat is given, including its declaration as Intangible Cultural Heritage of Humanity by the UNESCO; the straw hat in Sigsig as a national international tourism image, its intermediation, and consequences on tourism in Sigsig, exportations, economy and competition.

In the third chapter a qualitatively and quantitatively analysis of the profile of tourists visiting Sigsig will be done; to achieve this objective, I will do interviews with experts in the field, surveys with specific questions related to the topic of this thesis.

Finally by results and conclusions of the tools used will determine whether the declaration of hat as Intangible Cultural Heritage has positively contributed to tourism development in Sigsig.

Keywords: Sigsig – Heritage – Intangible - Culture - Attractions - UNESCO - Tourism – Development - Hat – Association



## ÍNDICE

RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
ÍNDICE.....	4
DEDICATORIA.....	9
AGRADECIMIENTOS.....	10
ÍNDICE DE CUADROS.....	11
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	18
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	22
INTRODUCCIÓN.....	25
<b>CAPÍTULO I: EL CANTÓN SÍGSIG.....</b>	<b>26</b>
1.1 Antecedentes.....	26
1.1.1 Generalidades.....	27
1.1.2 Historia.....	29
1.1.3 Origen del nombre “Sígsig” .....	30
1.2 Sígsig, Patrimonio Cultural de la Nación.....	31
1.2.1 Atractivos.....	33
1.2.1.1 Atractivos Naturales.....	34
1.2.1.2 Atractivos Culturales.....	36
1.2.1.3 Sombrero de paja toquilla.....	43
1.2.1.3.1 Historia.....	44
1.2.1.3.2 Características.....	47
1.2.1.3.3 Tipos de tejido.....	47
1.2.1.3.4 Fabricación.....	48
1.2.1.3.5 Comercialización y Exportación.....	55
1.2.1.3.6 Situación 2000-2010 del sombrero.....	59
1.2.1.3.7 Perfil del consumidor.....	60



**CAPÍTULO II: EL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD.....62**

2.1	El sombrero de paja toquilla obtiene su título como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.....	62
2.1.1	El sombrero de paja toquilla en el cantón Sígsig.....	64
2.1.2	Imagen turística Nacional e Internacional del sombrero de paja toquilla, en Sígsig.....	65
2.2	Intermediación.....	67
2.2.1	Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Sígsig.....	69
2.2.2	Ministerio de Turismo.....	70
2.2.3	Asociación de Toquilleras María Auxiliadora.....	71
2.3	Turismo, relación con el sombrero de paja toquilla.....	73
2.4	Exportación.....	74
2.5	Economía del sombrero de paja toquilla.....	75
2.6	Oferta turística del cantón Sígsig, relacionada al sombrero de paja toquilla.....	76
2.7	Competencia del mercado del sombrero en Sígsig.....	78

**CAPÍTULO III: CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE SÍGSIG, LUEGO DE LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD.....79**

3.1	Análisis de datos.....	79
3.1.1	Cuantificación del segmento turístico del sombrero de paja toquilla en Sígsig.....	79
3.1.1.1	Preguntas de investigación al mercado turístico en el cantón Sígsig.....	80
3.1.1.2	Universo Muestra.....	81
3.2	Análisis y tabulación de las encuestas realizadas en español...	82
3.3	Análisis y tabulación de las encuestas realizadas en inglés.....	130
3.4	Cualificación del segmento turístico del sombrero en Sígsig.....	182



3.4.1	Descripción general del perfil del turista que visita Sígsig de las encuestas realizadas en español.....	183
3.4.2	Descripción general del perfil del turista que visita Sígsig de las encuestas realizadas en inglés.....	184
3.4.3	Diferencias y semejanzas del turista en español y turista .....	185
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>188</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>		<b>190</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>		<b>191</b>
<b>ANEXO # 1</b>	<b>Declaratoria de Sígsig como Patrimonio Cultural de la Nación.....</b>	<b>192</b>
<b>ANEXO # 2</b>	<b>Entrevista con la Sra. Rosario Cuzco, integrante de la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora en Sígsig.....</b>	<b>194</b>
<b>ANEXO # 3</b>	<b>Entrevista con el Lic. Antonio Torres, Funcionario del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sígsig.....</b>	<b>198</b>
<b>ANEXO # 4</b>	<b>Modelo de Encuesta en español.....</b>	<b>200</b>
<b>ANEXO # 5</b>	<b>Modelo de Encuesta en inglés.....</b>	<b>205</b>
<b>ANEXO # 6</b>	<b>Diseño de tesis.....</b>	<b>210</b>



*Doris Lorena Marín Zúñiga*, autora de la tesis “La declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, consecuencias para el desarrollo turístico del cantón Sigsig”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora

Cuenca, 20 de mayo 2015



Doris Lorena Marín Zúñiga

C.I: 0105318331



Doris Lorena Marín Zúñiga, autora de la tesis "La declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, consecuencias para el desarrollo turístico del cantón Sigsig", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 20 de mayo 2015

Doris Lorena Marín Zúñiga

C.I: 0105318331



## DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi padre Gerardo Marín que con su esfuerzo y sufrimiento trabaja día a día fuera de este país para verme crecer y desear con todas sus fuerzas a que este título sea fruto de su esfuerzo.

A mi madre Cristina Zúñiga quien con sus consejos y amor incondicional me han apoyado en mi vida diaria y estudiantil.

A mis hermanos y hermanas quienes también están en pie de luchar por sus sueños y ser lo que nuestros padres siempre han deseado.

**Doris Lorena Marín Zúñiga.**



## AGRADECIMIENTOS

A mi familia por su apoyo incondicional al realizar esta investigación.

De manera especial a la ayuda académica y profesional de la Lcda. Diana López Molina, directora y pilar fundamental de esta investigación.

A la Sra. Rosario Cuzco integrante de la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora por la entrevista realizada.

Al Sr. Antonio Torres, funcionario del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sígsig.

Mis agradecimientos a la ayuda brindada de varias personas que supieron facilitarme la información necesaria deseada.



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No.1	Distribución de la población del cantón Sígsig.....	26
Cuadro No.2	Exportación del sombrero de paja toquilla.....	56
Cuadro No.3	Consumo de exportaciones e importaciones del año 2012, del sombrero de paja toquilla de acuerdo al valor y volumen.....	72
Cuadro No.4	Principales empresas de sombreros de paja toquilla en Azuay. .....	76
Cuadro No.5	Planteamiento del objetivo principal a través de las encuestas. .....	78
Cuadro No.6	Sexo.....	80
Cuadro No.7	Ciudad.....	81
Cuadro No.8	Edad.....	82
Cuadro No.9	Estado civil.....	83
Cuadro No.10	Profesión.....	84
Cuadro No.11	¿Con qué frecuencia Ud. visita Sígsig? .....	85
Cuadro No.12	¿Con qué frecuencia Ud. visita Sígsig? .....	85
Cuadro No.13	¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig? .....	87
Cuadro No.14	¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig? .....	87
Cuadro No.15	¿Su viaje lo realizó? .....	88
Cuadro No.16	¿Su viaje lo realizó? .....	89
Cuadro No.17	Indique ¿Cómo conoció a Sígsig? .....	90
Cuadro No.18	Indique ¿Cómo conoció a Sígsig?.....	90



Cuadro No.19	¿Usó la intermediación de una agencia para visitar Sígsig?..	90
Cuadro No.20	¿Usó la intermediación de una agencia para visitar Sígsig?...	92
Cuadro No.21	En caso de ser afirmativa, indique el nombre de la agencia... para su visita.....	93
Cuadro No.22	En caso de ser afirmativa, indique el nombre de la..... agencia.....	94
Cuadro No.23	¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?.....	95
Cuadro No.24	¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?.....	96
Cuadro No.25	En caso de señalar la opción turismo, señale que factor es el más importante para su visita.....	97
Cuadro No.26	En caso de señalar la opción turismo, señale que factor es el más importante.....	98
Cuadro No.27	Califique los servicios que encontró en Sígsig.....	99
Cuadro No.28	Califique los servicios que encontró en Sígsig.....	100
Cuadro No.29	Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig.....	104
Cuadro No.30	Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig.....	105
Cuadro No.31	Indique dentro de que rango monetario está su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.....	106
Cuadro No.32	Indique dentro de que rango monetario está su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.....	106



Cuadro No.33	¿Sabía usted que Sígsig fue declarado patrimonio Cultural de la Nación?.....	108
Cuadro No.34	¿Sabía usted que Sígsig fue declarado patrimonio Cultural de la Nación?.....	108
Cuadro No.35	¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig? ...	109
Cuadro No.36	¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig? ...	110
Cuadro No.37	¿Con qué frecuencia compra usted un sombrero de Sígsig?... .....	111
Cuadro No.38	¿Con qué frecuencia compra usted un sombrero de Sígsig?.. .....	111
Cuadro No.39	¿Cuánto es el presupuesto que invierte en un sombrero?...	113
Cuadro No.40	¿Cuánto es el presupuesto que invierte en un sombrero?..	113
Cuadro No.41	¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig? .....	114
Cuadro No.42	¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig? .....	115
Cuadro No.43	¿Cree usted que el precio equivale a su elaboración?.....	116
Cuadro No.44	¿Cree usted que el precio equivale a su elaboración? .....	116
Cuadro No.45	¿Qué tan importante considera usted al sombrero de Sígsig a comparación de otros productores de sombreros en Ecuador? .....	118
Cuadro No.46	¿Qué tan importante considera usted al sombrero de Sígsig a comparación de otros productores de sombreros en Ecuador? .....	118
Cuadro No.47	¿Sabía usted que el sombrero de paja toquilla obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad? .....	119



Cuadro No.48	¿Sabía usted que el sombrero de paja toquilla obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad? .....	120
Cuadro No.49	¿Sabía Ud. que Sígsig es uno de los mayores productores de sombrero de paja toquilla?.....	121
Cuadro No.50	¿Sabía Ud. que Sígsig es uno de los mayores productores de sombrero de paja toquilla? .....	121
Cuadro No.51	¿Pagaría usted un tour dedicado únicamente al sombrero de paja en Sígsig? .....	122
Cuadro No.52	¿Pagaría usted un tour dedicado únicamente al sombrero de paja en Sígsig? .....	123
Cuadro No.53	Si responde SI ¿cuánto sería su presupuesto a gastar? ...	124
Cuadro No.54	Si responde SI ¿cuánto sería su presupuesto a gastar? ...	124
Cuadro No.55	¿Ha visitado La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora? .....	126
Cuadro No.56	¿Ha visitado La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora? .....	126
Cuadro No.57	¿Le gustaría que la Asociación se convierta en museo taller? .....	127
Cuadro No.58	¿Le gustaría que la Asociación se convierta en museo taller? .....	128
Cuadro No.59	¿Visitaría nuevamente Sígsig para comprar sombrero de paja toquilla? .....	129
Cuadro No.60	¿Visitaría nuevamente Sígsig para comprar sombrero de paja toquilla? .....	128
Cuadro No.61	Sex.....	131



Cuadro No.62	City.....	129
Cuadro No.63	Age.....	133
Cuadro No.64	Civil Status.....	134
Cuadro No.65	Profesión.....	135
Cuadro No.66	How often do you visit Sígsig? .....	136
Cuadro No.67	How often do you visit Sígsig? .....	136
Cuadro No.68	How many days was visiting Sigsig? .....	137
Cuadro No.69	How many days was visiting Sigsig? .....	138
Cuadro No.70	Your trip was made? .....	139
Cuadro No.71	Your trip was made?.....	39
Cuadro No.72	Indicate, How did yuo meet Sigsig? .....	140
Cuadro No.73	Indicate, How did you meet Sigsig? .....	141
Cuadro No.74	Did you use a travel agency for you visit to Sígsig? .....	142
Cuadro No.75	Did you use a travel agency for you visit to Sigsig? .....	142
Cuadro No.76	If you say Yes, indicate the name of the intermediary....	143
Cuadro No.77	If you say Yes, indicate the name of the intermediary....	44
Cuadro No.78	What are main reasons for visit Sigsig? .....	145
Cuadro No.79	What are main reasons for visit Sigsig?.....	146
Cuadro No.80	Indicate that factor is most important to your visit.....	147
Cuadro No.81	Indicate that factor is most important to your visit.....	149
Cuadro No.82	What kind of services found in Sigsig? .....	149
Cuadro No.83	What kind of services found in Sigsig? .....	149



Cuadro No.84	Language preference when visiting Sigsig.....	150
Cuadro No.85	Language preference when visiting Sigsig.....	153
Cuadro No.86	Indicate in wich monetary range busines spending..... per person per day in Sigsig? .....	155
Cuadro No.87	Indicate in wich monetary range busines spending per..... person per day in Sigsig? .....	155
Cuadro No.88	Did you know that Sigsig is declared Cultural Heritage..... of the Nation? .....	156
Cuadro No.89	Did you know that Sigsig is delared Cultural Heritage..... of the Nation? .....	157
Cuadro No.90	Have you bought a straw hat in Sigsig?.....	158
Cuadro No.91	Have you bought a straw hat in Sigsig? .....	158
Cuadro No.92	How often do you buy straw hats in Sigsig? .....	159
Cuadro No.93	How often do you buy straw hats in Sigsig? .....	160
Cuadro No.94	How much ias the budget that you invest in a straw hat?....	161
Cuadro No.95	How much ias the budget that you invest in a straw at?.....	161
Cuadro No.96	What type of hat boutgh in Sigsig? .....	163
Cuadro No.97	What type of hat boutgh in Sigsig? .....	163
Cuadro No.98	Do you think the price equals hat manufacture?.....	165
Cuadro No.99	Do you think the price equals hat manufacture? .....	165
Cuadro No.100	How important do you consider the straw hat in Sigsig..... to refer other producers hat in Ecuador?.....	167



Cuadro No.101	How important do you consider the straw hat in Sigsig to refer other producers hat in Ecuador? .....	167
Cuadro No.102	Did you know that the straw hat obtained the title on Intangible Cultural Heritage of Humanity? .....	168
Cuadro No.103	Cultural Heritage of Humanity? .....	169
Cuadro No.104	Did you know that Sigsig is one of the leading producers hat... ..	170
Cuadro No.105	Did you know that Sigsig is one of the leading producers straw hat?.....	170
Cuadro No.106	Would you pay a tour dedicated solely to the shawl straw hat.. Sigsig?.....	170
Cuadro No.107	Would you pay a tour dedicated solely to the hat in Sigsig?.....	172
Cuadro No.108	If you say Yes, How would your budget to spend?.....	173
Cuadro No.109	If you say Yes, How would your budget to spend?.....	173
Cuadro No.110	Have you visited Maria Auxiliadora Asociation?.....	175
Cuadro No.111	Have you visited Maria Auxiliadora Asociation?.....	175
Cuadro No.112	Do you like this Asociation to become a museum shop?.....	176
Cuadro No.113	Do you like this Asociation to become a museum shop?.....	177
Cuadro No.114	Do you would return visit to SÍgsig to purchase a straw hat?.....	178
Cuadro No.115	Do you would make a return visit to SÍgsig to purchase a straw hat?.....	178



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1	Ubicación cantonal de Sígsig.....	25
Gráfico No.2	Población total y tasa de crecimiento.....	26
Gráfico No.3	Distribución cantonal de Sígsig.....	27
Gráfico No.4	Ingresos por actor en la cadena de valor del sombrero.....	53
Gráfico No.5	Producción del sombrero de paja toquilla en Ecuador.....	54
Gráfico No.6	Producción del sombrero en El Austro.....	55
Gráfico No.7	Exportaciones y el valor y volumen de sombreros a Europa..	56
Gráfico No.8	Exportaciones de sombreros de paja toquilla 2000 a 2010...	57
Gráfico No.9	Porcentaje del valor total exportado a Europa.....	74
Gráfico No.10	Sexo.....	81
Gráfico No.11	Ciudad.....	82
Gráfico No.12	Edad.....	83
Gráfico No.13	Estado Civil .....	84
Gráfico No.14	Profesión.....	85
Gráfico No.15	¿Con qué frecuencia Ud. visita Sígsig?.....	86
Gráfico No.16	¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig?.....	88
Gráfico No.17	¿Su viaje lo realizó solo?.....	89
Gráfico No.18	¿Indique como conoció Sígsig?.....	91
Gráfico No.19	¿Usó intermediación de una agencia para su visita a..... Sígsig?.....	93



Gráfico No.20 Si es afirmativa su respuesta, indique el nombre intermediario .....	94
Gráfico No.21 ¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?.....	96
Gráfico No.22 En caso de haber señalado la opción turismo, señale el factor más importante para su visita.....	98
Gráfico No.23 Alimentación.....	101
Gráfico No.24 Hospedaje.....	101
Gráfico No.25 Atractivos Naturales.....	102
Gráfico No.26 Atractivos Culturales.....	102
Gráfico No.27 Información.....	103
Gráfico No.28 Comunicación.....	103
Gráfico No.29 Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig.....	105
Gráfico No.30 Indique dentro de que rango monetario está su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.....	107
Gráfico No.31 ¿Sabía usted que Sígsig fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación?.....	109
Gráfico No.32 ¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig?....	110
Gráfico No.33 ¿Con qué frecuencia compra un sombrero de paja toquilla de Sígsig?.....	112
Gráfico No.34 ¿Cuánto es el presupuesto que invierte en un sombrero?..	114
Gráfico No.35 ¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig?.....	115
Gráfico No.36 ¿Cree usted que el precio equivale a su elaboración?.....	117
Gráfico No.37 ¿Qué tan importante considera al sombrero de Sígsig frente a otros productores de sombreros en Ecuador?.....	119



Gráfico No.38	¿Sabía que el sombrero obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad?.....	120
Gráfico No.39	¿Sabía que Sígsig es uno de los principales de sombrero?..	122
Gráfico No.40	¿Pagaría un tour dedicado únicamente al sombrero?.....	123
Gráfico No.41	Si su respuesta es afirmativa ¿Cuánto sería su presupuesto a.. gastar?.....	125
Gráfico No.42	¿Ha visitado la Asociación María Auxiliadora?.....	127
Gráfico No.43	¿Le gustaría que la Asociación se convierta en museo taller?.. ..	128
Gráfico No.44	¿Visitaría nuevamente a Sígsig, para adquirir un sombrero de paja toquilla?.....	130
Gráfico No.45	Sex.....	131
Gráfico No.46	City.....	132
Gráfico No.47	Age.....	133
Gráfico No.48	Status Civil.....	134
Gráfico No.49	Profession.....	136
Gráfico No.50	How often do you visit Sígsig?.....	137
Gráfico No.51	How many days was visiting Sigsig?.....	138
Gráfico No.52	Your trip was made.....	140
Gráfico No.53	Indicate, How did you meet Sigsig?.....	141
Gráfico No.54	Did you use a travel agency for you visit to Sígsig?.....	143
Gráfico No.55	If you say Yes, indicate the name of the intermediary.....	144
Gráfico No.56	What are main reasons for visit Sigsig?.....	146



Gráfico No.57 In a tick in the tourism, indicate that factor for your visit .....	148
Gráfico No.58 Food.....	150
Gráfico No.59 Hosting.....	150
Gráfico No.60 Natural Attractions.....	151
Gráfico No.61 Cultural Attractions.....	151
Gráfico No.62 Information.....	152
Gráfico No.63 Communication.....	152
Gráfico No.64 Language preference when visiting Sigsig.....	154
Gráfico No.65 Indicate, the monetary range spending per person and day in.... Sigsig?.....	156
Gráfico No.66 Did you know that Sigsig was declared Cultural Heritage of the Nation?.....	157
Gráfico No.67 Have you bought a straw hat in Sigsig?.....	159
Gráfico No.68 How often do you buy straw hats in Sigsig?.....	160
Gráfico No.69 How much has the budget that you invest in a straw hat?..	162
Gráfico No.70 What type of hat bought in Sigsig?.....	164
Gráfico No.71 Do you think the price equals hat manufacture?.....	166
Gráfico No.72 How important do you consider the hat Sigsig reference other... producers hat in Ecuador?.....	168
Gráfico No. 73 Did you know that the straw hat obtained the title of Intangible... Cultural Heritage of Humanity?.....	169
Gráfico No.74 Did you know that Sigsig is one of the leading producers straw hat?.....	171



Gráfico No.75	Would you pay a tour dedicated solely to the shawl straw hat Sigsig?.....	172
Gráfico No.76	If you say Yes, How would your budget to spend?.....	174
Gráfico No.77	Have you visited the Asociación Maria Auxiliadora?.....	176
Gráfico No.78	Do you like this Asociación to become a museum shop?..	177
Gráfico No.79	Did you know that Sígsig is one of the leading producer..... straw hats?.....	179

### ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No.1	Cacique Duma.....	28
Imagen No.2	Parque Central, 1940.....	28
Imagen No.3	Sígsig, Patrimonio Cultural de la Nación.....	31
Imagen No.4	Cerro Fasayñán.....	32
Imagen No.5	Laguna de Ayllón.....	33
Imagen No.6	Tres Lagunas.....	33
Imagen No.7	Playas de Zhingate.....	34
Imagen No.8	Caserío Chobshi.....	35
Imagen No.9	Cueva Negra de Chobshi.....	36
Imagen No.10	Complejo Arqueológico de Shabalula.....	37
Imagen No.11	Museo Arqueológico Municipal.....	37
Imagen No.12	Centro cantonal de Sígsig.....	38
Imagen No.13	Plaza de Tudul.....	38



Imagen No.14	Carnaval.....	39
Imagen No.15	Festival de la manzana.....	39
Imagen No.16	Escaramuza.....	39
Imagen No.17	Jornadas Deportivas 1945.....	39
Imagen No.18	Comida típica del cantón.....	40
Imagen No.19	Taller de guitarras.....	40
Imagen No.20	Chunucari, Sol de oro.....	40
Imagen No.21	Sombrero de paja toquilla.....	41
Imagen No.22	Azocado del Sombrero.....	43
Imagen No.23	Theodore Roosevelt, Inauguración del Canal Panamá, 1914. .....	43
Imagen No.24	Espectadores con sombrero de paja toquilla, Francia.....	45
Imagen No.25	Carludovica Palmata- Palma.....	46
Imagen No.26	Tipos de tejido.....	47
Imagen No.27	Palma cosechada.....	47
Imagen No.28	Cocinado de la paja toquilla.....	48
Imagen No.29	Secado de la paja toquilla.....	48
Imagen No.30	Forma de Tejer Manabí.....	49
Imagen No.31	Forma de tejer Azuay y Cañar.....	49
Imagen No.32	Azocado del sombrero.....	50
Imagen No.33	Blanqueo del sombrero.....	50
Imagen No.34	Secado del sombrero.....	51



Imagen No.35	Planchado del sombrero.....	51
Imagen No.36	Maceteado del sombrero .....	52
Imagen No.37	Tinturado del sombrero.....	52
Imagen No.38	Sombrero terminado.....	53
Imagen No.39	Sombrero de paja toquilla.....	63
Imagen No.40	Sombrero tejido a mano por las mujeres Sigseñas.....	64
Imagen No.41	Mujer Sigseña tejedora.....	64
Imagen No.42	Imagen promocional del sombrero de Sígsig.....	65
Imagen No.43	Sombrero de paja toquilla.....	66
Imagen No.44	Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Sígsig...	68
Imagen No.45	Logotipo del Ministerio de Turismo.....	69
Imagen No.46	Logotipo de La asociación de Toquilleras María Auxiliadora... .....	71
Imagen No.47	Venta de sombrero de paja toquilla.....	72
Imagen No.48	Sombreros de plástico y cabuya.....	74



## INTRODUCCIÓN

Desde la época de nuestros aborígenes el sombrero de paja toquilla ha sido considerado una herramienta de trabajo, un sustento para el hogar representando el trabajo realizado durante generaciones la misma que motivadas por el volumen de producción desde 1630 hicieron de esta actividad una de las mayores fuentes de ingreso y una de las principales artesanías típicas de nuestra identidad cultural, convirtiéndose en un incentivo para su distribución a diferentes poblaciones del país y del mundo.

Esta manufactura ha encontrado en las provincias de Manabí, Azuay y Cañar un gran potencial gracias a que poseen mano de obra idónea para el desarrollo del tejido logrando convertirse en un producto necesario para los turistas.

Siendo un producto artesanal propio de Ecuador, por las características de su materia prima que se puede sembrar y cosechar en cualquier época del año, la transmisión del conocimiento para seguir tejiéndolo hasta la actualidad, han sido las razones para que la UNESCO declare a este estilo de vida del cantón Sígsig como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad el 05 de diciembre del 2012.

Por los motivos antes mencionados en mi presente investigación analizaré las consecuencias que ha dado la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad al desarrollo turístico del cantón Sígsig.



## CAPÍTULO I

### EL CANTÓN SÍGSIG

#### 1.1 Antecedentes

Para la realización de la presente tesis es importante señalar conceptos y temas básicos que nos ayudarán a la mejor comprensión de la misma. Por lo tanto se puede decir que el cantón Sígsig es uno de los cantones más antiguos de la provincia del Azuay, un pueblo que posee elementos propios convirtiéndose en riqueza patrimonial, arquitectónica, cultural, etnográfica y natural. Su historia ha surgido de hombres y mujeres, comunidades y barrios que han contribuido a las muestras más puras de la cultura popular y que han ido creando costumbres, tradiciones, arquitectura y diversidad gastronómica que aún se conserva en este cantón.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sígsig, nos aporta una breve información del cantón Sígsig, donde se pudo obtener lo siguiente:

La asamblea constituyente de 1861 decreta que Sígsig se desvincule del prenombrado Cantón Gualaceo y forme parte del recién creado Cantón Gualaquiza, permaneciendo apenas 3 años en esta situación. El 16 de Abril de 1864 el Congreso Nacional dicta el decreto que fue sancionado por el Presidente García Moreno [...], hasta el 13 de septiembre de 1939 en que por decreto oficial pasa a nombrarse de manera definitiva Cantón Sígsig. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sígsig, <http://www.sigsig.gob.ec/?mod=texto&tip=2>).

Desde el punto de vista de la UNESCO, (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), Sígsig es un cantón lleno de una enorme riqueza histórico-cultural remontándose aproximadamente 10 000 años a.C. donde se da inicio a la cultura propia la que luego fue transformada con los europeos y que luego de la independencia cobró fuerza hasta llegar a convertirse en Patrimonio Cultural de la Nación el 19 de Agosto de 2002 (UNESCO, <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>).



### 1.1.1 Generalidades

De acuerdo a la página web oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado el cantón Sígsig se localiza al este de la provincia del Azuay, a sesenta kilómetros de la ciudad de Cuenca. Está conectada por las vías Cuenca-Gualaceo-Chordeleg-Sígsig y Cuenca-San Bartolomé-La Unión-Sígsig. Limita al norte con los cantones Gualaceo y Chordeleg; al sur con los cantones Gualaquiza y Nabón; al este con los cantones San Juan Bosco y Gualaquiza de la provincia de Morona Santiago; y al oeste con los cantones Girón y Cuenca (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sígsig, <http://sigsig.gob.ec/turismo/?mod=sigsig&lang=es&id=29>).

Gráfico No. 1



#### Ubicación cantonal de Sígsig

Fuente y elaboración: Plan de Desarrollo y Ordenamiento del cantón Sígsig

Fecha: 23 de enero 2015

Sígsig tiene 648 kilómetros cuadrados de superficie, se encuentra a una altitud de 2 500 metros sobre el nivel del mar, la temperatura promedio es de 12° a 18°C.

Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC en el año 2010 existen 26.910 habitantes en el cantón Sígsig (INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>).



Gráfico No. 2



**Población total y tasa de crecimiento**

Fuente y elaboración: VII censo de Población y V censo de Vivienda, 2010

Fecha: 23 de enero 2015

Cuadro No. 1

Distribución por áreas		
Área urbana	4 402	16,36 %
Área rural	22 508	83,64 %
<b>Total Cantón</b>	<b>26 910</b>	<b>100%</b>

**Distribución de la población del cantón Sígsig**

Fuente: VII censo de Población y V censo de Vivienda, 2010

Fecha: 23 de enero 2015



Gráfico No. 3



### Distribución cantonal de Sígsig

Fuente y elaboración: [www.sigsig.gob.ec](http://www.sigsig.gob.ec)

Fecha: 23 de enero 2015

Las actividades económicas importantes de la población son la agricultura, ganadería y la artesanía. Predominan los cultivos de maíz, fréjol, arveja y los huertos frutales, destacando las manzanas por su excelente calidad. Las artesanías tiene gran importancia, especialmente la elaboración de los sombreros de paja toquilla, actividad que mantiene ocupados a la mayor parte de la población femenina.

### 1.1.2 Historia

Gracias a estudios realizados por varios investigadores se concreta que el Sígsig pertenece a la provincia del Azuay, un pueblo que data hace 10 000 años habitada por tribus que se dedicaban a la caza, recolección de frutos, agricultores, ellos encontraron refugio en la Cueva Negra de Chobshi, uno lugares habitados más antiguos de Ecuador convirtiéndose en un lugar turístico prehistórico, Guillermo Ortega en su libro “Sígsig de la historia a la esperanza” manifiesta lo siguiente:

Hombres y mujeres dedicados a la pesca, cacería, agricultura, toman como hogar la cueva negra de Chobshi, es ahí donde deciden comenzar su vida y a construir sus necesidades para vivir. Los hombres tuvieron la necesidad y la obligación de aprender técnicas para la manufactura construyendo desde materiales para la cocina, pesca,



cosecha hasta construir un techo para sus hogares. Sintieron la necesidad de usar vestimenta y sin tener alternativa mataban a los animales [...] crearon el fuego con el choque de dos rocas o simplemente con madera, ya habiendo habitado mucho tiempo y consumiendo sus cultivos, animales ven la necesidad de migrar a otros lugares siendo llamados nómadas (Ortega, 27).

La cultura Cañari pisa suelo sigseño entre los años 1 000 y 1 400, ésta fue invadida por la cultura Inca pretendiendo conquistar y engrandecer su pueblos dominados, estaba bajo el mando de Túpac-Yupanqui. La cultura Cañari con su líder Cacique Duma, héroe y orgullo histórico de Sígsig, lucharon para defender su territorio ganando finalmente la batalla (Ortega, 28).

**Imagen No. 1**



**Cacique Duma**

**Imagen No. 2**



**Parque Central, 1940**

Fuente y elaboración: Gobierno Autónomo Descentralizado de Sígsig/Raúl Cobos

Fuente: 26 de enero 2015

### **1.1.3 Origen del nombre “Sígsig”**

La palabra “Sígsig” ha tenido varios significados, el más conocido por los mismos habitantes es bueno-bueno llamado así por las grandes minas de oro que se encontraban y se encuentran en los alrededores de este cantón. Santiago Astudillo en su artículo en la web nos menciona que Sígsig tiene diferentes escrituras y pronunciación como: Siquesique, Zis Sice, Tijsi (Astudillo, 28).



En el capítulo “Relaciones que se envió a mandar su majestad se hiciese desde la ciudad de Cuenca y de toda su provincia” de la obra Relaciones Geográficas de Indias, escrita por Antonio Bello Galloso en 1582 llama a Sígsig como CICCE, refiriéndose a que éste se encuentra una ladera, un pueblo de tierra fresca, más fría que caliente (Sígsig Patrimonio Cultural, <http://sigsigpatrimoniocultural.blogspot.com/2012/09/sigsig-una-reflexion-en-torno-su.html>).

Para el término “Tiksi” en kichwa se da el mismo significado de “cimiento” “origen”. La flora de Sígsig es predominada por una planta llamada “sigsal” teniendo también a este argumento como origen de la palabra “Sígsig”.

Un pueblo beneficiado con atractivos culturales y naturales que cuentan su historia, su centro histórico conserva su estilo colonial, sus calles, su gente, gastronomía, en conclusión un pueblo digno de poseer el título como Patrimonio Cultural de la Nación.

## **1.2 Sígsig, Patrimonio Cultural de la Nación**

Es importante conocer algunas definiciones para entender porque Sígsig obtuvo prestigioso título, la primera y más importante es el patrimonio cultural; existen un sinnúmero de definiciones de este término para se tomó una de ellas definida por la UNESCO que manifiesta:

El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (UNESCO, <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>).

Es indudable que en la actualidad el centro histórico, el complejo Arqueológico de Chobshi-Zhabalula, objetos muebles (pinturas, piezas arqueológicas, entre otros) se ve amenazado por una serie de acciones y fenómenos que dan como



resultado su pronto deterioro, gran parte de éstas acciones se deben a la falta de conocimiento sobre el valor que tienen éstos. La destrucción de edificaciones de valor histórico y arquitectónico o la modificación y abandono de ricas costumbres y tradiciones populares.

El Ministerio de Educación, Cultura, Deportes y Recreación, Presidente del Directorio del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural por medio de las normativas, consideran tres artículos razones para acordar la declaratoria al cantón Sígsig como Patrimonio Cultural de la Nación (Ver Anexo #1, Pag.190-191).

Este cantón se caracteriza por ser un pueblo rico en cultura tangible e intangible, costumbres innatas, demostradas a través de la música, el baile, sus deliciosos platos típicos, leyendas propias del nacimiento de la cultura Cañari en el Cerro Fasayñán y los primeros descubrimientos de la vida humana en la Cueva Negra de Chobshi.

Es importante mencionar que la conservación del patrimonio cultural no sólo pretende salvar testimonios históricos, sino también permite que la población en general, pueda realizar una fácil comparación entre lo anterior y lo actual de manera que viva los cambios cualitativos y cuantitativos que se dan en la sociedad. Gracias al conocimiento y comprensión de su historia, a través de los bienes culturales, se ubica conscientemente en el mundo y define su posición dentro del desarrollo evolutivo de la humanidad, es decir se define como pueblo como ente histórico-cultural.



Imagen No. 3



### Sigsig, Patrimonio Cultural de la Nación

Fuente y elaboración: descubresigsig.blogspot.com

Fuente: 26 de enero 2015

#### 1.2.1 Atractivos

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Sigsig ha encaminado su labor en la concienciación ciudadana, principalmente de niños y jóvenes de los diferentes centros educativos en donde se fomenta el conocimiento, la conservación, el cuidado y amor al patrimonio cultural que posee Sigsig. Además se ha logrado posicionar al cantón como un destino turístico positivo y alternativo a través de la promoción y difusión de actividades culturales, artísticas, práctica de deportes al aire libre, paseos recreativos que muestran lugares naturales, paisajísticos, etnográficos, artesanales y arqueológicos desarrollados en torno a la declaratoria de Sigsig Patrimonio Cultural de la Nación.

Los atractivos a describir a continuación ya están inventariados mediante los siguientes trabajos de investigación: “Importancia del Patrimonio Intangible de Sigsig para el desarrollo de la actividad turística” por la estudiante Diana Jara de la Facultad Ciencias de la Hospitalidad, carrera de Turismo, Universidad de Cuenca, 2010; e “Inventario de atractivos turísticos del Cantón Sigsig” por el estudiante Eugenio Saquisela de la Facultad de Administración de Empresas, escuela de Hotelería y Turismo, Universidad del Azuay, sin embargo se realizó una visita de campo para la obtención de fotografías y análisis del mismo.



### 1.2.1.1 Atractivos Naturales

Los turistas que visitan este cantón retornan con una satisfacción grande de haber visitado un cantón que cuenta con atractivos naturales y culturales en un mismo pueblo siendo lugares únicos que identifican a este cantón.

Los lugares considerados como atractivos turísticos naturales de mayor renombre son:

**Cerro Fasayñán.-** “Cerro Encantado” considerado como Dios, en él se entreteje una de las más curiosas leyendas que relata el origen de los Cañaris a raíz de un diluvio, es el punto más alto de todo el alrededor, es un pilar de roca volcánica que domina todos los paisajes de la zona, se encuentra a 30 kilómetros del centro del cantón, está rodeado de un paisaje muy especial y de gran biodiversidad.

Imagen No. 4



**Cerro Fasayñán**

Fuente y elaboración: Sígsig “Un Encanto Natural”

Fecha: 26 de enero 2015

**Laguna de Ayllón.-** laguna portadora de mitos y leyendas, según su historia tenía huacas de oro en su interior razón por la cual la ambición del hombre por este tesoro provocaba el encantamiento en Ayllón. Limita con las estribaciones de Santo Domingo, Piñazhún, la quebrada oscura y las montañas de Picacho, Piedra Blanca, y Osormana. Dista del centro cantonal unos 30 kilómetros por camino de herradura, en un terreno muy accidentado.



Imagen No. 5



**Laguna de Ayllón**

Fuente y elaboración: Sígsig “Un Encanto Natural”

Fecha: 26 de enero 2015

**Tres Lagunas.-** son admiradas y apreciadas por su encanto y sus aguas que poseen propiedades curativas. Se sabe que los antiguos indígenas de las zonas aledañas se bañaban en estas aguas para curar enfermedades y aliviar sus dolencias. Forman una grada de tres espejos ubicadas en orden descendente, antiguamente se encontraron en el sector minas de oro.

Imagen No. 6



**Tres Lagunas**

Fuente y elaboración: Sígsig “Un Encanto Natural”

Fecha: 26 de enero 2015

**Playas de Zhingate.-** un lugar único en Sígsig con playas formadas por el río Santa Bárbara, estas playas son el escenario principal para las festividades que tiene Sígsig, “El Carnaval”, “El Lunes Sigseño” que es festejado y decretado dentro de las festividades de cantonización, estas celebraciones llaman a centenas de espectadores a disfrutar de un buen show artístico y degustación de una gastronomía rica y variada.



Imagen No. 7



### **Playas de Zhingate**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 26 de enero 2015

#### **1.2.1.2 Atractivos Culturales**

Sígsig cuenta con los vestigios arqueológicos más antiguos del país que conllevan mensajes del pasado, un conjunto urbano con sus templos, plazas, casonas de muros encalados, gruesas paredes y tumbados decorados, viejas construcciones rodeada de balcones patios y traspatios que acentúan su personalidad y atractivo, convirtiéndole en un centro histórico por una estructura física proveniente del pasado. Algunas de estas piezas se exhiben en la muestra denominada “Tesoro del Sígsig del Ecuador” en el Museo de las Américas en Washington (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sígsig, [http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0160000860001/PND/13022013\\_155349\\_PD%20Y%20OT%20CANTONAL.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0160000860001/PND/13022013_155349_PD%20Y%20OT%20CANTONAL.pdf)).

Son parte del patrimonio las edificaciones inventariadas y espacios urbanos que se encuentran entre las calles Espinoza, García Moreno, Plaza y escalinata de San Marcos, prolongación de las calles Restauración, Gonzales Suárez, Escalinata de la calle Rodil, vía a Cutchil, calle Gonzales Suárez hasta la calle I, calle Corral y calle Moscoso.



Dentro de los atractivos culturales citamos los siguientes:

**Chobshi.-** está ubicado a siete kilómetros del cantón, este importante sitio arqueológico constituye uno de los más antiguos del país. En él se han encontrado indicios de la presencia de los primeros hombres ecuatorianos, éste sitio se ubica culturalmente en la época del pre cerámico y en la que la población de Ecuador estaba constituida por migraciones que llegaron de varios lugares estos primeros hombres vivían de la caza, la pesca y recolección de frutos silvestres, eran nómadas y se encontraban organizados en pequeñas sociedades.

Imagen No. 8



**Caserío Chobshi**

Fuente y elaboración: Sígsig "Un Encanto Natural"

Fecha: 26 de enero 2015

**Cueva Negra de Chobshi.-** se encuentra situada en un barranco sobre la quebrada conocida como el Puente Seco. El piso de la cueva tiene aproximadamente 20 metros de ancho y 15 metros en la pared del fondo. La profundidad es de 8 a 9 metros en la parte central. Este refugio ha permitido la conservación de restos óseos pertenecientes a especies animales de las que se sirvió el primitivo hombre para su alimentación como: el puerco espín, el conejo, danta, venado, oso, perdiz, etc. La mayoría de estos animales viven en zonas boscosas por lo que se cree que el paisaje debió haber sido muy diferente al que hoy apreciamos.



Vestigios culturales son encontrados en su mayoría objetos líticos como puntas de proyectil, buriles raspadores, machacadores, lascas.

**Imagen No. 9**



**Cueva Negra de Chobshi**

Fuente y elaboración: Sígsig "Un Encanto Natural"

Fecha: 26 de enero 2015

**Complejo Arqueológico de Shabalula.-** fue construida por la cultura Inca-Cañari, sus muros son de piedra y miden 110 metros de largo, 22 metros de ancho, presentando también divisiones interiores, este complejo fue de uso como campamento y refugio para los hombres que batallaban guerras. Su construcción fue trabajada con rocas de origen volcánico siendo posicionados uno sobre otros utilizando barro para asegurar su unión, de manera que formen un muro largo. Se puede asegurar que el espacio fue efectivamente ocupado por los Cañaris, quienes dejaron el testimonio de su cultura material e inmaterial. El espacio en donde se han encontrado evidencias de ocupación cañarí ha sido denominado Tacalzhapa (Ortega, 34).



**Imagen No. 10**



**Complejo Arqueológico de Shabalula**

Fuente y elaboración: Sígsig “Un Encanto Natural”

Fecha: 26 de enero 2015

**Museo Arqueológico Municipal.-** ubicado en la parroquia Chobshi a pocos metros de la Cueva Negra de Chobshi y el complejo de Shabalula, este museo ha logrado restaurar más de doscientos vestigios encontrados en este caserío, la mayoría están intactos y algunos modificados por la mano del hombre, cuenta con restos de las culturas Cashaloma y Tacalzhapa (El ecuatoriano.com, <http://elecuatoriano.com/ecuador/provincias/azuay/sigsig/museos.html>).

**Imagen No. 11**



**Museo Arqueológico Municipal**

Fuente y elaboración: [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com)

Fecha: 26 de enero 2015



**Centro histórico de Sígsig.-** conformado por el antiguo y moderno centro. Sus calles con sus casas coloniales son el atractivo principal, sus iglesias, hormerías y talleres de pintado de los sombreros. Las casas coloniales y republicanas están en todo el centro histórico, conservan su estilo original siendo únicamente restauradas con materiales de barro y colores pálidos que son característicos del patrimonio cultural.

En el Parque Central se encuentra un busto de Cacique Duma, guerrero defensor de la cultura Cañari, sus calles, sus casas aun conservan en estilo colonial y republicano razones por la cual fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.

Imagen No. 12



Imagen No. 13



**Centro cantonal de Sígsig**

Fuente: Lorena Marín Z.

Fecha: 15 de febrero 2015

**Plaza de Tudul**

Fuente y elaboración: Sígsig “Un Encanto Natural”

Fecha: 26 de enero 2015

**Fiestas.-** citando una breve definición de la UNESCO manifiesta que: “El patrimonio cultural inmaterial es: el patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales” (UNESCO, <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>), podemos decir que las fiestas es un atractivo intangible en donde expresan su danza, música y platos típicos convirtiéndose en una celebración entre los sigseños y turistas. “La fiesta de San Chava”, “24 de mayo, Virgen María Auxiliadora”, “Cantonización”, “Festival de la manzana”, “Pase del Niño” y las “Jornadas Doris Lorena Marín Zúñiga



deportivas vacacionales son las festividades que congregan mayor cantidad de turistas.

Imagen No. 14



Carnaval

Imagen No.15



Festival de la Manzana

Imagen No. 16



Escaramuza

Imagen No. 17



Jornadas Deportivas 1945

Fuente y elaboración: [www.sigsig.gob.ec](http://www.sigsig.gob.ec)

Fecha: 26 de enero 2015

**Gastronomía.-** tradicionalmente Sígsig se caracteriza por ser un pueblo con una rica variedad gastronómica, sobresalen: el cuy con papas, la fritada, sancocho, mote pelado, mote casado, mote pillo, mote sucio, hornado, tortillas de maíz, dulce de manzana.



**Imagen No. 18**



**Comida típica de Sigsig**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 15 febrero 2015

**Artesanías.-** sobresale la habilidad para realizar bordados y piezas de orfebrería, la parroquia rural de San Bartolomé es muy conocida a nivel nacional, por las guitarras, requintos, flautas, rondadores, violines, bandolas, etc. que en ella se fabrican, también destaca la técnica para el trabajo de los metales desde épocas remotas, por ejemplo el mascarón de oro, adoptado como logotipo del Banco Central, encontrado en 1940.

**Imagen No. 19**



**Taller de guitarras**

**Imagen No. 20**



**Chunucari, Sol de Oro**

Fuente y elaboración: [www.sigsig.gob.ec](http://www.sigsig.gob.ec)

Fecha: 26 de enero 2015



Los productos elaborados de paja toquilla son quizá la artesanía más importante del Sígsig, los artesanos se destacan por su habilidad en el tejido de la paja toquilla, con la cual elaboran carteras, adornos, juguetes, etc. estando a disposición en cualquier local del cantón, los sombrero de paja toquilla representa la mayor riqueza turística-cultural de Sígsig razón por la cual dedicaremos un análisis detallado en los siguientes dos capítulos.

**Imagen No. 21**



**Sombrero de paja toquilla**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 26 de enero 2015

### **1.2.1.3 Sombrero de Paja Toquilla**

El sombrero de paja toquilla es creado por el hombre pero no diseñado con la intención de atraer visitantes; todo lo contrario, se lo empezó a tejer con la finalidad de cubrir una necesidad, la cual es proteger la cabeza de los rayos del sol, y no sacar beneficios económicos de éste. Su origen, materia prima y tejedor se encuentra en el Ecuador.

La manufactura del sombrero de paja toquilla es realizada en Manabí, Azuay y Cañar teniendo como sus representantes al sombrero Montecristi y al sombrero cuencano, sin embargo las tejedoras se concentran alrededor de las comunidades de la provincia del Azuay y Cañar específicamente en los cantones Cuenca, Azogues y Sígsig donde se pueden encontrar varios diseños según el gusto de los consumidores (Aguilar, 16).



La artesanía de los sombreros de paja toquilla, es una manufactura que requiere de poco tiempo para el aprendizaje, de menos fuerza material, capital, utensilios y herramientas, facilitando que cualquier persona, sin distinción de sexo e incluso de edades esté capacitada para la realización de este oficio.

### 1.2.1.3.1 Historia

Existe un sinnúmero de historias acerca del sombrero, lo que ha sido una desventaja no contar con datos exactos sobre la aparición de esta artesanía, tenemos a historiadores que mencionan que la época en la que surgió este producto fue entre los años 3.500 a.C–500 a.C, siendo encabezados por los Valdivia y Chorrera (Ortega, 29). Sin embargo hace indudable que esta artesanía fina y elegante es cien por ciento ecuatoriana.

María Leonor Aguilar en su libro “Tejiendo la Vida, Los sombreros de paja toquilla en Ecuador”, cita que la cultura Huancavilca, Manta y Caras de la provincia de Guayas y Manabí fueron los primeros inculcadores de esta actividad (Aguilar, 26); también menciona que es una herencia cultural que ha traspasado muchas generaciones y ha permitido que esta crezca no solo en la costa ecuatoriana sino en la sierra también (Aguilar, 26).

En 1849 los sombreros de Montecristi, Jipijapa y Cuenca ya se vendían en el exterior; en Panamá se utilizaba esta prenda para cubrirse de los rayos solares en la construcción del canal de Panamá.

**Imagen No. 22**



**Azocado del Sombrero**

Fuente y elaboración: María Augusta Aguilar, “Tejiendo la Vida”

Fecha: 26 de enero 2015



**Imagen No. 23**



**Theodore Roosevelt, Presidente de EE.UU, Inauguración del Canal de Panamá, 1914**

Fuente y elaboración: Blog Jurerê Internacional

Fecha: 26 de enero 2015

Desde la época de nuestros aborígenes el sombrero de paja toquilla ha sido considerado una herramienta de trabajo, un sustento para el hogar, representando el trabajo realizado durante generaciones las mismas que motivadas por el volumen de producción desde 1630 hicieron de esta actividad una de las mayores fuentes de ingreso y una de las principales artesanías típicas de nuestra identidad cultural (Ortega, 46).

La historia económica de las provincias de Azuay y Cañar desde finales del siglo XIX, hasta la segunda mitad del siglo XX, ha estado íntimamente relacionada al tejido de sombreros de paja toquilla. Es una manufactura que identifica claramente a las provincias en mención, siendo digno de destacarse el hecho de que no siendo estas productoras de la materia prima hayan encontrado en su gente la mano de obra idónea para el desarrollo del tejido de sombreros de paja toquilla (Aguilar, 23).

Es una artesanía en la que se observa como una amplia gama de individuos a lo largo de los años han conformado patrones socio-económicos en nuestro país claramente identificables, ya que el tipo de economía existente siempre va a generar la presencia de una sociedad que se mueve en torno a las divisas que éstas han generado y este comportamiento es, naturalmente distinto de la que se dio en la época de la colonia, o a comienzos de la república y de lo que se da en la actualidad, esto conlleva a una serie de aspectos turísticos, históricos, geográficos, humanos, comerciales.



El sombrero de paja toquilla se remonta a tiempos antiguos, este era la base de la economía de algunos pueblos de las provincias de Manabí, Azuay Cañar. La paja toquilla crecía sola sin necesidad de la mano del hombre por esta razón algunos sectores vieron en este producto un mecanismo fácil para cultivar y por ende traer ingresos económicos para sustentar a sus las familias.

En épocas anteriores en los pueblos pequeños de las zonas antes mencionadas no se podía encontrar con facilidad trabajo porque los hombres se dedicaban a la agricultura y ganadería y las mujeres como amas de casa tenían que buscar un sustento dentro del hogar que les permita ayudar a la economía familiar por esta razón empezaron a utilizar la paja toquilla como materia prima para la elaboración principalmente de sombreros y con el tiempo otros artículos manuales que permitieron el florecimiento del mismo en manos hábiles de las mujeres (Vega, 26).

Las provincias de Manabí, Azuay y Cañar se encuentran íntimamente relacionadas con el tejido de paja toquilla desde tiempos coloniales. Esta manufactura ha encontrado en estas provincias un gran potencial gracias a que poseen mano de obra idónea para el desarrollo del tejido, logrando convertirse en un producto necesario para el diario subsistir.

**Imagen No. 24**



**Espectadores con sombrero de paja toquilla, Francia**

Fuente y elaboración: Recursos Turísticos, Ruiz Vega

Fecha: 26 de enero 2015



### 1.2.1.3.2 Características

Esta es una herencia cultural de generación en generación principalmente elaborados en Montecristi y Cuenca. Su elaboración es especial, la manera de tejerlo es muy incómoda, su tejido dura de un día hasta los ocho meses de acuerdo a su elaboración, la mano de obra no es bien reconocida, mientras tanto un sombrero acabado tiene un valor alto llegando a costar desde los ochenta hasta cien dólares para turistas que visitan el país, mientras que fuera del país su valor tiene más peso llegando a costar hasta los cinco mil dólares.

La paja toquilla necesita ser cultivada en suelos húmedos, es una planta que no necesita de mucho cuidado. Externamente su color es verde y en el centro es blanco el cual se utiliza para tejer el sombrero.

Imagen No. 25



**Carludovica palmata- Palma**

Fuente y elaboración: Zully, 2008

Fecha: 27 de enero 2015

### 1.2.1.3.3 Tipos de tejido

Los modelos más conocidos son: Campanas, Acabados, Classic Fedora, Classic Fedora Semifino, Golfer, Borsalino. Los sombreros se comercializan en color natural o teñidos con vistosos colores (Rodríguez y Ureña, 75). De estos resultan sombreros finos, gruesos, coloridos, tradicionales o con diseños modernos.



La calidad del sombrero es valorada por la finura y el grado de complejidad de su elaboración. Su variedad es de diseños es amplia dejando una difícil decisión de cuál de ellos llevarlo al momento de comprar, personajes muy importantes han utilizado esta prenda como parte de su vestimenta, demostrando elegancia al momento de vestirse (Palacios, 43).

Imagen No.26



#### Tipos de tejido

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 27 enero 2015

#### 1.2.1.3.4 Fabricación

Para la elaboración del sombrero se empieza por el tejido de la plantilla siguiendo con la copa y finalmente con la falda o el ala. Para la copa se debe utilizar una horma. (Aguilar, 52).

**Obtención de la paja toquilla.-** este producto se siembra y cosecha en cualquier época del año, sin tener una temporada en específico, su crecimiento tiene una duración de cinco meses aproximadamente, luego de que se ha cosechado se seleccionan y se separa las fibras aptas para realizar el tejido.



**Imagen No. 27**



**Palma cosechada**

Fuente y elaboración: <http://sombrosbarberan.com/productos/procesos-de-produccion/>

Fecha: 27 enero 2015

**Preparación de la paja toquilla.-** luego de seleccionar los tallos en mejores condiciones se procede a cocinar todo lo que se va a tejer en grandes tanques durante dos horas hasta que se elimine por completo el color verdoso de la paja, una vez hervida durante una hora se pone a secar en grandes hileras por un lapso de veinte y cuatro horas con el fin de que la paja no se pudra.

**Imagen No. 28**



**Cocinado de la paja toquilla**

Fuente y elaboración: [www.davidmorgan.biz](http://www.davidmorgan.biz)

Fecha: 27 enero 2015



**Imagen No. 29**



**Secado de la paja toquilla**

Fuente y elaboración: [visitaecuador.com](http://visitaecuador.com)

Fecha: 27 enero 2015

**La tejida de la paja toquilla.-** existen dos formas de cómo se teje el sombrero de paja toquilla, la de la costa y la de la sierra; en la costa las tejedoras lo hacen de pie usando un trípode que tiene en su superficie una horma y ésta es apoyada en el pecho de la persona quien teje el sombrero. La forma de tejer en la sierra en un poco más cómoda, lo hacen sentadas de igual manera utilizan un trípode y una horma.

Antes de comenzar a tejer el sombrero, la paja es partida con la uña de quien lo hace siendo considerado por su criterio la finura de la misma, sabiendo que a mayor finura mayor es la calidad del sombrero.

**Imagen No. 30**



**Forma de tejer, Manabí**

Fuente y elaboración: Municipio de Montecristi

Fecha: 27 enero 2015



Imagen No. 31



**Forma de tejer, Azuay y Cañar**

Fuente y elaboración: [www.marianelaradio.com](http://www.marianelaradio.com)

Fecha: 27 enero 2015

**Remate del sombrero.-** cuando se ha finalizado el tejido se aprieta con las mismas pajas haciendo nudos para evitar que el tejido se abra, en caso de tener pajas sobrantes en el sombrero se las cortan quedando así liso y acabado.

Imagen No. 32



**Azocado del sombrero**

Fuente y elaboración: El mercurio

Fecha: 27 enero 2015

**Blanqueamiento del sombrero.-** habiendo terminado con el tejido, de manera manual se pasa con sustancias químicas en todo el sombrero para blanquearlo logrando así dar más color al tejido.



Imagen No. 33



**Blanqueo del sombrero**

Fuente y elaboración: [www.kdorfzaun.com](http://www.kdorfzaun.com)

Fecha: 27 de enero 2015

**Secado del sombrero.-** se coloca al sombrero en un área donde existe la claridad, de esta manera los rayos solares aceleran el proceso de secado y blanqueado al mismo tiempo.

Imagen No. 34



**Secado del sombrero**

Fuente y elaboración: Metroecuador

Fecha: 27 enero 2015

**Planchado del sombrero.-** luego de ser secados por el sol, se procede al planchado, esta técnica se ha ido perfeccionando con el tiempo por las grandes fábricas, éstas utilizan máquinas eléctricas para mayor rapidez, pero en estos cantones propios de su elaboración se lo hace con una plancha que funciona a base de carbón y ha sido utilizada por varias décadas, es necesario cubrirla con una tela de algodón con el fin de no quemar el sombrero.



**Imagen No. 35**



**Planchado del sombrero**

Fuente y elaboración:raulzavala.blogspot.com

Fecha: 27 enero 2015

**Maceteado del sombrero.-** con un mazo de madera se golpea suavemente al sombrero haciéndolo más manejable al momento de usarlo.

**Imagen No. 36**



**Maceteado del sombrero**

Fuente y elaboración: Pamar & Cía. Exportador de sombreros

Fecha: 27 enero 2015

**Pintado o tinturado del sombrero.-** el sombrero es tinturado de acuerdo a los gustos y variedades de las tejedoras y quienes lo ofertan, los que más se venden son de color blanco.



**Imagen No. 37**



**Sombrero tinturado**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 27 enero 2015

**Empaque para exportar al sombrero.-** para que el sombrero acabado-terminado sea comprado en diferentes continentes debe ser tratado y exportado con todo el cuidado por la razón de ser una artesanía elegante la misma que no debe ser maltratada, este es empacado en cajas específicamente para esta prenda, estas cajas pueden contener un máximo de 400 sombreros. Los que han sido únicamente tejidos son enviados en un saco con un máximo de 240, los mismos que son llevados a los intermediarios para que procedan a realizar su acabado.

**Imagen No. 38**



**Sombrero acabado**

Fuente y elaboración: [www.ec.all.biz](http://www.ec.all.biz)

Fecha: 27 enero 2015



El proceso de fabricación fue facilitado y descrito a través de la entrevista a profundidad realizada con la Sra. Rosario Cuzco. (Ver Anexo No. 2, Pág. 192-195).

### 1.2.1.3.5 Comercialización y exportación

El sombrero de paja toquilla de Ecuador ha obtenido gran aceptación a nivel nacional y con mayor acogida a nivel internacional; desde las pequeñas hasta las medianas empresas dedicadas a esta labor han sacado provecho de esta importante artesanía directa e indirectamente. “La principal comercialización es a países europeos como Francia, Inglaterra, Suiza, Australia, Italia y España. Son muy cotizados también en los países Brasil, Argentina, Estados Unidos, Colombia, Panamá y Japón” (Sagitta Consultores: <http://sombroderodepajatoquilla-exportacion>).

Para la comercialización se compra a las tejedoras ofreciendo precios que no recompensan la mano de obra. Los que más ganan en este negocio son los intermediarios, por el hecho que compran directamente por un precio relativamente bajo sin reconocer las horas que tardan al tejerlos, para los ellos es más fácil realizar el proceso de acabado y así vender directamente al mercado con mayor poder adquisitivo y facilitar la exportación de esta artesanía.

Gráfico No. 4



Ingresos por actor en la cadena de valor del sombrero

Fuente y elaboración: Sagitta Consultores

Fecha: 28 enero 2015

La exportación del sombrero beneficia más a las empresas intermediarias, teniendo beneficios de costos y compras; en la sierra específicamente en

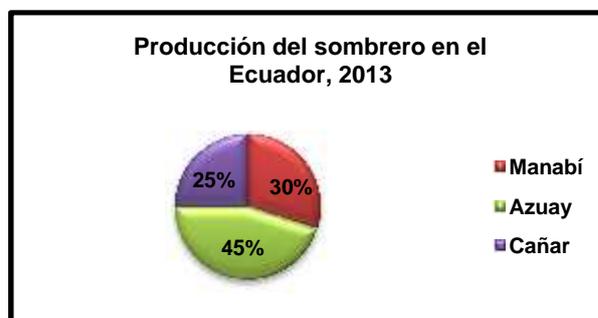


Cuenca las grandes fábricas cuentan con los materiales necesarios para los acabados, mientras tanto los vendedores ya establecidos desde hace décadas cuentan con los materiales sencillos y necesarios.

Si bien el Ecuador ha sido exportador de sombreros de fama, en su mayoría éstos no son acabados, sino únicamente de campanas; y estas tienen un valor muy reducido. Así, una copa puede ser vendida en el exterior entre USD 5 y USD 7. A este producto, adquirido por fábricas de sombreros, se le agregan terminados y es posible venderlo a un precio que puede llegar a los USD 50 (Universidad Andina Simón Bolívar, <http://www.uasb.edu.ec/>).

Aunque existan contados lugares que cuentan con esta herencia cultural inmaterial con no tan buenas condiciones para la oferta, con menos recursos y ha bastado para que ganen fama innegable gracias a una buena planificación y visión a largo plazo. De acuerdo al análisis y a datos estadísticos del Ministerio de Turismo para el año 2013 tenemos los siguientes porcentajes de producción en los tres cantones principales de producción del sombrero.

Gráfico No. 5



**Producción del sombrero de paja toquilla en Ecuador**

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Lorena Marín Z.

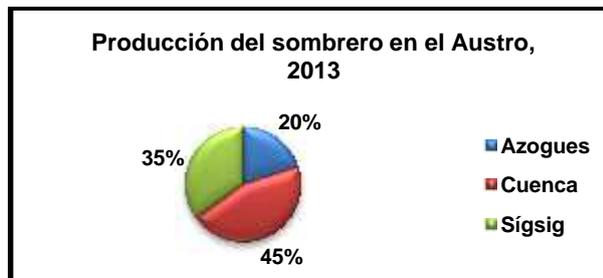
Fecha: 25 de Enero 2015

La mayor concentración con el 45% se ubica en la ciudad de Cuenca y Sígsig en Azuay, el 30% se concentra en Montecristi principalmente provincia de Manabí y finalmente con el 25% en la provincia de Cañar directamente en Azogues.



Centrándonos en la región Austro, el Ministerio de Turismo ha analizado los siguientes datos referente a su producción en año 2013.

Gráfico N° 6



**Producción del sombrero en El Austro**

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Lorena Marín Z.

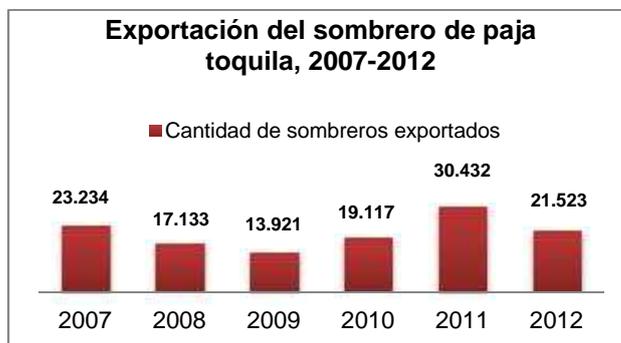
Fecha: 25 de Enero 2015

Cuenca tiene el 45% de producción teniendo como segundo lugar Sígsig con el 35% y finalmente con el 20% a Azogues en la provincia del Azuay.

Según datos estadísticos analizados por Sagitta Consultores en la actualidad cada mes se exporta 1.500 sombreros mundialmente, principalmente a Inglaterra y Francia se envían 800 cada mes. Su exportación genera alrededor de ocho millones de dólares anuales, a continuación se detalla la en valor de unidades de sombreros que se han exportado a todo el mundo anualmente desde 2007 hasta 2012:



Cuadro N°2



Exportación del sombrero de paja toquilla, 2007-2012

Fuente: Ministerio de Turismo

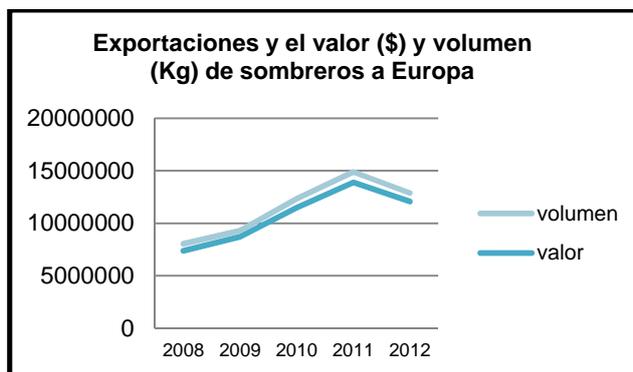
Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 17 de Enero 2015

En este breve análisis de un rango de cinco años podemos notar que el año en donde más se exportó esta artesanía fue en el 2011 con 30.432 sombreros de paja toquilla.

En el siguiente cuadro representa la exportación referente al volumen y el valor desde los años 2008-2012 hacia el continente europeo.

Gráfico No. 7



Exportaciones y el valor (\$) y volumen (Kg) de sombreros a Europa

Fuente y elaboración: Saggita Consultores

Fecha: 17 de enero 2015



De igual manera podemos concluir que el año 2011 ha tenido mayor volumen y valor el sombrero de paja toquilla.

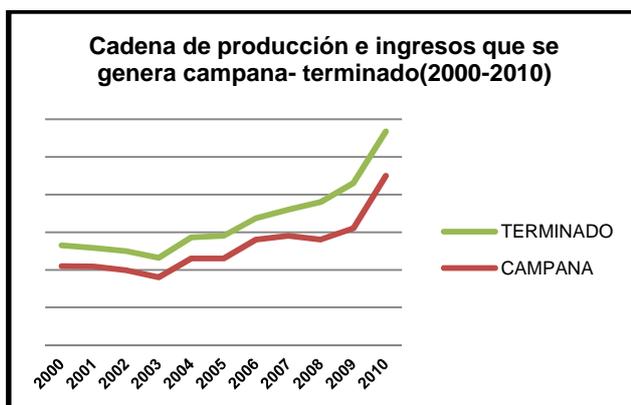
### 1.2.1.3.6 Situación 2000-2010 del sombrero de paja toquilla.

Desde el año 2000 los sombreros más vendidos son los campana (materia prima) y los acabados (sombreros procesados), entre 2003 y 2005, la venta del campana creció increíblemente mientras que en el año 2008 los acabados subieron las ventas y exportaciones hasta el año 2010 ([ww.uasb.edu.ec](http://www.uasb.edu.ec), <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/PAJATOQUILLA.pdf>).

La venta de los “campana” disminuyó a causa de la entrada de otros competidores al mercado, como el sombrero chino; es muy similar al sombrero de paja toquilla ecuatoriano pero de menor precio. La gran diferencia entre los dos productos es que el sombrero chino no es de fibra natural sino de plástico lo que hace que se lo elabore más rápido que el de Ecuador y se venda en mayor cantidad y a precios más asequibles.

El siguiente diagrama ilustra la cadena de producción y los ingresos que se generan para el campana y el terminado-acabado.

Gráfico No. 8



Cadena de producción e ingresos que se generan campana y el terminado (2000-2010)

Fuente y elaboración: Sagitta consultores

Fecha: 27 de Enero 2015



En el 2010, apenas 28% del valor de las exportaciones de sombreros de paja toquilla equivalió a sombreros terminados. Estos datos evidencian el gran potencial de este sector en el exterior, en tanto puedan enfocarse en la producción de sombreros terminados. Las fábricas de sombreros del país paulatinamente han tomado conciencia de que al agregar valor al producto, el negocio puede ser más rentable y es posible lograr mayor reconocimiento para el país.

La cadena de sombreros de paja toquilla experimenta limitaciones significativas en el área de producción y en las relaciones entre los actores que repercutían sobre los volúmenes de sombreros, la calidad, la participación en el mercado del sombrero ecuatoriano y la rentabilidad. Las condiciones de trabajo tradicionales de las tejedoras eran muy difíciles ya que no contaban con las herramientas necesarias y adecuadas para conseguir una forma apropiada de trabajo (Universidad Andina Simón Bolívar, <http://www.uasb.edu.ec/>).

Estas condiciones incidían en la calidad de su producto, mayores rechazos o pagos de menor valor por el sombrero; y contribuían a la baja productividad de las tejedoras, la falta de ingresos adecuados o justos por su producto, y la desmotivación de las nuevas generaciones para dedicarse a esta actividad.

Otro de los problemas ligados al sector era la falta de comunicación entre los actores. Los exportadores no tenían contacto alguno con su competencia, lo que había provocado una alta rivalidad entre ellos y falta de estándares en común. El único vínculo entre ellos era el intermediario, quien, por su parte, no llevaba ninguna información ni retroalimentación a las tejedoras (Sagitta, 49).

#### **1.2.1.3.7 Perfil del consumidor**

Esta información fue realizada con la experiencia y conocimientos de las tejedoras de la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora, se realizó una entrevista a la Sra. Rosario Cuzco (Ver anexo N°2, Pág. 192-195).



De ésta forma tenemos los siguientes tipos de comprador:

**Comprador muy exigente:**

Esta categoría comprende a personas cuya dedicación e interés en comprar el sombrero es un aspecto sumamente importante en sus vidas, un grupo pequeño pero muy influyente dentro del mercado. En la mayoría planifican sus viajes con un enfoque importante en el sombrero y, en el caso de que se encuentren de viaje de negocios, es muy común que tomen tiempo para adquirir un sombrero de paja toquilla, ya sea contratando un tour aunque sean capaces de hacerlo independientemente.

Generalmente estos consumidores son de edades entre los 30 y 50 años; son personas de altos ingresos económicos, conocen bastante del producto, invierten mucho.

**Comprador medio exigente:**

A este grupo de consumidores les interesan otras actividades también, les gusta un poco más la comodidad, participan de manera menos exigente. Aprecian el viaje de vez en cuando para comprar un sombrero de paja toquilla, pero no es la única razón que escoge un destino para viajar.

**Comprador general:**

Para este consumidor el adquirir un sombrero de paja toquilla es parte de un contexto general, viajan sin tomar el objetivo de comprar un sombrero pero si tienen la posibilidad lo hacen, les gusta verse elegantes, interesantes y llamativos con o sin esta prenda. Cuando adquieren un sombrero aprecian mucho la calidad, diseño y finura y nada más; pero en el caso de que exista información más detallada sobre esta artesanía les interesa y toman agrado a la historia, avance e importancia de ésta.



## CAPÍTULO II

### EL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

#### 2.1 El sombrero de paja toquilla obtiene su título como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad

Por ser una herencia cultural inmaterial netamente ecuatoriana, que viaja a través de generaciones y lo más importante que se ha mantenido tal cual hasta la actualidad, el sombrero de paja toquilla es una de las representaciones de la cultura ecuatoriana a nivel mundial, para comprender de mejor manera la declaratoria de esta artesanía citaremos algunos conceptos importantes:

De este modo la UNESCO argumenta:

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos escritores y sabios así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales e inmateriales que expresan la creatividad e ese pueblo, la lengua, los ritos las creencias, los lugares y los monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y las bibliotecas (UNESCO, <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>).

El antropólogo Santiago Ordoñez Carpio define como Patrimonio Cultural Inmaterial, (PCI), al conjunto de manifestaciones culturales que por su naturaleza se recrean constantemente, siendo un elemento fundamental de cohesión de la comunidad de los mismos. Este tipo de patrimonio constituye un paso más allá de la concepción material del patrimonio (Ordoñez, 9).

Por ser su elaboración un conocimiento artesanal transmitido de generación en generación en varias comunidades de nuestro país y por tratarse de una actividad que otorga a los pueblos una identidad, el sombrero de paja toquilla fue declarado como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.



Con fecha 5 de diciembre del 2012, la UNESCO, reunida en París, Francia, inscribió en la lista representativa del patrimonio inmaterial de dicha organización al sombrero de paja toquilla, que es tejido en varias localidades del Ecuador y que por su calidad ha obtenido reconocimiento internacional desde hace décadas, aunque erróneamente identificado como “Panama hat”, esto es, “Sombrero de Panamá”<sup>1</sup>, el reconocimiento al sombrero de paja toquilla por parte de la UNESCO, se constituye en el número seis en la lista de que ha recibido el Ecuador por parte de este organismo internacional.

Con este título la UNESCO hace justicia desde hace más de 100 años; ésta prenda ha sido conocida de origen panameño siendo totalmente falso, el sombrero de paja toquilla es elaborado por manos ecuatorianas, tiene ya el lugar mundial y deberá ser identificado plenamente como un producto de origen ecuatoriano.

En el Ecuador las provincias de Guayas, Manabí, Azuay y Cañar viven de la producción de esta artesanía, analizando en la presente tesis a la provincia del Azuay específicamente el cantón Sígsig.

Por los motivos antes mencionados en el presente trabajo analizaré las consecuencias que ha dado la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad al desarrollo turístico del cantón Sígsig.

---

<sup>1</sup> Según los registros históricos la confusión de nombrar al sombrero de paja toquilla como sombrero de Panamá fue cuando inició la construcción del canal, vía de navegación interoceánica entre el mar del Caribe y el océano Pacífico. Los más de 50.000 obreros que trabajaban en la edificación del Canal de Panamá utilizaron los sombreros de paja toquilla para cubrirse de las intensas horas de sol que debían soportar (Ministerio de Turismo, <http://www.turismo.gob.ec/por-que-el-sombrero-de-paja-toquilla-se-llama-panama-hat/>).



Imagen No. 39



### **Sombrero de paja toquilla**

Fuente y elaboración: Turismomanta.com

Fecha: 30 de enero 2015

#### **2.1.1 El sombrero de paja toquilla en el cantón Sígsig**

Todo pueblo genera y crea su propia cultura y da valor a sus bienes patrimoniales, razón por la cual el sombrero de paja toquilla se ha convertido en un estilo de vida de Sígsig.

El tejido de esta artesanía ya es un diario quehacer en este cantón sobretodo del área rural, en cada calle del centro histórico se encuentran a las tejedoras llevando tallos de paja toquilla y tejiendo; mientras caminan, conversan, van al campo, en las noches, en las madrugadas es decir tejen todo el tiempo.

Las tejedoras de la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora deciden tejer el sombrero más grande del mundo en el año 2009 con el objeto de tener un record dentro de los Guinness World Records y de esta manera dar a conocer mundialmente que esta artesanía también es sigseña, su elaboración duró tres meses, se utilizaron 64 ochos de paja, igual a 2 688 tallos con un total de 255.360 hebras de paja que conforman el sombrero. Mide 3 metros de plantilla con una copa de 2 metros de largo, y la falda mide 2.5 metros con un diámetro de 9 metros, fue elaborado con la técnica de tejido croché, alrededor de la copa lleva como símbolo una cinta con colores de la bandera de Sígsig. (Ver Anexo No. 2, Pág. 192-195).



Imagen No. 40



**Sombrero tejido a mano por las mujeres Sigseñas**

Fuente y elaboración: Gobierno Descentralizado Autónomo Municipal de Sígsig

Fecha: 16 de abril 2015

**2.1.2 Imagen turística nacional e Internacional del Sombrero de Paja Toquilla, en el cantón Sígsig**

Hoy en día el sombrero de paja toquilla lleva un distintivo patrimonial siendo la artesanía favorita de los turistas que visitan nuestro país, convirtiéndose en uno de los principales ingresos económicos turísticos que aporta al desarrollo positivo, las mujeres del cantón Sígsig se sienten orgullosas de haber heredado este arte pero a la vez les molesta ver que otras mujeres también llevan pollera y pretenden tejer, sin ser tejedoras ni conocer las técnicas; “Todo para vender, cuando acá están las verdaderas tejedoras” menciona Rosario Cuzco integrante de la Asociación de Toquilleras Maria Auxiliadora, en una breve entrevista realizada a las tejedoras (Ver anexo N° 2. Pág. 192-195).



**Imagen No. 41**



**Mujer sigseña tejedora**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 30 enero 2015

Rosario recuerda que a los cuatro años aprendió a tejer, “con este oficio también aprendimos a sufrir porque nuestros padres nos pegaban en la manos si nos equivocábamos”, menciona que conoce a la perfección los pasos para crear un sombrero. “Nuestro trabajo es mover las manos y tejer, esto es lo que esperamos se reconozca”, dice que lleva más de cincuenta y dos años tejiendo que vende desde diez, doce, cien, ciento cincuenta dólares en Ecuador.

Gracias al reconocimiento otorgado por la UNESCO, Sígsig ha tenido un mayor auge turístico durante estos últimos años, la comercialización del sombrero ha crecido de manera positiva tomando la imagen turística nacional e internacional como uno de los pueblos originarios y propios del sombrero de paja toquilla, la mujer sigseña ha sido una de las imágenes turísticas promocionales de la cultura y tradición de la elaboración del sombrero de paja toquilla a nivel internacional en todos los canales de distribución.



Imagen No. 42



Imagen promocional del sombrero de Sígsig

Fuente y elaboración: Gobierno Descentralizado Autónomo Municipal de Sígsig

Fecha: 26 de septiembre 2012

## 2.2 Intermediación

En Sígsig como en muchos otros lugares el manejo y la gestión del patrimonio ha estado vinculado a lo arquitectónico, razón por la cual lo cultural ha sido constantemente ignorado en su relación con el espacio físico, ocasionando la pérdida irreparable de la memoria que la comunidad tiene.

Las tejedoras de sombreros de paja toquilla de Sígsig, son mujeres de escasos recursos que viven en las zonas rurales y se dedican a este arte desde muy corta edad. Su trabajo se desarrolla en condiciones muy difíciles, que incluso ocasionan problemas en su salud. A esta se suma la pérdida de ganancias del valor de sus sombreros, teniendo como actores a los intermediarios que se han beneficiado de la comercialización del sombrero. Malas experiencias provocaron la insatisfacción de las tejedoras e hicieron que decidan abandonar su lugar natal para aspirar mejores condiciones de vida.

Ecuador se ha convertido en uno de los más importantes exportadores de productos de paja toquilla a nivel mundial, los sombreros campanas o “materia prima” han sido los más exportados por los intermediarios teniendo como resultado bajos ingresos debido al bajo valor agregado por los mismos, a diferencia de los acabados tienen un alto valor económico. Para la solución de este problema se vieron obligados a convocar a todos los perjudicados directa

*Doris Lorena Marín Zúñiga*



e indirectamente con el fin de rescatar y dar el verdadero valor del sombrero económicamente y turísticamente ya sea campana o acabado.

Imagen No. 43



**Sombrero de paja toquilla**

Fuente y elaboración: Diario La Hora

Fecha: 05 de diciembre de 2012

### **2.2.1 Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Sígsig**

La Municipalidad de Sígsig como gobierno local y por tanto primera institución de la sociedad sigseña, coordinadora y reguladora del progreso cantonal debe cumplir y hacer cumplir las leyes que rigen la existencia misma de la institución y el desarrollo local proyectando confiabilidad en el manejo y utilización de los recursos, implementando acciones a través de una política de planificación y gestión estadista y participativa para el mejoramiento de los servicios, valorizando la obra pública, invirtiendo eficientemente sus recursos para proyectar al cantón en su conjunto hacia el desarrollo humano sostenible; respetando a los gobiernos parroquiales y a todas las instancias y actores locales y no locales, gubernamentales y no gubernamentales, que se dirijan hacia el mismo fin.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Sígsig ha aportado de manera significativa con el buen manejo del sombrero de paja toquilla, ha reconocido el esfuerzo de la mujer sigseña al elaborar este producto ancestral, ha visto la necesidad de crear y brindar el apoyo a las tejedoras con la entrega de una



infraestructura física para la creación de la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora; se trata de un edificio antiguo que requiere ser remodelado; en medio del patio se ubica el gran sombrero, al que lo protege únicamente una carpa. El aporte será en la construcción del cerramiento de la casa, reparación de la hormadora neumática y mantenimiento una vez al año, la entrega de materiales y una estantería para bodega. También se presentará un proyecto para conseguir fondos y contratar un asesor administrativo para la Asociación (ver Anexo No. 3, Pág. 196-197).

Dentro de su plan para la promoción turística está la visita y la explicación de la elaboración del sombrero de paja toquilla, formando parte de una ruta patrimonial, con la declaratoria de este bien patrimonial intangible este cantón ha tenido mayor reconocimiento nacional e internacional, puesto que la mayoría de turistas jamás habían escuchado la existencia de este cantón.

Para el gobierno de Sígsig el turismo ha sido un objetivo primordial, su aportación es de manera positiva para la difusión y promoción turística de este cantón a través de medios mundiales como es el internet, agencias de viaje, operadoras turísticas, revistas, etc. aprovechando su auge de esta actividad en los últimos años el municipio da un gran valor al sombrero y oferta a esta prenda en todas las variedades con el objetivo de que Sígsig sea conocido como productor de sombreros y la contribución indirecta a la economía sigseña.

En mayo de este año las artesanas sigseñas, en conjunto con la Unión Europea (U.E.) y el gobierno de Sígsig, fueron beneficiadas acordando el buen uso de maquinaria para la fabricación del sombrero: una maceteadora, hormas, una prensadora y tanques de acero inoxidable, se entregó con el objeto de mejorar los ingresos de esta artesanía debido al impedimento de herramientas necesarias para el acabado del sombrero y por ende su comercialización (El mercurio, [http://www.elmercurio.com.ec/456204-el-municipio-apoya-a-toquilleras-de-sigsig/#.VU-Z\\_PI\\_Oko](http://www.elmercurio.com.ec/456204-el-municipio-apoya-a-toquilleras-de-sigsig/#.VU-Z_PI_Oko)).



**Imagen No. 44**



**Marcelino Granda, Alcalde de Sígsig, entrega de maquinaria a las artesanas sigseñas**

Fuente y elaboración: El Mercurio

Fecha: 03 de mayo 2015

### **2.2.2 Ministerio de Turismo**

La aportación de esta entidad gubernamental es de importancia, ha ayudado de manera positiva para que este producto ecuatoriano sea reconocido a nivel mundial, junto con otras entidades han realizado publicidad, campañas mediante la actividad y promoción turística de Ecuador en donde incluyen al sombrero de paja toquilla, en conjunto con la empresa nacional Correos del Ecuador emitieron cincuenta mil estampillas en donde se puede apreciar a esta artesanía en miniatura.

En conjunto con el INPC el Ministerio de Turismo difundió la importancia del sombrero de paja toquilla que participaron activamente en su promoción en la Feria Socio País, que se realizó el sábado 12 de enero de 2014 en la tradicional Plaza Roja de la ciudad de Cuenca, desde las 08h00 hasta las 17h00, evento realizado en el marco de la celebración del título del sombrero como Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad (INPC, [www.inpc.gob.ec](http://www.inpc.gob.ec)).

Esta feria tuvo el objetivo de demostrar en vivo la elaboración de esta artesanía tanto de Sígsig como de Montecristi quienes deleitaron a los espectadores tejiendo y exponiendo diversos tipos y productos elaborados con paja toquilla ecuatoriana.



El Ministerio sin duda es la herramienta principal para la promoción turística del sombrero, teniendo como ventaja el apoyo del gobierno nacional en el aspecto económico, promocional, la intermediación del Ministerio de Turismo es el pilar fundamental para que esta artesanía ya sea una imagen turística del Ecuador a nivel internacional.

**Imagen No. 45**



**Logotipo del Ministerio de Turismo**

Fuente y elaboración: [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

Fecha: 02 febrero 2015

### **2.2.3 Asociación de Toquilleras María Auxiliadora**

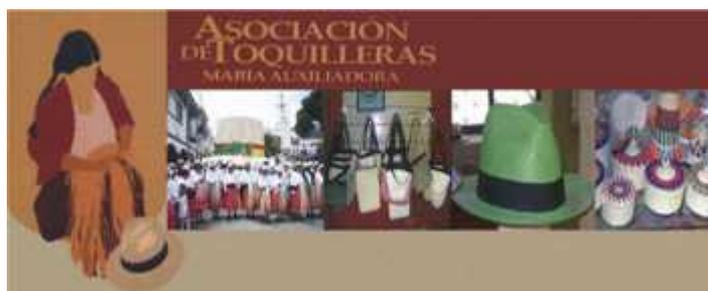
La dispersión de las tejedoras también constituía un problema. Ellas estaban localizadas en comunidades indígenas distantes entre sí, para remediar esta situación, comenzaron a formar asociaciones de tejedoras, lamentablemente con escasa experiencia comercial y asociativa. Como resultado de ello, muchas de las asociaciones existentes fracasaron. Uno de los efectos de esta experiencia poco positiva, fue el aumento de inventarios y la imposibilidad de las tejedoras para vender su producto. Muchas jóvenes decidieron abandonar esta tradición y migrar de la zona, en busca de mejores oportunidades laborales. La presencia de intermediarios en esta cadena productiva reducía la utilidad para las tejedoras y aportaba poco o ningún valor agregado a la comercialización del producto.



Con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, con capacitaciones gratuitas a las tejedoras, creando el logotipo, realizando videos promocionales, (Ver anexo No. 2, Pág. 192-195), y vista la necesidad de mejorar los ingresos económicos de esta labor de las tejedoras sigseñas sin la participación de los intermediarios nace la Asociación de Toquilleras “María Auxiliadora” integrada por 410 mujeres organizadas desde 1990, principalmente por tejedoras que realizan el tejido de manera individual, aseguran que con la colaboración conjunta tienen una mayor producción, el reconocimiento a Sígsig como los principales productores de esta artesanía y pretenden formar parte de las empresas exportadoras del país con la capacidad de competir tanto en calidad como en precio en la actividad turística.

Aquí se pueden adquirir todo tipo de objetos en paja toquilla, interesante muestra de la riqueza sigseña, el crecimiento de venta del sombrero ha ocasionado la creación de varias empresas productoras y exportadoras, en la zona del Austro, concentrándonos en el cantón Sígsig existen tejedoras que lo elaboran y venden directamente y esto puede llevar a que exista una explotación de parte de los intermediarios que adquieren sus productos a precios que no justifican su elaboración.

**Imagen No. 46**



**Logotipo de la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora**

Fuente y elaboración: [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

Fecha: 03 febrero 2015



### 2.3 Turismo, relación con el sombrero de paja toquilla

El sombrero de paja toquilla ha sido considerado por muchos años una de las principales artesanías típicas y propias del Ecuador dando como resultado un producto representativo de nuestra identidad cultural.

Los turistas se interesan por este producto y los convierte en el segmento que más adquiere este producto, gracias a la costumbre de utilizar como una prenda frecuente de vestido al momento de visitar lugares con una temperatura diferente a la de su país, en Europa por ejemplo, en general la temperatura baja no obliga a usar algún tipo de objeto para protegerse de los rayos solares, esto marca al uso del sombrero una tendencia turística constatando que turista que visita Sígsig o Ecuador adquiere un sombrero de paja toquilla.

Esta particularidad ayuda a que el sombrero se vuelva un artículo de venta estacionario y es precisamente que los turistas usan al sombrero como una prenda de elegancia, el sombrero de paja toquilla beneficia a una gran cantidad de poblaciones por la demanda de la mano de obra y actividades socioeconómicas que complementan esta actividad.

Imagen No. 47



**Desfile del sombrero de paja toquilla**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 16 de abril 2015



## 2.4 Exportación

El sombrero de paja toquilla ha obtenido los beneficios de pertenecer a la CAN, (Comunidad Andina de Naciones), y los beneficios a acceder a los Tratados de Libre Comercio, TLC con Estados Unidos y Europa. Este gremio exporta sombreros y artesanías de paja toquilla a Francia, Italia, Alemania, España, Suiza y Estados Unidos. El internet ha sido una herramienta fundamental para que este producto sea conocido y publicitado a través de *www.tesya.com.ec*<sup>2</sup> y de esa forma ha llegado a clientes en el extranjero.

Las ventas mensuales en el cantón Sigsig bordean los dos mil dólares, que destinan al pago de créditos y a repartir entre las socias. Durante el verano comercializa los sombreros de paja toquilla (Líderes, 16-18).

La ciudad de Cuenca en los últimos cinco años muestra un crecimiento en valor y volumen de la exportación. En el año 2013 hasta noviembre se registró al continente Europeo, Americano y Asiático, respectivamente como los tres principales destinos a los cuales exportó sombreros de paja toquilla ecuatoriana.

**Cuadro No. 3**

<b>Variables</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Importaciones – Exportaciones</b>
Valor (\$)	12,650,781	5,471,963	7,178,818
Volumen (kg)	868,298	1984,29	669,869

### **Consumo de exportaciones e importaciones de acuerdo al valor y volumen, 2012**

Fuente y elaboración: Sagitta Consultores

Fecha: 03 febrero 2015

<sup>2</sup> El portal *www.tesya.com.ec*, fue creado por la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora con el fin de ofertar sombreros de paja toquilla a nivel mundial, dando resultados positivos, de esta manera la tejedora sigseña da a conocer sus diseños y tiene la ventaja de darle un mayor valor referente al que obtiene al momento de venderlo a sus intermediarios.



## 2.5 Economía del sombrero de paja toquilla en Sígsig

Para las tejedoras sigseñas que han llevado este legado artesanal hasta la actualidad comentan que los intermediarios no reconocen su esfuerzo pagando cantidades míseras por un trabajo que han hecho desde la madrugada, esperando compensar el mismo con una buena venta. Ellas venden sus sombreros desde dos hasta siete dólares sin poder estar en desacuerdo con los intermediarios siendo éstos quienes venden el mismo sombrero desde los veinte hasta los cinco mil dólares, para las tejedoras es una triste realidad. China y México son las principales amenazas para la venta de esta artesanía, comercializando sombreros con baja calidad como: papel, plástico y cabuya, siendo materiales de poca duración pero que se asemejan mucho al verdadero sombrero.

Imagen No. 48



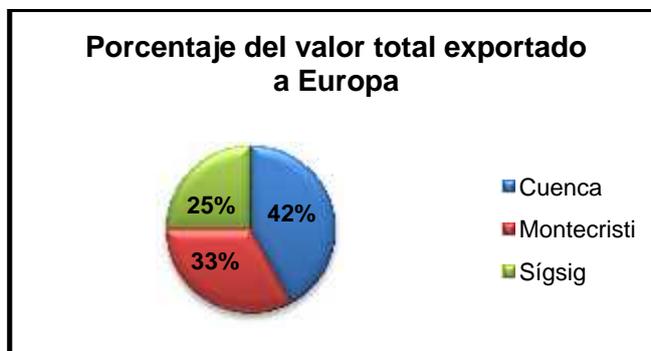
**Sombreros de plástico y cabuya**

Fuente y elaboración: Ministerio de Turismo

Fecha: 03 febrero 2015



Gráfico No. 9



**Porcentaje del valor total exportado a Europa**

Fuente y elaboración: Ministerio de Turismo

Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 03 febrero 2015

De acuerdo a la información obtenida del Ministerio de Turismo hasta noviembre del año 2013 el principal proveedor de sombreros a Europa refiriéndonos a Ecuador fue Cuenca que lidera el 42% del mercado, seguido por la Montecristi con el 33% y Sígsig con el 25%.

## **2.6 Oferta turística del cantón Sígsig, relacionada al sombrero de paja toquilla**

Con el reconocimiento del sombrero como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad otorgado por la UNESCO, el turismo en los principales productores de esta artesanía ha tenido cambios positivos en su actividad y oferta, esta artesanía se ha convirtiendo en la imagen turística de Montecristi y Cuenca; Sígsig no es la excepción, actores importantes como: operadores turísticos, entidades gubernamentales, promocionan nacional e internacionalmente al sombrero sigseño.



Con respecto a los operadores turísticos estos servicios se los hace desde la ciudad de Cuenca, debido a que lamentablemente el cantón Sígsig no cuenta con algún tipo de intermediario turístico. Dentro de los paquetes turísticos que son ofrecidos con destino a Sígsig incluye la visita y compra del sombrero, a continuación se detalla un ejemplo de itinerario a realizar que ofrecen éstos intermediarios a los visitantes:

Destino: Sígsig

Itinerario:

- Transporte para salida y regreso desde Cuenca-Sígsig
- Reservaciones a hoteles y restaurantes
- Visita al centro histórico de Sígsig
- Visita a los atractivos culturales y naturales (opción de elección)<sup>3</sup>
- Emisión de tickets y entradas a museos, talleres y la asociación de Toquilleras María Auxiliadora.

---

<sup>3</sup> En caso de elegir su visita a atractivos naturales se debe realizar una previa planificación al destino debido a la distancia siendo necesario acampar.



## 2.7 Competencia del mercado del sombrero de paja toquilla en Síg sig

En toda actividad existe competencia, y el sombrero de paja toquilla no es la excepción. Muchas empresas, incluso las más renombradas del país, han intentado y siguen intentando incursionar en este negocio con el objetivo de sacar provecho de este producto que está en auge. Otra de las desventajas de la economía que genera esta artesanía es la competencia desleal y un mercado inequitativo, los intermediarios no valoran la mano de obra de las tejedoras, pagan mínimas cantidades sin dejar opción a las mismas de quedarse el sombrero en sus manos, se ven obligadas a venderlo así sea a un bajo valor económico.

La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora no es la única asociación dedicada a la comercialización y exportación del sombrero de paja toquilla en Síg sig y en el Austro, mientras más acogida va adquiriendo este producto mayor es la creación de nuevas empresas:

**Cuadro No. 4**

Empresa	Cuidad	Dirección
Homero Ortega Ca. Ltda.	Cuenca	Av. Gil Ramírez Dávalos 386
Museo Taller del Sombrero	Cuenca	Calle larga 10-41 y Padre Aguirre
Serrano Hat Export Cia. Ltda.	Cuenca	Calle Vieja 6 - 38 Y Alcabalas
Pamar & Cia. Exportadora de Sombreros	Cuenca	Vía a Lazareto Sector Yanaturo Bajo
K. Dorfzaun S.A. Exportadora de Sombreros	Cuenca	Gil Ramírez Dávalos 4-34 y Alcabalas
Hugo R. Bernal C. "Bernal Hats"	Cuenca	Bolívar 12-60 Tarqui y Juan Montalvo
La Paja Toquilla	Cuenca	Juan Jaramillo 5-100 y Hno. Miguel
Yanapi, sede Cuenca	Cuenca	Tarqui y Sucre
Artesanías Joselo	Cuenca	Pedro López de Argudo 4-05 y Galte
Asociación "Tejiendo un futuro mejor"	Síg sig	Sector Shotor
Asociación de Artesanías Sigseñas	Síg sig	Sector Curín
Asociación de Toquilleras María Auxiliadora	Síg sig	Vía Gualaquiza- Playa de Zhingate

### Principales empresas de sombreros de paja toquilla en la provincia del Azuay

Fuente y elaboración: Lorena Marín

Fecha: 20 de febrero 2015



## CAPÍTULO III

# CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE SÍGSIG, LUEGO DE LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO PATRIMONIO INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

### 3.1 Análisis de datos

La recolección de información se obtuvo mediante el uso de herramientas aplicadas a la investigación: cualitativa y cuantitativa, a la recolección de fuentes secundarias, las cuáles son importantes para saber hasta qué punto se conoce sobre el tema y si existen aportes confiables en esta investigación. En los cuales podemos basarnos y tomarlos como punto de partida para una investigación profunda sobre temas que tal vez no se han tratado en nuestro entorno y que aporte a nuestra sociedad, dentro de éste capítulo se explican y desarrollan las herramientas de indagación utilizadas.

#### 3.1.1 Cuantificación del mercado turístico del sombrero de paja toquilla

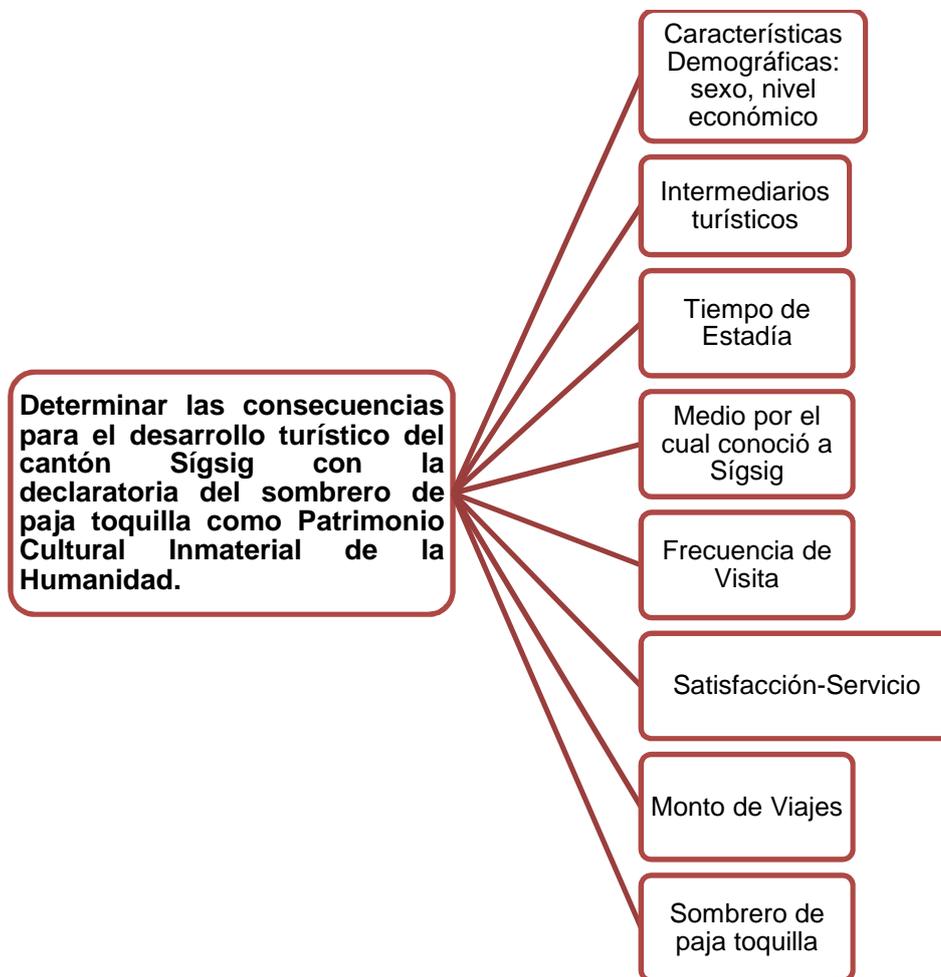
La investigación cuantitativa ayudará a identificar y analizar variables que determinen si el sombrero de paja toquilla está entre las principales preferencias del turista ante la oferta turística del cantón Sígsig, las herramientas a usar son encuestas directas a turistas nacionales e internacionales ayudándonos a identificar el mercado real de turistas que adquieren este producto y cual es su aportación al turismo debido a que con la entrevista a las tejedoras de la asociación no se pudo conseguir.



### 3.1.1.1 Preguntas de investigación al mercado turístico en el cantón Sigsig

Las preguntas que se emplearon en la encuesta están directamente relacionadas con los objetivos planteados en el tema de investigación. De este modo se muestra cada objetivo con la pregunta correspondiente que ayudarán al cumplimiento del mismo.

Cuadro No. 5



Planteamiento del objetivo principal a través de las encuestas

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 06 febrero 2015



### 3.1.1.2 Universo muestra

No existe una muestra probabilística de manera que la selección queda a disposición del encuestador, todos los encuestados son turistas que visitan el cantón Sígsig. Se utilizó el método de las encuestas personales por la facilidad del encuestador y el ahorro de tiempo del mismo, es más sencillo y además hay la oportunidad de seleccionar a los encuestados además ayudarlos a entender alguna pregunta que no esté específica.

La realización de las encuestas fueron realizadas en el mes de marzo con una duración de dos semanas, de esta manera se pudo conseguir una muestra representativa:

$$m = \frac{(\text{nivel de confianza})^2 \cdot 0,25}{\text{Nivel de error}^2}$$

$$n = \frac{m}{1(m/\text{población})}$$

En donde:

- n es la muestra
- El nivel de confianza que se usó es de 95%
- El nivel de error es de 5%
- 
- La población tiene un valor 26 910 lo cual conforma al número habitantes de Sígsig para realizar la segmentación necesaria.
- m es un literal usado para el cálculo de la muestra.

Con el uso de esta fórmula se obtuvo el valor de 89.94 redondeando 90 encuestas de las cuales 45 fueron realizadas en español y 45 en inglés.



De las 90 encuestas se realizaron 70, debido a que Sígsig cuenta con un número limitado de turistas y la temporada que se realizaron las encuestas fue temporada baja, habiendo únicamente 35 en español y 35 en inglés, las necesarias para el presente tema de investigación.

### 3.2 Análisis y tabulación de las encuestas realizadas en español

A continuación se presenta el análisis con la correspondiente tabulación de cada pregunta realizada siendo 35 encuestas para cada segmento de acuerdo al modelo de la encuesta en español (Ver Anexo N° 4, Pág. 198-202).

#### Datos personales demográficos:

##### 1. Sexo

Cuadro No. 6

Sexo	Cantidad
Masculino	15
Femenino	20
<b>Total</b>	<b>35</b>

Sexo

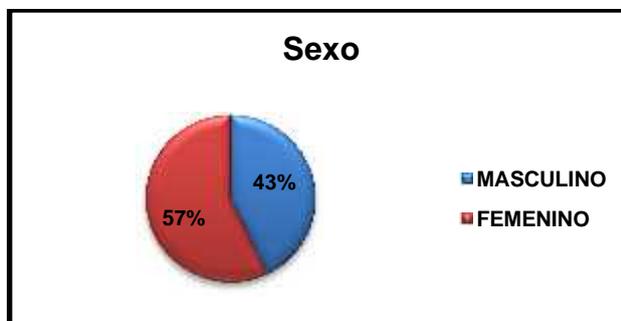
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los treinta y cinco encuestados, veinte son mujeres y quince con hombres.



Gráfico No. 10



**Sexo**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 57% de los encuestados son del sexo femenino mientras que el 43% son del sexo masculino.

**2. Ciudad**

Cuadro No. 7

Ciudad	Cantidad
Azogues	2
Bogotá	4
Cuenca	4
Madrid	4
Guayaquil	8
Panamá	2
Quito	9
Zamora	2
<b>Total</b>	<b>35</b>

**Cuidad**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

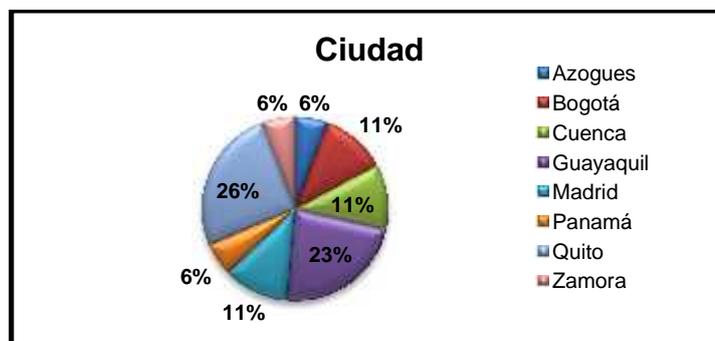
Dentro de los encuestados en español están las siguientes ciudades: nueve son de Quito, ocho de Guayaquil, con el mismo valor de cuatro son de Cuenca,



## Universidad de Cuenca

Bogotá y Madrid, y finalmente con el mismo valor de dos están Azogues, Zamora y Panamá.

**Gráfico No. 11**



**Ciudad**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Dentro de los encuestados pudimos encontrar turistas nacionales como internacionales teniendo un 26% de Quito - Ecuador, un 23% de Guayaquil - Ecuador, con un mismo valor del 11% de Cuenca-Ecuador, Bogotá-Colombia y Madrid-España, con el 6% tenemos a las ciudades de Azogues-Cañar, Zamora-Ecuador y la ciudad de Panamá-Panamá.

### 3. Edad

**Cuadro No. 8**

Edad	Cantidad
20-30	12
31-40	16
41-50	6
51-60	1
<b>Total</b>	<b>35</b>

**Edad**

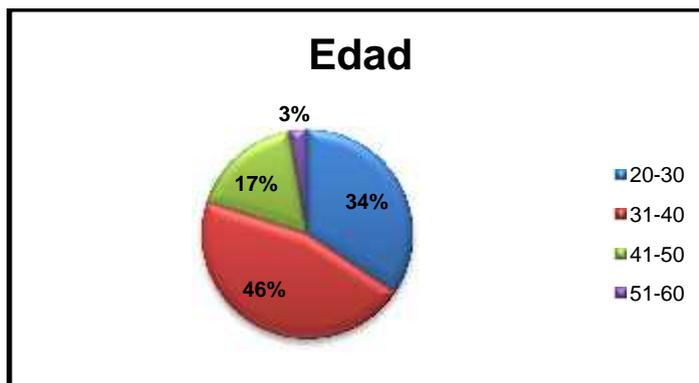
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Dieciséis de los encuestados tienen entre treinta y uno a cuarenta años, doce de veinte a treinta, seis de cuarenta y cinco a cincuenta y uno entre los cincuenta y uno hasta los sesenta.

Gráfico No. 12



Edad

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 46% de los encuestados están entre los 31 a 40 años, el 34% entre los 20 a 30, el 17% entre los 41 a 50 y finalmente el 3% está entre los 51-60.

#### 4. Estado civil

Cuadro No. 9

Estado Civil	Cantidad
Casado	17
Soltero	13
Divorciado	5
<b>Total</b>	<b>35</b>

Estado Civil

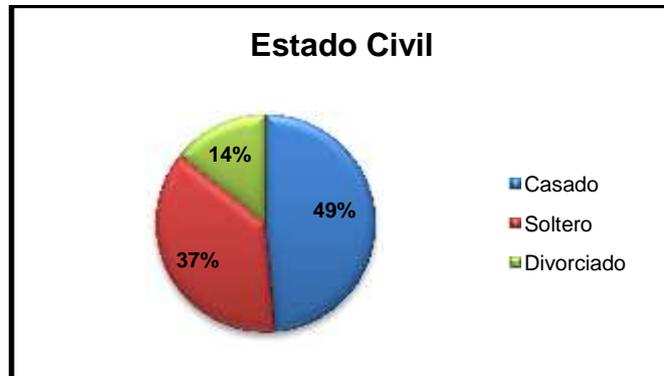
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Son casados diecisiete de los encuestados, trece solteros y cinco divorciados.



Gráfico No. 13



**Estado Civil**

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 49% de los turistas encuestados son casados, el 37% solteros y el 14% divorciados.

**5. Profesión**

Cuadro No. 10

Profesión	Cantidad
Primaria	0
Secundaria	4
Tercer Nivel	31
<b>Total</b>	<b>35</b>

**Profesión**

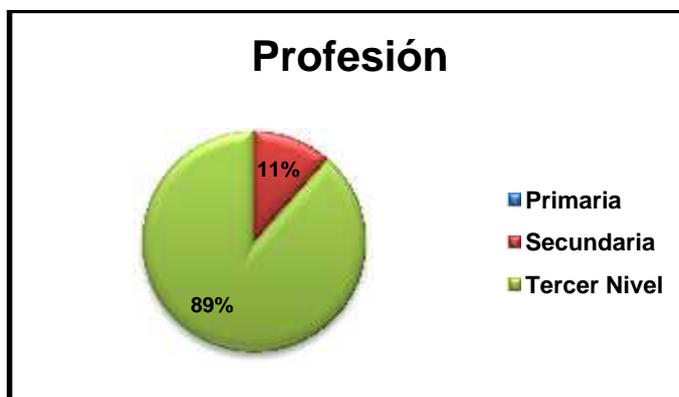
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Respecto al nivel de educación treinta y uno tienen el tercer nivel, cuatro secundaria y como opción fallida "primaria".



Gráfico No. 14



**Profesión**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 89% de los encuestados han terminado el tercer nivel de estudios y el 11% únicamente la secundaria.

**1. ¿Con qué frecuencia Ud. visita el cantón Sígsig?**

Cuadro No. 11

¿Con qué frecuencia Ud. visita Sígsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Cada Mes	0	0%
Cada 6 meses	2	6%
Cada Año	2	6%
Cada 2 Años	6	17%
Cada 3 Años	14	40%
Primera Vez	11	31%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**¿Con qué frecuencia Ud. visita Sígsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 12



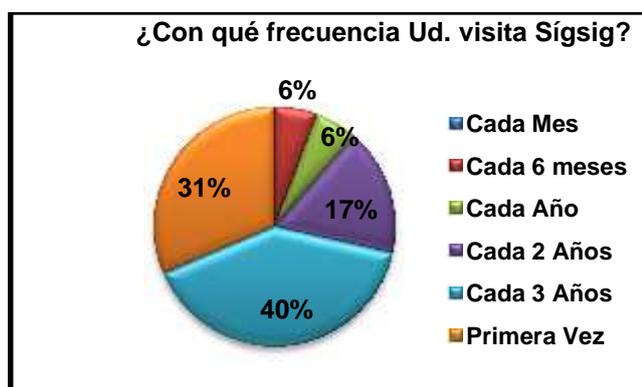
¿Con qué frecuencia Ud. visita Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los treinta y cinco encuestados tenemos la siguiente tabulación: catorce turistas visitan Sígsig cada tres años, once de ellos llegaron por primera vez, seis frecuentan viajar cada dos, y representando el mismo valor tenemos quienes dos turistas que lo hacen una vez y dos veces al año, como respuesta fallida la opción “cada mes”.

Gráfico No. 15



¿Con qué frecuencia Ud. visita Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 40% de los turistas encuestados visitan al cantón Sígsig cada tres años, siguiéndole con el 31% que fue por primera vez, el 17% pertenece a los que lo hacen cada dos años, con el mismo valor del 6% están los que frecuentan ir cada año y cada seis meses; finalmente con 0% resultó como una opción fallida “cada mes”.

2. ¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig?

Cuadro No. 8

¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
1 a 2 días	26	74%
2 a 3 días	6	17%
3 a 4 días	2	6%
4 a 5 días	1	3%
Total	35	100%

¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 14



¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig?

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



La duración de los turistas según datos obtenidos es la siguiente: veinte y seis han permanecido en el cantón de uno a dos días, seis entre dos a tres, de ellos de tres a cuatro y un encuestado aproximadamente una semana.

Gráfico No. 16



¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 74% indica que el tiempo de estadía en Sígsig es de 1 a 2 días, mientras que el 17% permanece por 2 a 3, el 6% se han quedado de 3 a 4, y el 3% está en Sígsig de 4 a 5.

### 3. ¿Su viaje lo realizó?

Cuadro No. 15

¿Su viaje lo realizó?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Solo	5	14%
Con su familia	8	23%
Con amigos	9	26%
En pareja	13	37%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

¿Su viaje lo realizó?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z

Fecha: 23 marzo 2015



Cuadro N° 16



¿Su viaje lo realizó?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z

Fecha: 23 marzo 2015

De los treinta y cinco encuestados, trece de ellos realizan el viaje en pareja, nueve de ellos han visitado Sígsig con amigos, ocho han ido con su familia y cinco van solos.

Gráfico No. 17



¿Su viaje lo realizó?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z

Fecha: 23 marzo 2015

El 37% realizó su viaje en pareja, mientras que el 26% lo hizo con amigos, el 23% con su familia y el 14% lo hizo solo.



#### 4. Indique ¿Cómo conoció a Sígsig?

En esta pregunta los encuestados eligieron más de una opción debido a que conocieron a Sígsig no solo por un medio de comunicación, se obtuvo lo siguiente:

Cuadro No. 17

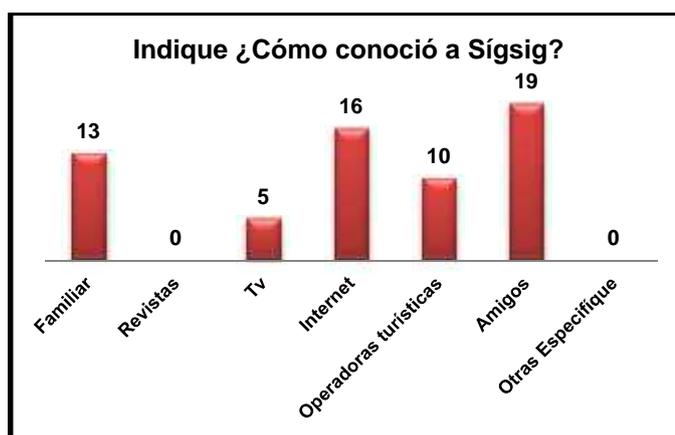
Indique ¿Cómo conoció a Sígsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
FAMILIAR	13	21%
REVISTAS	0	0%
TV	5	8%
INTERNET	16	25%
OPERADORA TURÍSTICA	10	16%
AMIGOS	19	30%
OTRAS ESPECIFIQUE	0	0%
<b>Total</b>	<b>63<sup>4</sup></b>	<b>100%</b>

Indique ¿Cómo conoció a Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 18



Indique ¿Cómo conoció a Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

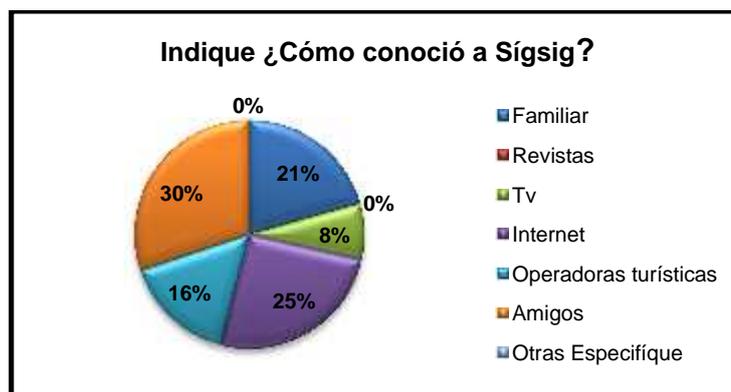
Fecha: 22 de marzo 2015

<sup>4</sup> Esta cantidad se debe a que los 35 encuestados eligieron más de una opción.



Según las encuestas conocieron a Sígsig mediante: diecinueve a través de sus amigos, dieciséis mediante el internet, trece con la información de un familiar, diez tienen conocimiento con la ayuda de las operadoras turísticas, cinco con publicidad en la televisión, finalmente tenemos como respuesta fallida “revista” y “otras especifique).

Gráfico No. 18



Indique ¿Cómo conoció a Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 30% de los encuestados en español han conocido turísticamente al cantón a través de sus amigos, teniendo en segundo lugar al internet con el 25%, un 21% corresponde a familiares, las operadoras turísticas han aportado con el 16%, la televisión siendo uno de los medios más comunes aporta con un 8% de los encuestados, el 0% corresponde a las opciones dadas por la autora: revistas y otras (especifique) resultando como fallidas.



5. ¿Usó algún intermediario (Agencia de Viajes) para visitar Sígsig?

Cuadro No. 19

¿Usó algún intermediario (Agencia de Viajes) para su visitar Sígsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	11	31%
NO	24	69%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

¿Usó algún intermediario (agencia de viajes) para su visita a Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 20



¿Usó algún intermediario (agencia de viajes) para su visita a Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Para visitar Sígsig once de los encuestados usaron la intermediación de una agencia de viajes, mientras que once de ellos lo hicieron por cuenta propia.



Gráfico No. 19



¿Usó algún intermediario (agencia de viajes) para su visita a Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 69% de los turistas encuestados prefieren viajar sin la intermediación de una operadora turística mientras que el 31% si contratan sus servicios.

**6. En caso de ser afirmativa su respuesta, indique el nombre del intermediario, y la ciudad.**

Realizando las encuestas se obtuvo las siguientes agencias de viajes en las siguientes ciudades:

Cuadro No. 21

En caso de ser afirmativa su respuesta, indique el nombre del intermediario			
Opción	Ciudad	Cantidad	Porcentaje
Mirametours S.A.	Quito	4	37%
Contactour	Quito	4	36%
South American Tours	Quito	2	18%
Metropolitang Touring	Cuenca	1	9%
<b>Total</b>		<b>11</b>	<b>100%</b>

En caso de ser afirmativa su respuesta, indique el nombre del intermediario

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 22



En caso de ser afirmativa su respuesta, indique el nombre del intermediario

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los que indicaron que si usaron la intermediación de una agencia de viajes nos citan la agencia y su ciudad: con el mismo valor cuatro de los turistas han contratado los servicios de Mirametours S.A. y Contactour las dos ubicadas en la ciudad de Quito, dos de ellos viajaron con South American Tours de Quito finalmente uno lo hizo mediante Metropolitan Touring de Cuenca.

Gráfico No. 20



En caso de ser afirmativa su respuesta, indique el nombre del intermediario

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 37% de los turistas encuestados contratan los servicios de Mirametours S.A., siguiendo con el 36% de Contactour, South American Tours tiene el 18% las tres agencias antes mencionadas están en la ciudad de Quito y finalmente con el 9% en la ciudad de Cuenca la agencia de viajes Metropolitan Touring, teniendo como conclusión que las agencias que más vende sus paquetes turísticos que incluye como destino el cantón Sígsig es de la ciudad de Quito.

### 7. ¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?

En esta pregunta los turistas eligieron más de una opción debido a que tienen más de un motivo para visitar Sígsig, razón por la cual sobrepasa el número de encuestados.

Cuadro No. 23

¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Deporte	4	7%
Ocio	14	26%
Trabajo	3	6%
Turismo	33	61%
Otros (Especifique)	0	0%
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

### ¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 24



¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Dando la opción de elegir varias opciones del motivo de su visita a Sígsig obtenemos lo siguiente: treinta y tres de los encuestados viajaron por turismo, con catorce tenemos a quienes han ido por ocio, cuatro se han motivado a ir al cantón para realizar deportes extremos, tres por motivo de trabajo y como respuesta fallida tenemos “otros especifique”.

Gráfico No. 21



¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 61% visitan Sígsig por turismo, siguiendo con el 26% de turistas que llegan a Sígsig por ocio, el 7% visitan al cantón por realizar algún tipo de deporte, teniendo muy seguido al trabajo con un 6%, finalmente con el 0% la opción fallida que es otros (especifique).

**8. En caso de haber señalado la opción turismo, indique el factor más importante para su visita**

En esta pregunta los turistas eligieron más de una opción debido a que tienen más de un actividad turística para realizar durante su estancia en el cantón por la cual sobrepasa el número de encuestados.

**Cuadro No. 25**

<b>En caso de haber señalado la opción turismo, indique el factor más importante para su visita</b>		
<b>Opción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Atractivos Naturales	15	16%
Atractivos Culturales	24	26%
Deportes Extremos	5	5%
Artesanías	28	30%
Gastronomía	22	23%
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

**En caso de haber señalado la opción turismo, indique el factor más importante para su visita**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 26



En caso de haber señalado la opción turismo, indique que factor es más importante para su visita

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Dentro de la motivación “Turismo” se clasificó las siguientes actividades, con la opción de elegir más de una de ellas tenemos lo siguiente: veinte y ocho de los encuestados se inclinan hacia la compra de artesanías, veinte y cuatro se han motivado conocer los atractivos culturales, veinte y dos para degustar la gastronomía de Sígsig, quince desean visitar atractivos naturales y con cinco de ellos prefieren ir para realizar deporte extremo.

Gráfico No. 22



En caso de haber señalado la opción turismo, indique que factor es más importante para su visita

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



La actividad más realizada por los turistas que visitan Sígsig es la compra de artesanías representado por el 30%, tomando el segundo lugar con el 26% en visitar los atractivos culturales, la gastronomía sigue con el 23%, los atractivos naturales obtuvo un 16% y finalmente los deportes extremos tiene un 5% de acogida por los encuestados.

**9. ¿Qué clase de servicios encontró en Sígsig? (Encierre en un círculo)**

En la siguiente pregunta se detalla el valor y porcentaje de cada factor a evaluar, se representará en el mismo cuadro estadístico todos los servicios evaluados teniendo las 35 respuestas evaluadas para cada servicio, pero para los porcentajes se realizará los gráficos individuales por servicios para un mejor entendimiento.

**Cuadro No. 27**

Opción	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
	3	2	1	0	
Alimentación	22	10	3	0	35
Hospedaje	10	22	3	0	35
Atractivos Naturales	17	17	1	0	35
Atractivo Culturales	24	8	3	0	35
Información	15	12	8	0	35
Comunicación	11	16	8	0	35

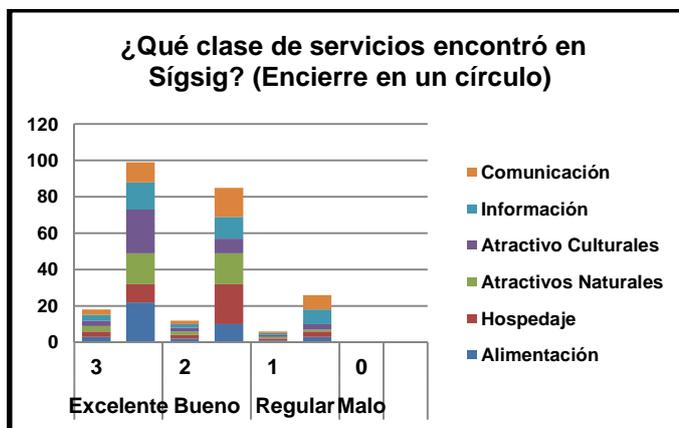
**¿Qué clase de servicios encontró en Sígsig? (Encierre en un círculo)**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 28



**¿Qué clase de servicios encontró en Sígsig? (Encierre en un círculo)**

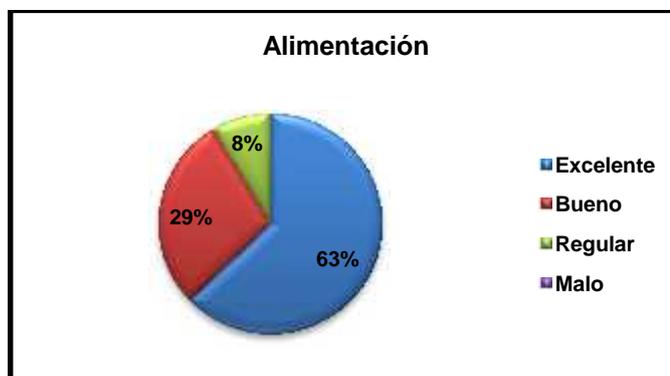
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Calificando con 3 excelente y 0 malo de los 35 encuestados obtuvimos los siguientes resultados que dan a cada servicio prestado en Sígsig: veinte y dos califican al servicio de alimentación como excelente, diez bueno, tres regular y como nula “malo”. Con respecto al servicio de hospedaje diez lo consideran excelente, veinte y dos bueno, tres regular. Con el mismo valor de diecisiete turistas los atractivos culturales les parecen excelente y bueno, y a uno de ellos bueno. Referente a los atractivos naturales veinte y cuatro lo dominaron como excelente, ocho bueno y tres regular. En cuanto a la información brindada por parte de los sigseños quince fue excelente, doce bueno y ocho como regular y finalmente la comunicación de los habitantes hacia los visitantes fue excelente para once de ellos, dieciséis le ponen un bueno y ocho regular.



Gráfico No. 23



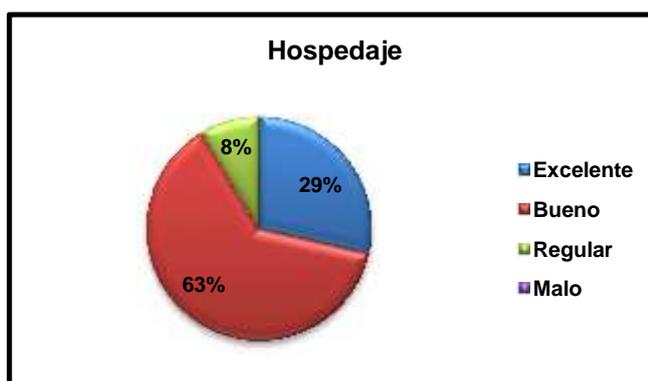
¿Qué clase de servicios encontró en Sísig? (Encierre en un círculo)

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 63% de los encuestados califican excelente el servicio de alimentación, bueno contiene el 29%, como regular el 8% y finalmente 0% “malo” resultando opción fallida.

Gráfico No. 24



Hospedaje

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 29% de los encuestados califican excelente el servicio de hospedaje, teniendo como buena el 63%, regular el 8% y finalmente 0% malo.



Gráfico No. 25



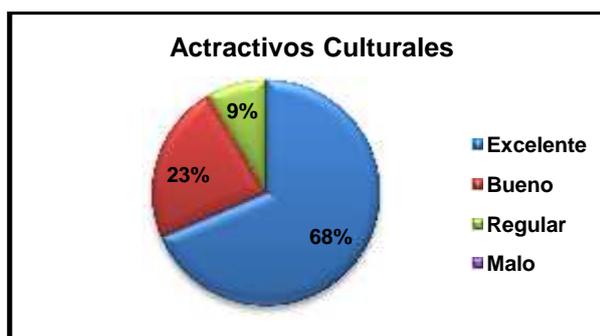
**Atractivos Naturales**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Durante la visita en el cantón Sígsig, el 48% de los encuestados califican excelente a los atractivos naturales, como buena el 49%, regular el 3% y finalmente 0% malo.

Gráfico No. 26



**Atractivos Culturales**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Durante la visita en el cantón Sígsig, el 68% de los encuestados califican excelente a los atractivos naturales, buena el 23%, regular el 9% y finalmente 0% malo.



Gráfico No. 27



Información

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Durante la visita en el cantón Sígsig, los encuestados califican la información que brindan los sigseños al preguntar alguna duda con el 43% excelente, buena el 34%, el 23% considerándose desde un tanto alarmante y finalmente 0% malo.

Gráfico No. 28



Comunicación

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Durante la visita en el cantón Sígsig, los encuestados califican la comunicación refiriéndose a la cordialidad, amabilidad y ayuda que brindan los sigseños con



el 31% excelente, buena el 46%, regular el 23% considerándose de igual manera alarmante y finalmente 0% malo.

#### 10. Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig

Se considera importante esta pregunta no por el hecho que sea obvia la respuesta al momento de hacerla a turistas que hablan español, sino para que al momento de que la respondan elijan un idioma opcional a parte de su idioma natal únicamente porque quiere aprender en otro idioma, teniendo como elección más de una opción en esta pregunta.

Cuadro No. 29

Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Español	35	95%
Inglés	2 <sup>5</sup>	5%
Francés	0	0%
Alemán	0	0%
Otros (especifique)	0	0%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

#### Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

---

<sup>5</sup> Dentro de los 35 encuestados, dos de ellos prefieren que también se ofrezca información en idioma inglés.



Cuadro No. 30



Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Eligiendo el español como idioma para visitar Sígsig tenemos a treinta y cinco de los encuestados, aunque también dos de ellos desean que también lo sea en inglés.

Gráfico No. 29



Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



## Universidad de Cuenca

Por más obvia que parezca la respuesta el 95 % de los encuestados prefieren el idioma español durante su visita, pero hay un 5% que también desea que sea en otro idioma como el inglés, teniendo como 0% otros idiomas como: francés, alemán y otros (especifique) que en este caso resultó ser una opción fallida.

### 11. Indique por favor dentro de que rango monetario se encuentra su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.

Cuadro No. 31

Indique por favor dentro de que rango monetario se encuentra su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$100	7	20%
\$101 a \$150	22	50%
\$151 a \$200	4	11%
\$201 a \$250	2	6%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Indique por favor dentro de que rango monetario se encuentra su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 32



Indique por favor dentro de que rango monetario se encuentra su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Con los datos obtenidos veinte y dos de los encuestados gastan durante la visita entre \$101 a \$150, siete de ellos menos de \$100, cuatro entre los \$151 a \$200, finalmente tenemos a dos de \$201 a \$250.

Gráfico No. 30



Indique por favor dentro de que rango monetario se encuentra su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Los gastos dentro del presupuesto a gastar durante la visita a Sígsig son: transporte, alimentación, compras de artesanías, entradas a museos y otros, el 20% de los encuestados menos de \$100, el 63% entre los \$101 a \$150, el 11% desde los \$151 a \$ 200, finalmente con el 6% con \$201 a 250 (dentro de los encuestas en español están turistas de otros países), los rangos \$251-\$300 y \$301-\$350 resultaron como opciones fallidas.



12. ¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig fue declarado patrimonio Cultural de la Nación?

Cuadro No. 33

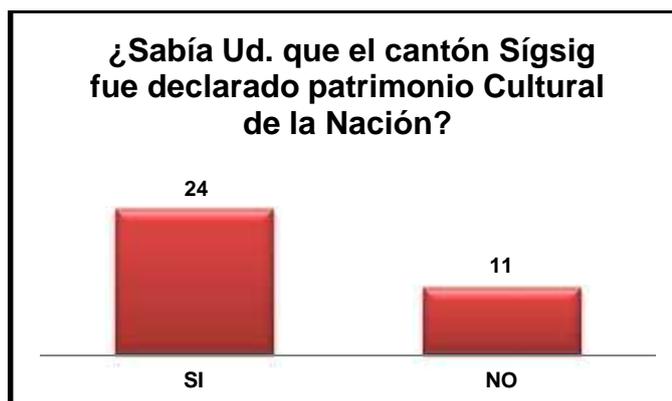
¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig fue declarado patrimonio Cultural de la Nación?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	24	69%
No	11	31%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig fue declarado patrimonio Cultural de la Nación?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 34



¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig fue declarado patrimonio Cultural de la Nación?

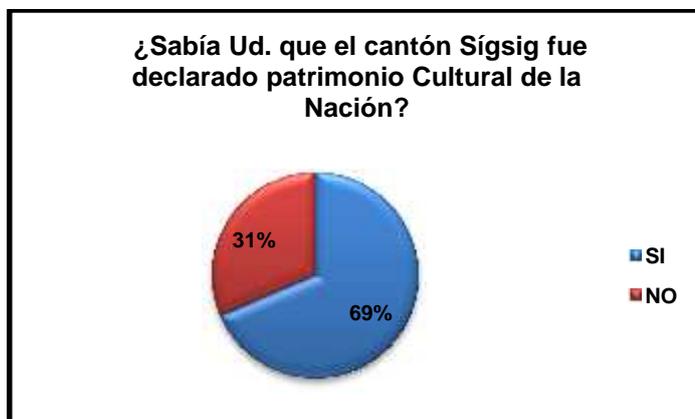
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De las treinta y cinco encuestas, veinte y cuatro de ellos saben que Sígsig fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación mientras que once no tenían conocimiento de aquel título que obtuvo este cantón.



Gráfico No. 31



¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig fue declarado patrimonio Cultural de la Nación?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 69% de los encuestados tenían el conocimiento de que Sígsig tiene el título como Patrimonio Cultural de la Nación antes de visitarlo mientras tanto el 31% no tenía conocimiento de aquello hasta visitarlo y antes de haber realizado las encuestas.

**13. ¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig?**

Es muy importante la realización de esta pregunta para obtener datos del sombrero de paja toquilla como actor del turismo en Sígsig.

Cuadro No. 35

¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	26	74%
No	9	26%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Los encuestados que respondieron **NO**, estarán fuera de las preguntas 12, 13, 14, 15,16.

Cuadro No. 36



¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los encuestados que visitaron Sígsig, veinte y seis han comprado un sombrero de paja toquilla y nueve no lo han hecho.

Gráfico No. 32



¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 74% de los encuestados han comprado un sombrero de paja toquilla, mientras que el 26% no lo ha hecho.

**14. ¿Con qué frecuencia compra Ud. un sombrero de paja toquilla de Sígsig?**

**Cuadro No. 37**

<b>¿Con qué frecuencia compra Ud. sombrero de paja toquilla de Sígsig?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
1 VEZ AL AÑO	11	42%
1 VECES CADA 2 AÑOS	3	11%
1 VEZ CADA 3 AÑOS	3	12%
PRIMERA VEZ	9	35%
<b>Total</b>	<b>26<sup>6</sup></b>	<b>100%</b>

**¿Con qué frecuencia compra Ud. sombrero de paja toquilla de Sígsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 38**



**¿Con qué frecuencia compra Ud. sombrero de paja toquilla de Sígsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

<sup>6</sup> El número total de los encuestados corresponden únicamente a los que han comprado un sombrero de paja toquilla.



De acuerdo a la frecuencia de compra del sombrero once lo han adquirieron una vez cada tres años, nueve lo han hecho por primera vez, y con el mismo valor tres lo hacen cada dos y una vez al año.

Gráfico No. 33



**¿Con qué frecuencia compra Ud. sombrero de paja toquilla de Sígsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 42% de los turistas adquieren un sombrero de paja toquilla una vez cada tres años, el 35% corresponde a quienes han comprado por primera vez, con el 12% cada dos años y finalmente con el 11% una vez cada dos años.



15. ¿Cuánto es el presupuesto que Ud. invierte en un sombrero de paja toquilla?

Cuadro No. 39

¿Cuánto es el presupuesto que Ud. invierte en un sombrero de paja toquilla?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
\$1 a \$20	5	19%
\$21 a \$40	11	42%
\$41 a \$60	7	27%
\$61 a \$80	3	12%
\$81 a \$100	0	0%
<b>Total</b>	<b>26<sup>7</sup></b>	<b>100%</b>

¿Cuánto es el presupuesto que Ud. invierte en un sombrero de paja toquilla?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 40



¿Cuánto es el presupuesto que Ud. gasta en un sombrero de paja toquilla?

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

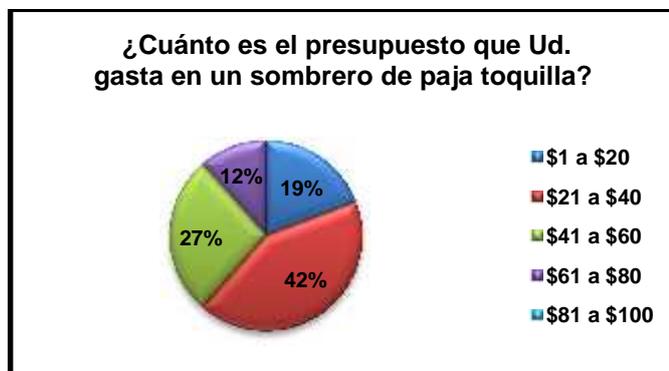
Fecha: 22 de marzo 2015

De los encuestados que si han comprado un sombrero de paja toquilla, once han pagado de \$21 a \$40, siete de ellos de \$41 a \$60, cinco han gastado desde \$1 a \$20 y finalmente tres entre los \$61 a \$80.

<sup>7 7</sup> El número total de los encuestados corresponden únicamente a los que han comprado un sombrero de paja toquilla



Gráfico No. 34



**¿Cuánto es el presupuesto que Ud. gasta en un sombrero de paja toquilla?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 42% de los que han comprado un sombrero de paja toquilla ha gasta entre los \$21 a \$40, el 27% desde \$41 hasta \$60, el 19% \$1 a \$20, finalmente el 12% de los encuestados \$61 a \$80, teniendo como opción fallida con 0% el rango \$81 a \$100.

**16. ¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig?**

En esta pregunta se da la libertad de elegir una o dos opciones según la compra de sombrero de paja toquilla del encuestado, razón por la cual la cantidad varía.

Cuadro No. 41

<b>¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
CAMPANAS	4	87%
ACABADOS	26	13%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 42



¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Referente al tipo de sombrero adquirido durante su visita veinte y seis de los encuestados han preferido el acabado y cuatro de ellos los “campana”

Gráfico No. 35



¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 87% ha adquirido un sombrero acabado en decir sombreros que han sido procesados luego de haber sido tejidos, mientras que el 13% han comprado el campana refiriéndose a los tejidos y vendidos por las mismas tejedoras.

**17. ¿Cree usted que el precio del sombrero equivale a su elaboración?**

Esta pregunta se realizó con el fin de concluir si el turista encuestado que ha comprado el sombrero de paja toquilla valora el esfuerzo de la tejedora sigseña comprando directamente ya sea a la tejedora misma o en la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora siendo la intermediara para el proceso de acabado de los sombreros.

Cuadro No. 43

¿Cree usted que el precio del sombrero equivale a su elaboración?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	18	68%
NO	8	32%
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>

¿Cree usted que el precio del sombrero equivale a su elaboración?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 44



¿Cree usted que el precio del sombrero equivale a su elaboración?

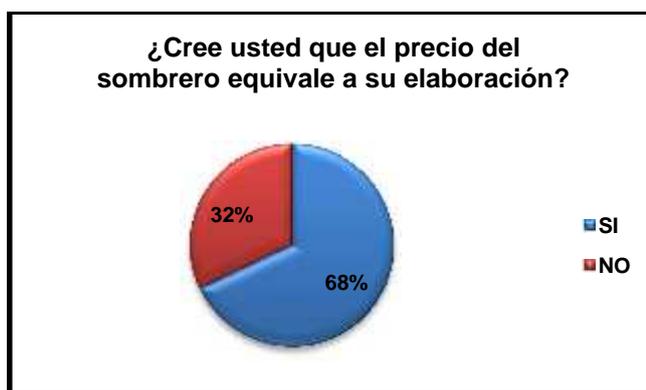
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Dieciocho de los encuestados consideran igualdad entre el precio y la elaboración del sombrero mientras que ocho de ellos no están de acuerdo su precio.

Gráfico No. 36



¿Cree usted que el precio del sombrero equivale a su elaboración?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 68% de las encuestas realizadas creen que si equivale el precio del sombrero de acuerdo a su elaboración indicando que el mínimo valor de lo que gastan está entre los \$1 a \$20 dólares, mientras tanto un 32% indica que no equivale su valor monetario con la mano de obra señalando no ser justo el valor que ofrecen al tiempo de elaboración del mismo.

**18. ¿Qué tan importante considera Ud. al sombrero de paja toquilla del Sígsig, referente a otros productores de sombreros en Ecuador?**

El objetivo de esta pregunta es posicionar de acuerdo al número de encuestados la importancia de Sígsig dentro de los principales productores y exportadores de sombreros como: Montecristi, Azogues y Cuenca de esta manera tener una percepción general de este cantón en producción, mientras más conocido es, mayor el número de personas que visitan Sígsig mejorando indirectamente la oferta turística del mismo.



Cuadro No. 45

<b>¿Qué tan importante considera Ud. al sombrero de paja toquilla del Sígsig, referente a otros productores de sombreros en Ecuador?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	13	42%
Muy Bueno	11	36%
Bueno	3	10%
Regular	2	6%
Malo	2	6%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

**¿Qué tan importante considera Ud. al sombrero de paja toquilla del Sígsig, referente a otros productores de sombreros en Ecuador?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 46



**¿Qué tan importante considera Ud. al sombrero de paja toquilla del Sígsig, referente a otros productores de sombreros en Ecuador?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Con respecto a los otros productores de sombreros del país: Montecristi, Cuenca y Azogues, trece encuestados consideran a Sígsig excelente, once como muy bueno, tres bueno y con el mismo valor de dos personas lo califican como regular y malo.



Gráfico No. 37



**¿Qué tan importante considera Ud. al sombrero de paja toquilla del Sígsig, referente a otros productores de sombreros en Ecuador?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 42% califica al cantón Sígsig excelente productor de sombreros de paja toquilla con referencia a los otros productores mencionados anteriormente, el 36% muy buena, el 10% buena y teniendo equidad con el 6% de los encuestados como malo y regular productor de sombreros.

**19. ¿Sabía Ud. que el sombrero de paja toquilla obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad?**

Cuadro No. 47

<b>¿Sabía Ud. que el sombrero de paja toquilla obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	20	57%
NO	15	43%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**¿Sabía Ud. que el sombrero de paja toquilla obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 48



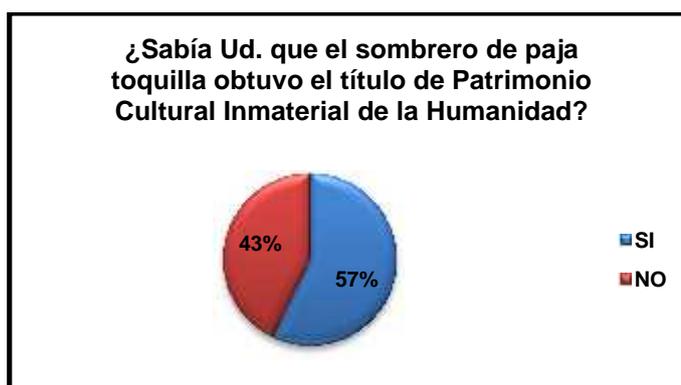
**¿Sabía Ud. que el sombrero de paja toquilla obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Veinte de las personas encuestadas sabían que el sombrero de paja toquilla recibió el título otorgado por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación, mientras que 15 de ellos no tenían conocimiento.

Gráfico No. 33



**¿Sabía Ud. que el sombrero de paja toquilla obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 57% de los encuestados hayan comprado o no sombrero de paja toquilla tienen conocimiento que recibió el título como Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad, mientras tanto el 43% no tienen conocimiento acerca de este título obtenido a pesar de ello si han comprado un sombrero.

**20. ¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig es uno de los principales productores del sombrero de paja toquilla?**

**Cuadro No. 49**

<b>¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig es uno de los principales productores del sombrero de paja toquilla?</b>		
SI	19	54%
NO	16	46%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig es uno de los principales productores del sombrero de paja toquilla?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 50**



**¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig es uno de los principales productores del sombrero de paja toquilla?**

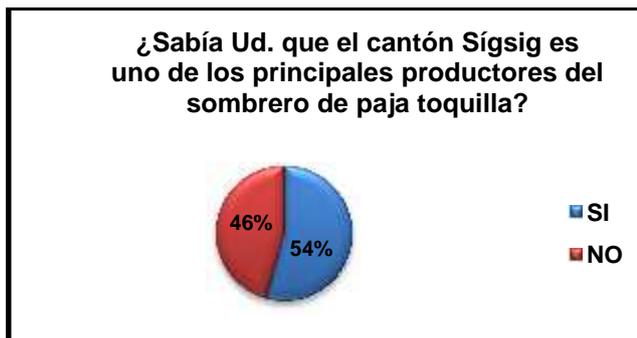
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Dentro de las encuestas realizadas, diecinueve de las personas sabían que Sígsig es uno de los principales productores de sombrero de paja toquilla y dieciséis no tenían conocimiento de aquello.

Gráfico No. 39



**¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig es uno de los principales productores del sombrero de paja toquilla?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 54% de los encuestados tiene conocimiento de que el cantón Sígsig forma parte de los principales productores y exportadores del sombrero de paja toquilla, y el 46% no tiene conocimiento hayan comprado o no un sombrero de paja toquilla.

**21. ¿Pagaría un tour dedicado únicamente al sombrero de paja toquilla de Sígsig?**

Cuadro No. 51

<b>¿Pagaría un tour dedicado únicamente al sombrero de paja toquilla de Sígsig?</b>		
SI	34	97%
NO	1	3%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

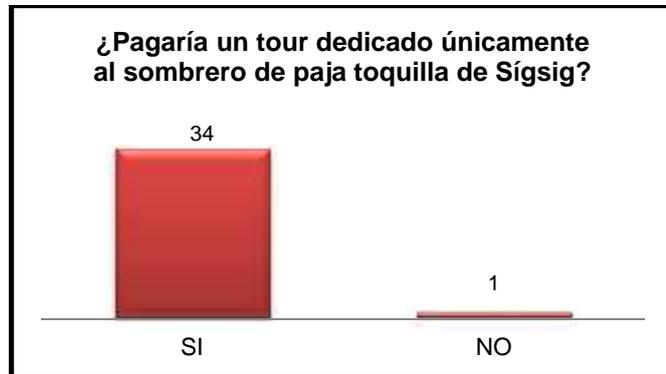
**¿Pagaría un tour dedicado únicamente al sombrero de paja toquilla de Sígsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 52



¿Pagaría un tour dedicado únicamente al sombrero de paja toquilla de Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los turistas encuestados, treinta y cuatro si pagaría u tour dedicado al sombrero de paja toquilla en Sígsig, mientras que una persona no lo haría.

Gráfico No. 40



¿Pagaría un tour dedicado únicamente al sombrero de paja toquilla de Sígsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 97% de los encuestados pagarían un tour dedicado a la exposición de la elaboración del sombrero de paja toquilla en Síg sig. El 3% no pagarían por este tour representando la minoría.

**22. Si su respuesta es SI ¿cuánto sería su presupuesto a gastar?**

**Cuadro No. 53**

<b>Si su respuesta es SI ¿cuánto sería su presupuesto a gastar?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos a \$100	4	12%
\$101 a \$150	16	47%
\$151 a \$200	12	35%
\$201 a \$250	2	6%
\$251 a \$300	0	0%
\$301 a \$350	0	0%
Más de \$350	0	0%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Si su respuesta es SI ¿cuánto sería su presupuesto a gastar?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 52**



**Si su respuesta es SI ¿cuánto sería su presupuesto a gastar?**

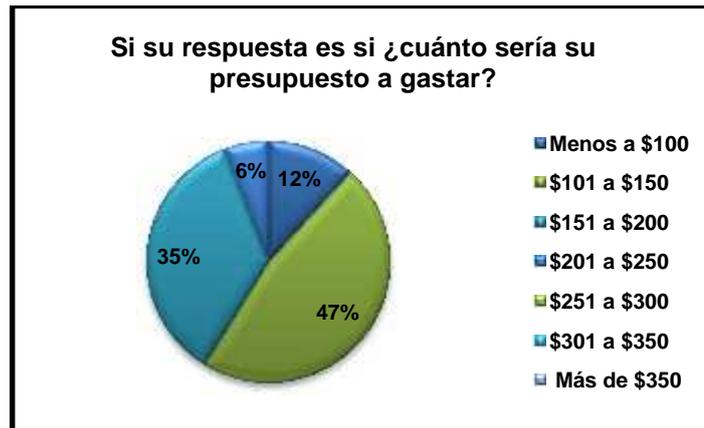
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Para el tour del sombrero dieciséis están dispuestos a pagara de \$101 a \$150, doce de ellos desde \$151 a \$200, cuatro de éstos menos de \$100 y dos darían entre \$201 a \$250.

Gráfico No. 36



Si su respuesta es Si ¿cuánto sería su presupuesto a gastar?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 47% de los encuestados estarían dispuestos a gastar en este tour entre los \$101 a \$150, el 35% \$151 a \$200, teniendo el 12% menos de los \$100, finalmente con el 6% más \$301 a \$350.

### 23. ¿Ha visitado La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?

Fue de importancia realizar esta pregunta debido a que la Asociación de Toquilleras es sin duda la única fábrica de sombreros y la más importante para promocionar indirectamente al sombrero a través del turismo.



Cuadro No. 55

¿Ha visitado La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	7	80%
NO	28	20%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

¿Ha visitado La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 56



¿Ha visitado La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

La asociación de Toquilleras ha sido visitada por siete de los encuestados mientras que los veinte y ocho restantes no lo han hecho.



Gráfico No. 42



¿Ha visitado La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 80% de los encuestados no conocen la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora a pesar que han comprado un sombrero de paja toquilla, señalando que el lugar donde adquieren el sombrero son los locales y tiendas de artesanía del cantón. El 20% si conocen la asociación aunque no hayan comprado esta artesanía.

24. ¿Le gustaría que esta Asociación se convierta en un museo taller?

Cuadro No. 57

¿Le gustaría que esta Asociación se convierta en un museo taller?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	32	91%
NO	3	9%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

¿Le gustaría que esta Asociación se convierta en un museo taller?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 58



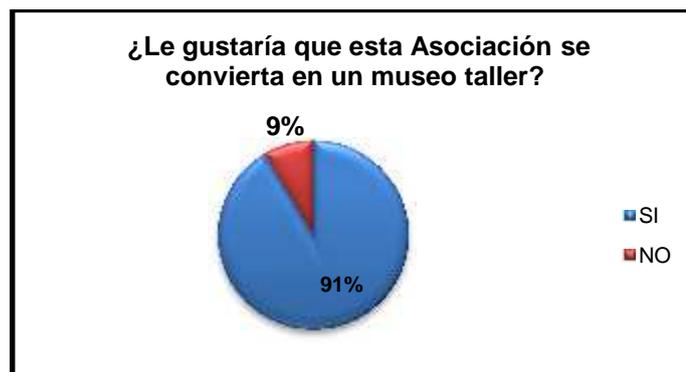
¿Le gustaría que esta Asociación se convierta en un museo taller?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

A treinta y dos del total de los encuestados les gustaría que esta asociación se convierta en un museo taller de sombrero de paja toquilla, mientras que a tres de ellos no les gustaría.

Gráfico No. 43



¿Le gustaría que esta Asociación se convierta en un museo taller?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 91% de los turistas encuestados desean que esta asociación se convierta en museo taller para la venta y exposición de la elaboración del sombrero con fines de lucro y promoción turística del cantón, y teniendo como el 9% los que desean que no lo sea.

**25. ¿Realizaría una nueva visita a Sígsig, para adquirir un sombrero de paja toquilla?**

**Cuadro No. 59**

<b>¿Realizaría una nueva visita a Sígsig, para adquirir un sombrero de paja toquilla?</b>		
SI	30	86%
NO	5	14%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**¿Realizaría una nueva visita a Sígsig, para adquirir un sombrero de paja toquilla?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 60**



**¿Realizaría una nueva visita a Sígsig, para adquirir un sombrero de paja toquilla?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Treinta personas encuestadas si regresarían a Sígsig para adquirir un sombrero de paja toquilla, mientras tanto cinco de ellos no lo harían.

Gráfico No. 44



¿Realizaría una nueva visita a Sígsig, para adquirir un sombrero de paja toquilla?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 86% visitaría nuevamente Sígsig para realizar la compra de un sombrero de paja toquilla en cambio el 14% no regresaría a visitarlo.

### 3.3 Análisis y tabulación de las encuestas realizadas en inglés

A continuación el análisis con la correspondiente tabulación de cada pregunta realizada siendo 35 encuestas para cada segmento de acuerdo al modelo de la encuesta en inglés (Ver Anexo N°5, Pág. 203-207).



**Datos personales demográficos:**

**1. Sex**

**Cuadro No. 61**

SEX	QUANTITY
Male	11
Female	24
<b>Total</b>	<b>35</b>

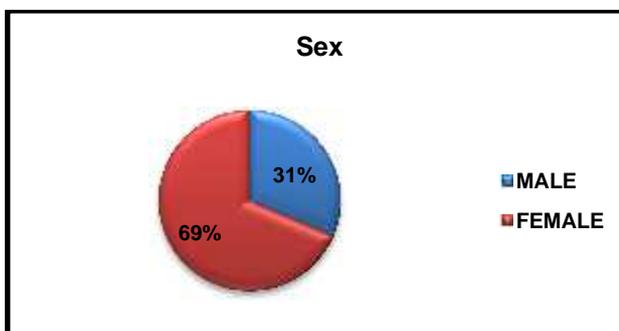
**Sex**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los treinta y cinco encuestados, veinte y cuatro son mujeres y once son hombres.

**Gráfico No. 45**



**Sex**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 69% de los encuestados son del sexo femenino mientras que el 31% son del sexo masculino.



## 2. Country

Cuadro No. 62

Opción	Cantidad
Alemania	4
Australia	1
Canadá	4
Cuenca <sup>8</sup>	2
Estados Unidos	6
Francia	7
Inglaterra	7
Suiza	4
<b>Total</b>	<b>35</b>

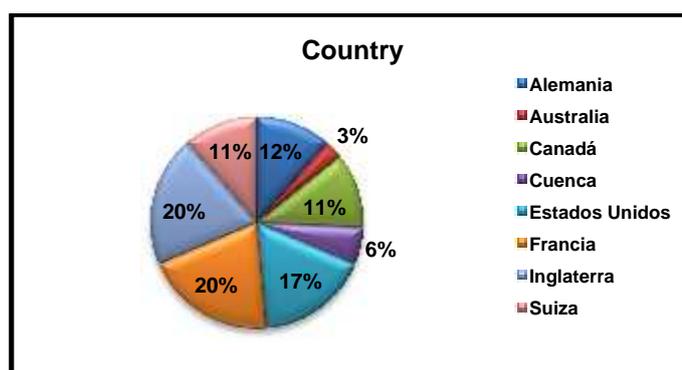
City

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los encuestados en inglés con el mismo valor de siete son procedentes e Francia e Inglaterra, seis son de Estados Unidos, de igual cantidad de cuatro son de Alemania y Suiza, dos de Cuenca (extranjeros que residen en Cuenca) y una persona de Australia.

Gráfico No. 46



City

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

<sup>8</sup> Eligieron la ciudad de Cuenca por la razón de que son turistas que residen en la ciudad de Cuenca, es decir son jubilados.



Dentro de los encuestados tenemos con el mismo valor el 20% de Estados Unidos e Inglaterra. El 17% Inglaterra, el 12% Alemania, el 11% Canadá y Suiza, con el 6% está Cuenca- Ecuador, esta ciudad está dentro de esta encuesta refiriéndose a turistas que residen en la misma y con el 3% tenemos a Australia.

### 3. Age

Cuadro No. 63

AGE	QUANTITY
20-30	2
31-40	14
41-50	15
51-60	3
<b>Total</b>	<b>35</b>

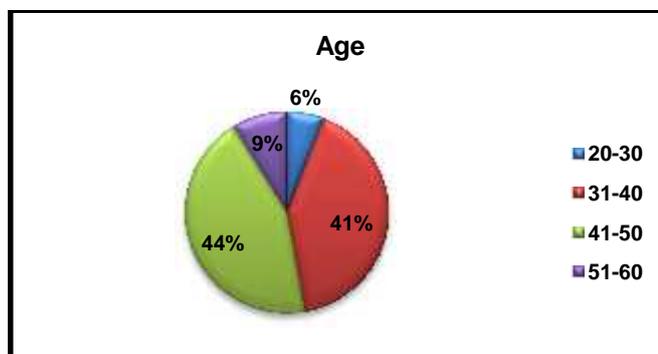
Age

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Quince de los encuestados están entre los cuarenta y uno hasta los cincuenta años, catorce desde los treinta y uno a los cuarenta, tres de cincuenta y uno a sesenta y finalmente dos de veinte a treinta años.

Gráfico No. 47



Age

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 44% de los encuestados están entre los 41 a 50 años de edad, el 41% 31 a 40, el 9% 51 a 60 y finalmente el 6% está entre los 20-30.

#### 4. Marital Status

Cuadro No. 64

MARITAL STATUS	QUANTITY
Married	26
Single	5
Divorced	4
<b>Total</b>	<b>35</b>

#### Marital Status

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Veinte y seis encuestados son casados, cinco solteros y cuatro divorciados.

Gráfico No. 48



#### Marital Status

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 74% de los turistas encuestados son casados, el 14% solteros y el 12% divorciados.



## 5. Education level

Cuadro No. 65

OPCTION	QUANTITY
Primary	0
Secondary	2
Tirhd Level	33
<b>Total</b>	<b>35</b>

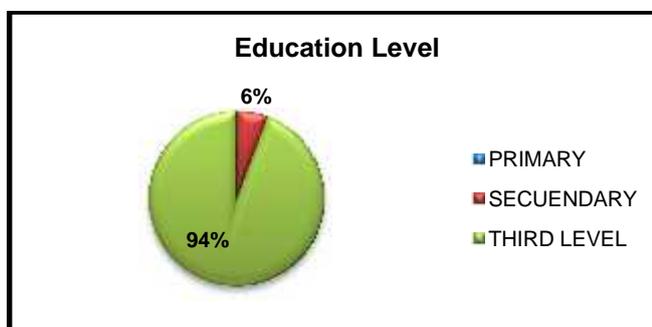
### Education Level

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los turistas encuestados treinta y tres tienen el tercer nivel educación, dos únicamente secundaria y como opción fallida "primaria".

Gráfico No. 49



### Education Level

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 94% de los encuestados han terminado el tercer nivel de estudios y el 6% únicamente la secundaria.



### 1. How often do you visit Sigsig?

Cuadro No. 66

How often do you visit Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Every month	0	0%
Every 6 months	2	6%
Every year	4	6%
Every 2 years	12	17%
Every 3 years	16	40%
First time	1	31%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

#### How often do you visit Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 67



#### How often do you visit Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Del mercado extranjero dieciséis de los turistas han visitado Sigsig por primera vez, doce de ellos van una vez cada tres, cuatro viajan cada dos, dos lo hace una vez anual, y una persona lo hace una vez dos veces por año.



Gráfico No. 50



**How often do you visit Sigsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 46% de los turistas encuestados en inglés visitaron Sigsig por primera vez, siguiéndole con el 34% que lo hacen cada tres años, el 11% una vez en dos años, 6% todos los años y el 3% en seis meses, una opción fallida 0% todos los meses.

**2. How many days were you in Sigsig?**

Cuadro No. 68

Opción	Cantidad	Porcentaje
1 a 2 days	21	58%
2 a 3 days	10	28%
3 a 4 days	5	14%
4 a 5 days	0	0%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

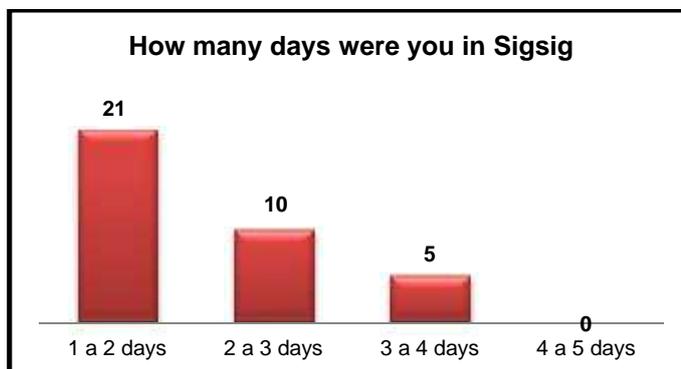
**How many days were you in Sigsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 69



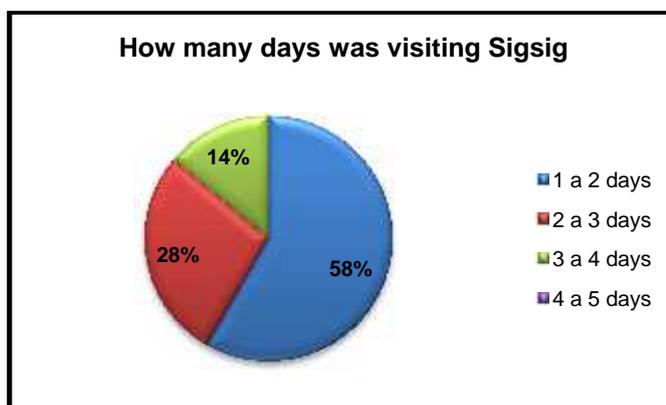
**How many days were you in Sigsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Veinte y un encuestados permanecen de uno a dos días en Sigsig, diez entre dos a tres finalmente cinco se quedan de tres a cuatro.

Gráfico No. 51



**How many days were you in Sigsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 58% de los turistas extranjeros han visitado Sígsig entre 1 a 2 días, el 28% de 2 a 3 y el 14% entre los 3 a 4.

3. Your trip was made?

Cuadro No. 70

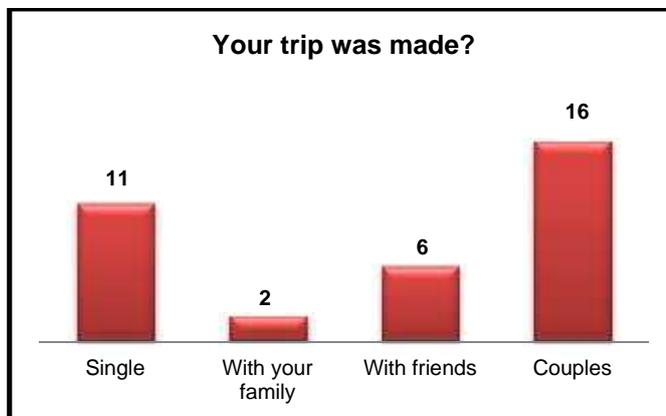
Your trip was made?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Single	11	31%
With your family	2	3%
With friends	6	17%
Couples	16	46%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Your trip was made?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 71



Your trip was made?

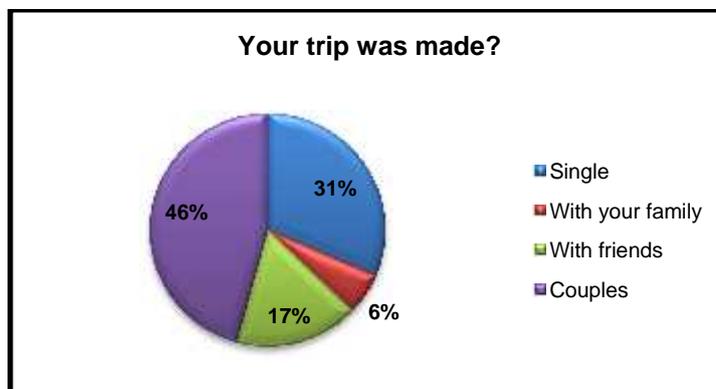
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Dieciséis de los encuestados viajan en parejas, once de ellos prefieren hacerlo solos, mientras seis de las personas lo hacen con amigos y dos visitan Sígsig con su familia.



Gráfico No. 52



Your trip was made?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 46% de los encuestados extranjeros prefieren viajar en pareja, mientras que el 31% lo hacen solos, el 17% con amigos y el 6% con su familia.

#### 4. Indicate, how did you meet Sigsig?

En esta pregunta los encuestados eligieron más de una opción debido a que conocieron a Sigsig no solo por un medio de comunicación, se obtuvo lo siguiente:

Cuadro No. 72

Indicate, How did you meet Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Relative	1	1%
Magazines	1	1%
Tv	1	2%
Internet	33	51%
Tour Operador	16	25%
Friends	13	20%
Other (Specify)	0	0%
<b>Total</b>	<b>65<sup>9</sup></b>	<b>100%</b>

Indicate, how did you meet Sigsig?

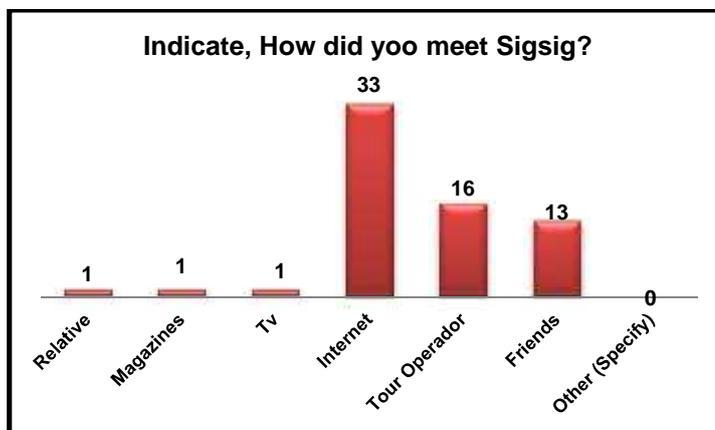
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

<sup>9</sup> Esta cantidad se debe a que los 35 encuestados eligieron más de una opción.



Cuadro No. 73



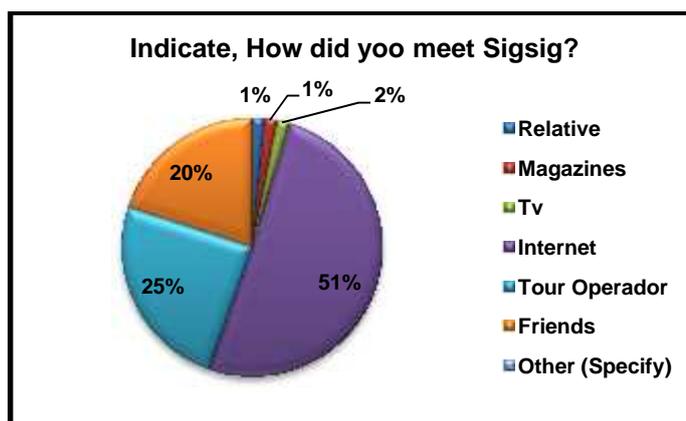
Indicate, how did you meet Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Teniendo la opción de elegir varias alternativas treinta y tres turistas extranjeros conocen a Sígsig mediante el internet, dieciséis a través de los operadoras turísticas, trece han recibido información de sus amigos y con el mismo valor de uno conocen a Sígsig por televisión, revistas y familiares.

Gráfico No. 53



Indicate, how did you meet Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 51% de los encuestados han conocido turísticamente al cantón a través de internet, teniendo en segundo lugar a los tour operadores, las agencias de viaje con el 25%, un 20% corresponde a amigos, el 2% señala que ha conocido a Sígsig a través de la televisión, teniendo con igual número a familiares y revistas, finalmente como opción fallida con 0% en otros (especifique).

**5. Did you use a intermediary (travel agency) for you visit to Sigsig?**

Cuadro No. 74

Did you use a intermediary (travel agency) for you visit to Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
SI	20	57%
NO	15	43%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Did you use a intermediary (travel agency) for you visit to Sigsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 75



**Did you use a intermediary (travel agency) for you visit to Sigsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Veinte de los encuestados han contratado los servicios de una operadora turística mientras que quince de ellos han preferido viajes solos.



Gráfico No. 54



Did you use a intermediary (travel agency) for you visit to Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 57% de los turistas encuestados prefieren viajar con intermediación turística mientras que el 43% prefieren hacerlo por cuenta propia.

6. If you say “Yes”, indicate the name of the intermediary, and the city?

Realizando las encuestas se obtuvo las siguientes agencias de viajes en las siguientes ciudades:

Cuadro No. 76

If you say Yes, indicate the name of the intermediary			
Opción	Ciudad	Cantidad	Porcentaje
Mirametours S.A.	Quito	1	5%
Contactour	Quito	6	30%
South American Tours	Quito	4	20%
Metropolitan Touring	Cuenca	3	15%
Georeisen	Quito	4	20%
Apullacta Expeditions	Cuenca	2	10%
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>100%</b>

If you say “Yes”, indicate the name of the intermediary

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 77



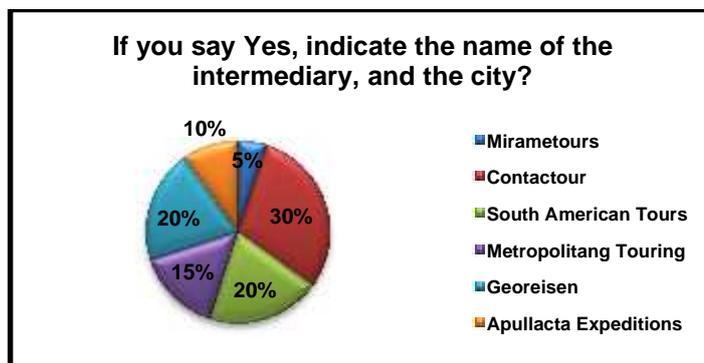
If you say yes, indicate the name of the intermediary

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los veinte que han contratado los servicios de una agencia de viajes, seis lo han hecho con Contactour en la ciudad de Quito, con el mismo valor de cuatro usaron la intermediación de Georeisen y South American Tours y un turista en Mirametours en la misma ciudad, tres de ellos Metropolitan Touring, dos en Apullacta Expeditions también en Cuenca, las dos agencias ubicadas en Cuenca.

Gráfico No. 55



If you say "Yes", indicate the name of the intermediary

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 30% de los turistas encuestados contratan los servicios de Contactour en Quito, con el mismo valor del 20% South American Tours y Georeisen en la ciudad de Quito, el 15% en la ciudad de Cuenca tenemos a Metropolitan Touring y en la misma ciudad con el 10% está Apullacta Expediciones finalmente con el 5% tenemos a Mirametours en la ciudad de Quito. Teniendo como conclusión que las agencias que más vende sus paquetes turísticos que incluye como destino el cantón Síg sig es de la ciudad de Quito.

### 7. What are main reasons for visit Sigsig?

En esta pregunta los turistas eligieron más de una opción debido a que tienen más de un motivo para visitar Síg sig, razón por la cual sobrepasa el número de encuestados.

**Cuadro No. 78**

What are main reasons for visit Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Sport	0	0%
Leisure	8	19%
Job	0	0%
Tourism	35	81%
Others (Specify)	0	0%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

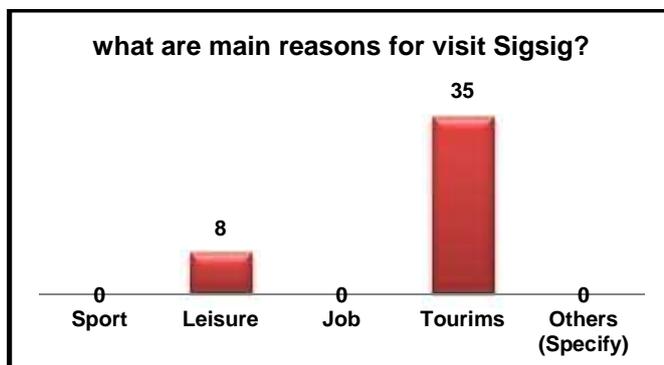
**What are main reasons for visit Sigsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 79



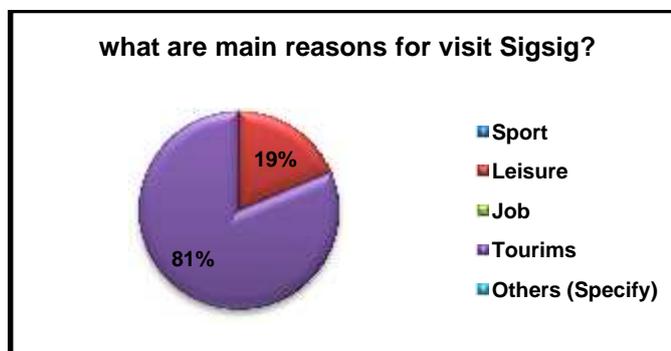
What are main reasons for visit Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Treinta y cinco de los encuestados visitaron Sígsg por Turismo, ocho de ellos lo han hecho por ocio, teniendo como fallidas el resto de opciones.

Gráfico No. 56



What are main reasons for visit Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 81% visitan Sígsg por turismo, siguiendo con el 19% de turistas que llegan a por ocio, a comparación de los encuestados en español existen dos opciones fallidas con 0% en deportes, trabajo y otros (especifique).



**8. In a tick in the tourism option, indicate that factor is most important to your visit.**

En esta pregunta los turistas eligieron más de una opción debido a que tienen más de un actividad turística a realizar durante su estancia en el cantón por la cual sobrepasa el número de encuestados.

**Cuadro No. 80**

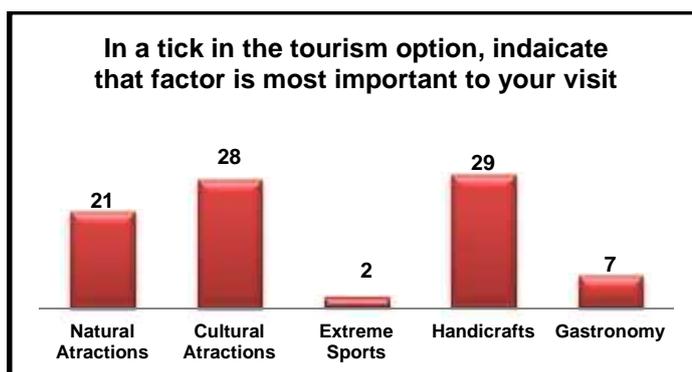
In a tick in the tourism option, indicate that factor is most important to your visit		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Natural Attractions	21	24%
Cultural Attractions	28	32%
Extreme Sports	2	2%
Handicrafts	29	34%
Gastronomy	7	8%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

**In a tick in the tourism option, indicate that factor is most important to your visit**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 81**



**In a tick in the tourism option, indicate that factor is most important to your visit**

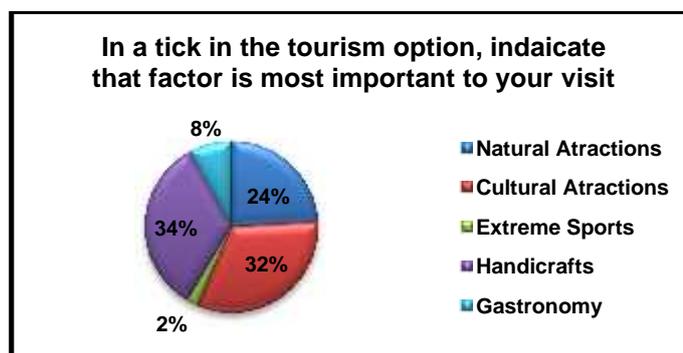
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Teniendo elección a más de una opción tenemos lo siguiente: veinte y nueve de los encuestados que su motivación principal es la compra de artesanías, veinte y ocho para visitar atractivos culturales, veinte y un conocer los atractivos naturales, siete de ellos visitan para degustar la gastronomía, finalmente dos lo hacen para realizar deportes extremos.

Gráfico No. 57



In a tick in the tourism option, indicate that factor is most important to your visit

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

La actividad más realizada por los turistas que visitan Síg sig son la compra de artesanías representado por el 34%, tomando el segundo lugar con el 32% en visitar los atractivos culturales, los atractivos naturales sigue con el 24%, la gastronomía obtuvo un 8% y finalmente los deportes extremos tiene un 2% de acogida por los encuestados.

## 9. What kind of services found in Sigsig?

La siguiente pregunta se detalla el valor y porcentaje de cada factor a evaluar, se representará en el mismo cuadro estadístico todos los servicios presentados teniendo las 35 respuestas en cada ítem, pero para los porcentajes se realizará los gráficos individuales por servicios para un mejor entendimiento.



Cuadro No. 82

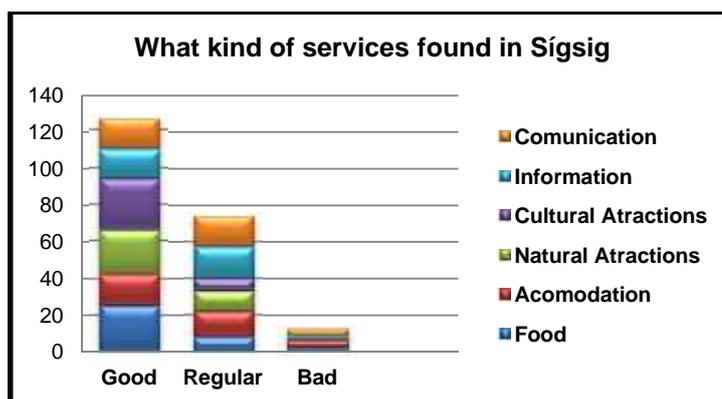
Opción	Excellent	Good	Regular	Bad	Total
	3	2	1	0	
Food	25	8	2	0	35
Acomodation	17	14	4	0	35
Natural Atractions	24	11	0	0	35
Cultural Atractions	28	7	0	0	35
Information	16	17	2	0	35
Comunicacion	14	17	4	0	35

What kind of services found in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 83



What kind of services found in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

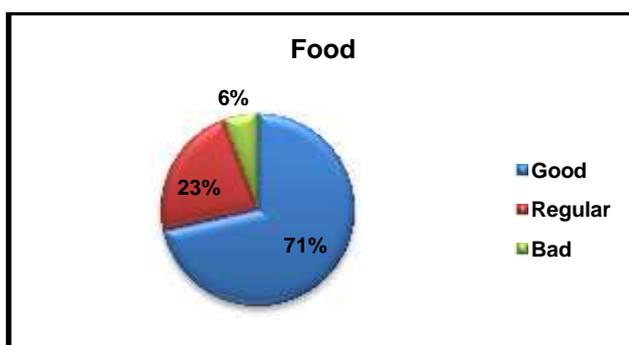
Fecha: 22 de marzo 2015

Calificando con 3 excelente y 0 malo de los 35 encuestados obtuvimos los siguientes resultados que dan a cada servicio prestado en Sigsig: veinte y cinco califican al servicio de alimentación como excelente, ocho bueno, dos regular y como nula “malo”. Con respecto al servicio de hospedaje diecisiete lo consideran excelente, catorce bueno, cuatro regular. Con el mismo valor de veinte y cuatro turistas los atractivos culturales les parecen excelente, once bueno, y a cuatro de ellos bueno. Referente a los atractivos naturales veinte y ocho lo dominaron como excelente, siete bueno y cero regular y malo. En



cuanto a la información brindada por parte de los sigseños dieciséis fue excelente, diecisiete bueno y dos como regular y finalmente la comunicación de los habitantes hacia los visitantes fue excelente para catorce de ellos, diecisiete le ponen un bueno y cuatro regular.

Gráfico No. 58



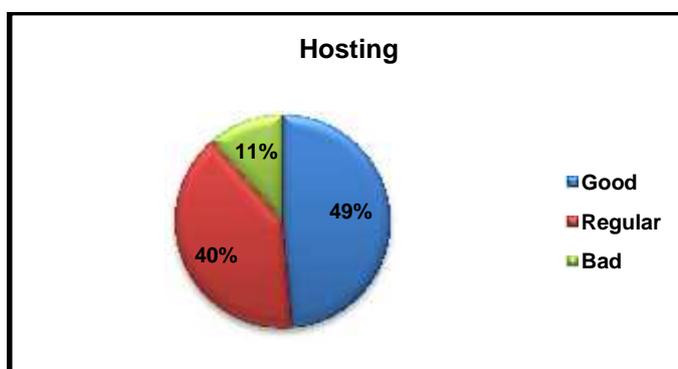
Food

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 71% de los encuestados califican excelente el servicio de alimentación, teniendo como buena el 23%, regular el 6% y finalmente 0% malo.

Gráfico No. 59



Hosting

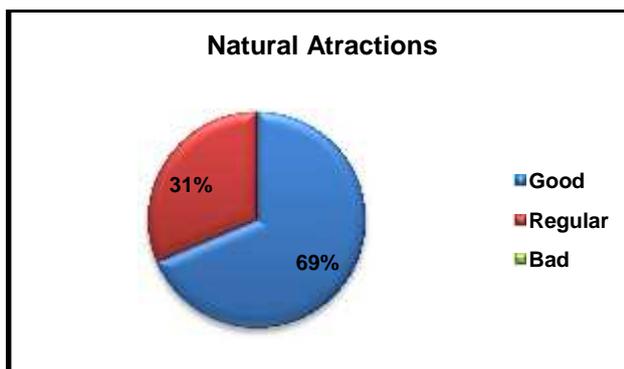
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 49% de los encuestados califican excelente el servicio de hospedaje, el 40% buena, regular el 11% y finalmente 0% malo.

Gráfico No. 60



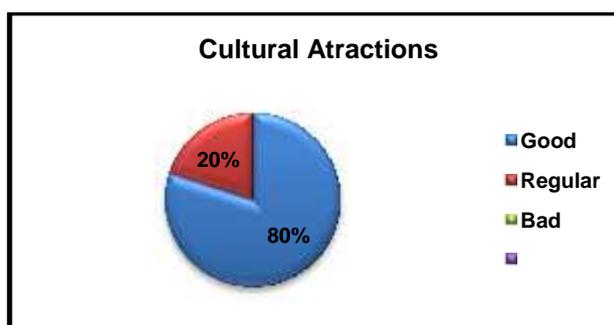
Natural Attractions

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Durante la visita en el cantón Sígsig, el 69% de los encuestados califican excelente la visita de atractivos naturales, buena el 31%, finalmente 0% malo.

Gráfico No. 61



Cultural Attractions

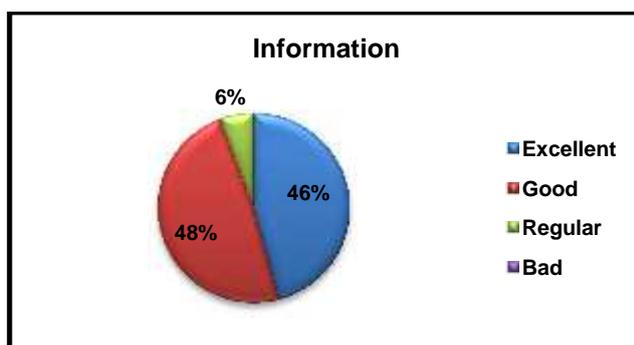
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Durante la visita en Sígsig, el 80% califican excelente la visita de atractivos naturales, el 20% buena y finalmente 0% malo.

Gráfico No. 62



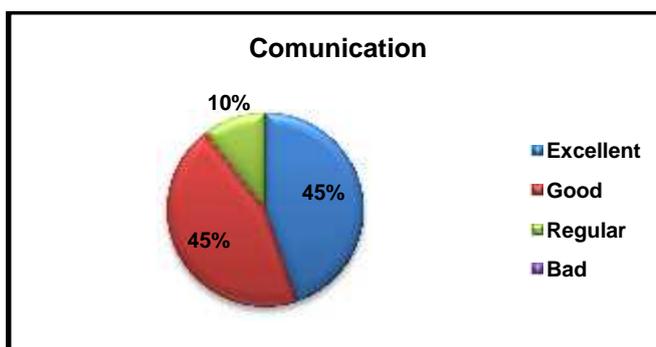
**Information**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Durante la visita en Sígsig, los encuestados califican la información que brindan los sigseños al preguntar alguna duda con el 46% excelente, buena el 48%, regular el 6%, finalmente 0% malo.

Gráfico No. 63



**Comunication**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Durante la visita en el cantón Sigsig, los encuestados califican la comunicación refiriéndose a la cordialidad, amabilidad y ayuda que brindan los sigseños con el 45% excelente, buena el 45%, regular el 10% y finalmente 0% malo.

**10. Language that preference when you visiting Sigsig**

Se considera importante esta pregunta debido a que los encuestados extranjeros tienen diferentes nacionalidades, teniendo como elección más de una opción en esta pregunta.

**Cuadro No. 84**

Language preference when visiting Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Spanish	2	95%
English	29	5%
French	9	0%
Germany	4	0%
Others (specifity)	0	0%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

**Language preference when you visiting Sigsig**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 85**



**Language preference when you visiting Sigsig**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



De los treinta y cinco extranjeros encuestados: veinte y nueve de ellos desean que su visita en Síg sig sea en inglés, nueve en francés, cuatro en alemán, mientras tanto dos en español.

Gráfico No. 64



Language preference when you visiting Sigsig

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 66% de los encuestados prefieren el idioma inglés durante su visita, un 20% francés, el 9% alemán, con el 5% español y como 0% otros (especifique) que en este caso resultó ser una opción fallida.



11. Indicate in which monetary range business spending per person per day in Sigsig?

Cuadro No. 86

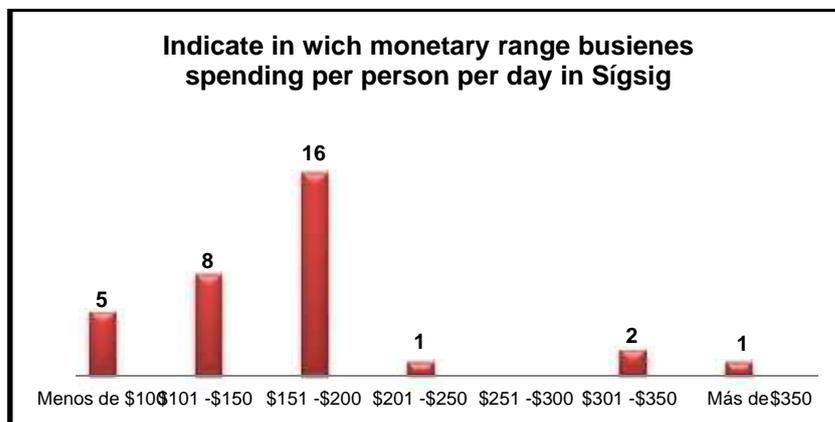
Indicate in which monetary range business spending per person per day in Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$100	5	14%
\$101 a \$150	8	23%
\$151 a \$200	16	46%
\$201 a \$250	2	6%
\$251 a \$300	1	5%
\$301 a \$350	2	3%
Más de \$350	1	3%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Indicate in which monetary range business spending per person per day in Sigsig?

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 87



Indicate in which monetary range business spending per person per day in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

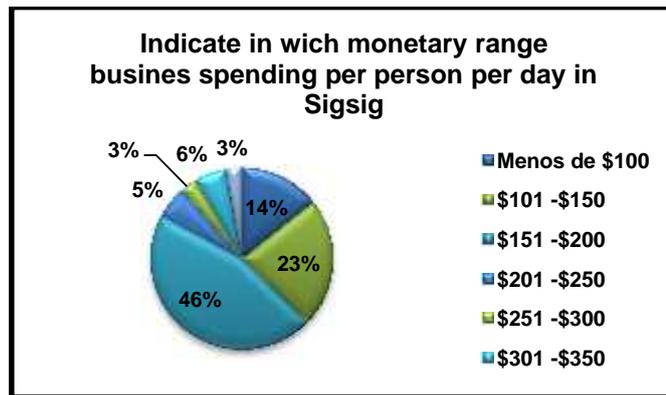
Fecha: 22 de marzo 2015

Dentro del presupuesto a gastar durante su visita tenemos lo siguiente: dieciséis entre \$151 a \$200, ocho desde \$101 a \$150, cinco de ellos menos de



cien dólares, mientras que dos de ellos de \$301 a \$350 y finalmente con el mismo valor de uno tenemos \$201 a \$250 y más de \$350.

Gráfico No. 65



Indicate in which monetary range business spending per person per day in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Los gastos dentro del presupuesto durante la visita a Sigsig son: transporte, alimentación, compras de artesanías, entradas a museos y otros, el 14% menos de \$100, el 23% entre los \$101 a \$150, el 46% \$151 a \$ 200, el 6% \$201 a 250, el 5% \$251-\$300 y teniendo igual valor del 3% los rangos \$301-\$350 y Más de \$350.

12. Did you know that Sigsig is declared Cultural Heritage of the Nation?

Cuadro No. 88

Opción	Cantidad	Porcentaje
YES	26	74%
NO	9	26%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Did you know that Sigsig is declared Cultural Heritage of the Nation?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 89



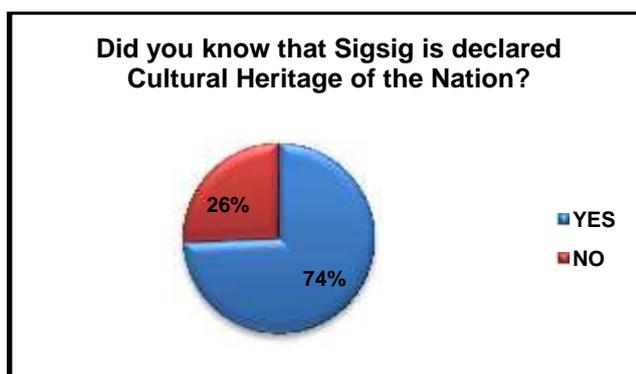
Did you know that Sigsig is declared Cultural Heritage of the Nation?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los turistas extranjeros veinte y seis saben que Sigsig es Patrimonio Cultural de la Nación, mientras que nueve no lo sabía hasta antes de realizar esta entrevista.

Gráfico No. 65



Did you know that Sigsig is declared Cultural Heritage of the Nation?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 74% de los encuestados tenían el conocimiento de que Sígsig tiene el título como Patrimonio Cultural de la Nación antes de visitarlo mientras tanto el 26% no sabía de aquello antes de visitarlo.

### 13. Have you bought a straw hat in Sigsig

Es muy importante la realización de esta pregunta para obtener datos del sombrero de paja toquilla como actor del turismo en Sígsig.

Cuadro No. 90

Have you bought a straw hat in Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
YES	29	83%
NO	6	17%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

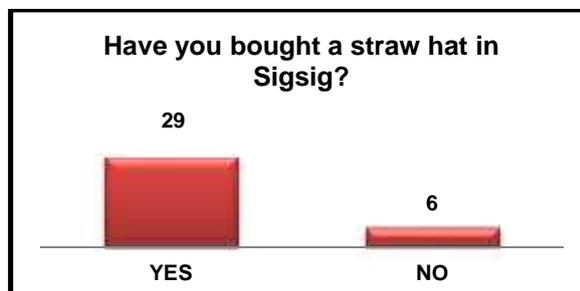
#### Have you bought a straw hat in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Los encuestados que respondieron **NO**, estarán fuera de las preguntas 12, 13, 14, 15,16.

Cuadro No. 91



#### Have you bought a straw hat in Sigsig?

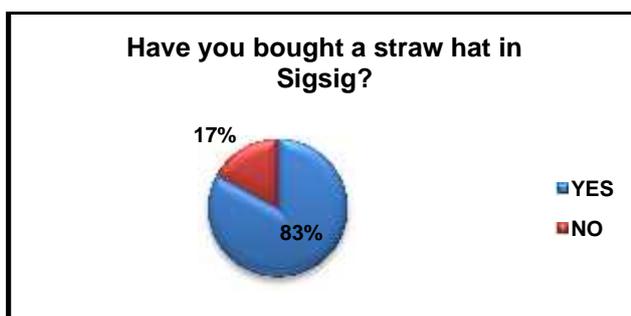
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Veinte y nueve que visitaron Sigsig si han comprado un sombrero de paja toquilla y seis de ello no lo han hecho.

Gráfico No. 67



Have you bought a straw hat in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 83% de los encuestados han comprado un sombrero de paja toquilla, mientras que el 13% no lo han hecho.

**14. How often do you buy straw hats in Sigsig?**

Cuadro No. 92

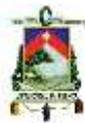
How often do you buy straw hats in Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Once a year	7	24%
Once two years	5	17%
Once every three years	5	17%
First time	12	42%
<b>Total</b>	<b>29<sup>10</sup></b>	<b>100%</b>

How often do you buy straw hats in Sigsig?

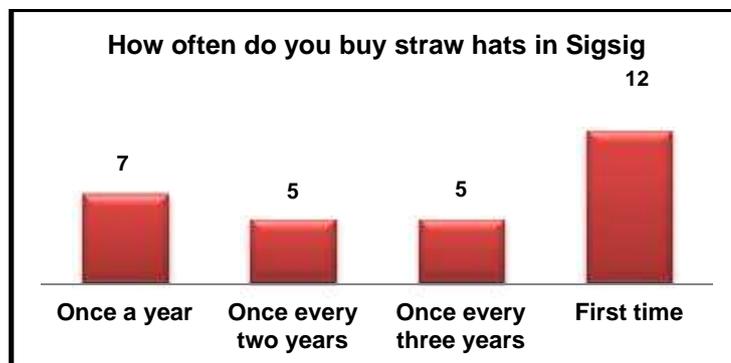
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

<sup>10</sup> El número total de los encuestados corresponden únicamente a los que han comprado un sombrero de paja toquilla



Cuadro No. 93



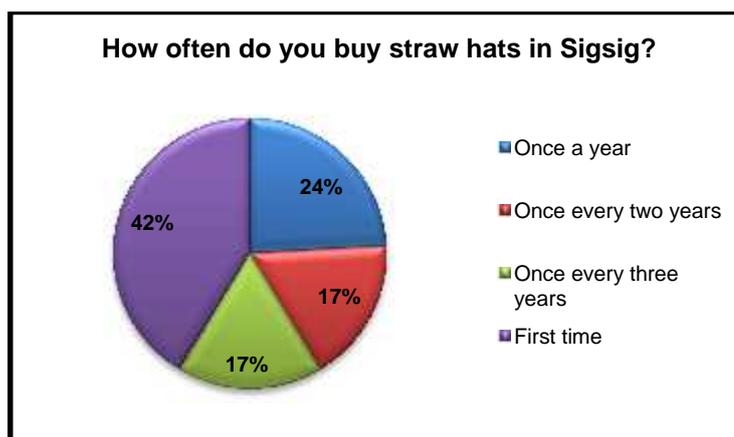
How often do you buy straw hats in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Doce de los turistas han adquirido un sombrero por primera vez en su visita, siete lo han hecho una vez al año, con el mismo valor de cinco que ha comprado dos y tres veces anuales.

Gráfico No. 68



How often do you buy straw hats in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 42% de los turistas han adquirido un sombrero de paja toquilla por primera vez, el 24% corresponde a quienes compran una vez al año, y con el 17% una vez cada dos y tres años.

**15. How much is the budget that you spend in a straw hat?**

**Cuadro No. 94**

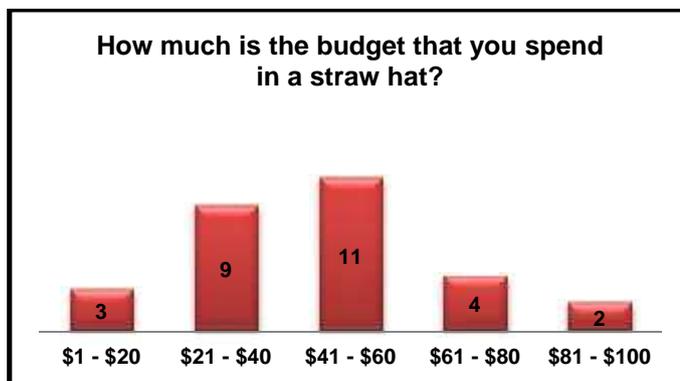
How much is the budget that you spend in a straw hat?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
\$1 a \$20	3	10%
\$21 a \$40	9	31%
\$41 a \$60	11	38%
\$61 a \$80	4	14%
\$81 a \$100	2	7%
<b>Total</b>	<b>29<sup>11</sup></b>	<b>100%</b>

**How much is the budget that you spend in a straw hat**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 95**



**How much is the budget that you invest in a straw hat?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

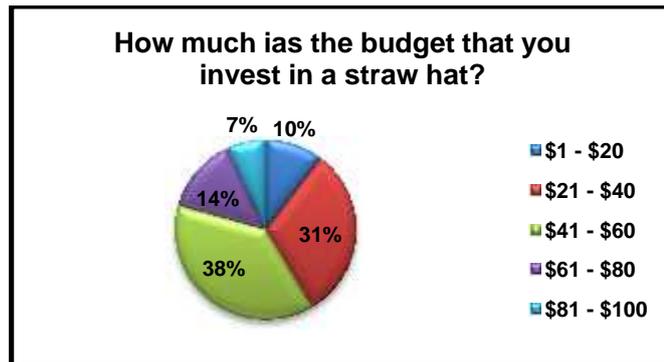
Fecha: 22 de marzo 2015

<sup>11</sup> El número total de los encuestados corresponden únicamente a los que han comprado un sombrero de paja toquilla.



De las encuestas realizadas once de ellos han gastado en un sombrero entre \$41 a \$60, nueve desde \$21 a \$40, cuatro \$61 a \$80, con tres tenemos de \$1 a \$20 y finalmente con dos turistas que han pagado de \$81 a \$100.

Gráfico No. 69



How much is the budget that you invest in a straw hat?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 42% de los que han comprado un sombrero de paja toquilla ha gastado entre los \$21 a \$40, el 27% desde los \$41 a \$60, el 19% los \$1 a \$20, finalmente el 12% los \$61 a \$80, teniendo como opción fallida el rango \$81 a \$100.

## 16. What type of hat bought in Sigsig?

En esta pregunta se da la libertad de elegir una o dos opciones según la compra de sombrero de paja toquilla del encuestado, razón por la cual la cantidad varía.



## Universidad de Cuenca

Cuadro No. 96

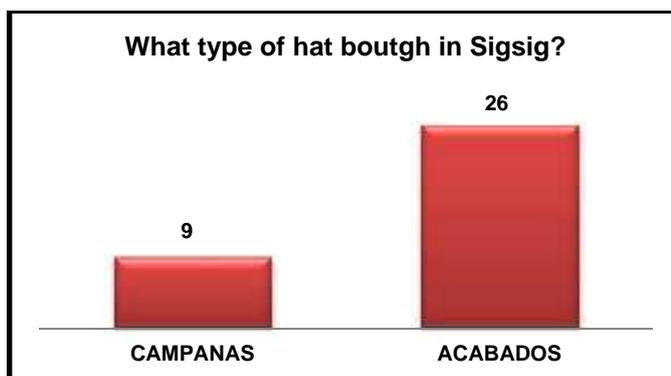
¿ What type of hat bought in Sigsig?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
CAMPANAS	9	26%
ACABADOS	26	74%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

¿ What type of hat bought in Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015'

Cuadro No. 97



What type of hat bought in Sigsig?

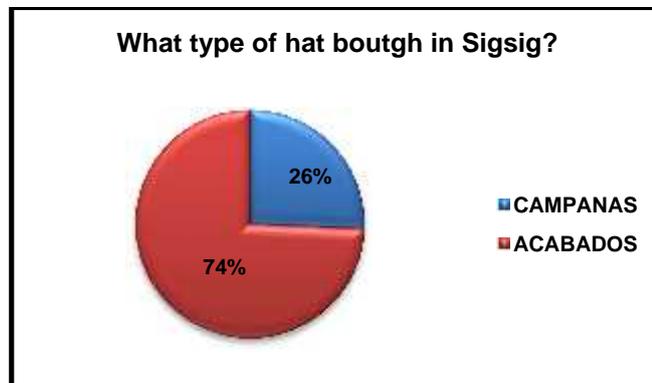
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los que han compraron un sombrero veinte seis de ellos prefieren el tipo “acabado” y nueve los “campanas”.



Gráfico No. 70



**What type of hat bought in Sigsig?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 74% ha adquirido un sombrero acabado en decir que han sido procesados luego de haber sido tejidos, mientras que el 13% ha adquirido la campana refiriéndose a los vendidos por las mismas tejedoras.

**17. Do you think the price equals hat manufacture?**

Esta pregunta se realizó con el fin de concluir si el turista encuestado que ha comprado el sombrero de paja toquilla valora el esfuerzo de la tejedora sigseña comprando directamente ya sea a la tejedora misma o en la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora siendo la intermediara para el proceso de acabado de los sombreros.



Cuadro No. 98

Do you think the price equals hat manufacture?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
YES	24	83%
NO	5	17%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

Do you think the price equals hat manufacture?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 99



Do you think the price equals hat manufacture?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Para veinte y cuatro encuestados si equivale el precio con la elaboración del sombrero mientras que para cinco de ellos no es justo su precio con respecto a su calidad.



Gráfico No. 71



Do you think the price equals hat manufacture?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 83% de las encuestas realizadas creen que si equivale el precio del sombrero de acuerdo a su elaboración indicando que el mínimo valor de su gasto está entre los \$1 a \$20 dólares, mientras tanto un 17% indica que no equivale su valor monetario con la mano de obra señalando no ser justo el valor que ofrecen al tiempo de elaboración del mismo.

**18. How important do you consider the shawl straw hat Sigsig concerning other producers hat in Ecuador?**

El objetivo de esta pregunta es posicionar de acuerdo al número de encuestados la importancia del cantón Sigsig dentro de los principales productores y exportadores de sombreros como: Montecristi, Azogues y Cuenca de esta manera tener una percepción general de este cantón en producción de sombreros, mientras más conocido es, mayor en el número de personas que visitan Sigsig mejorando indirectamente la oferta turística del mismo.



Cuadro No. 100

How important do you consider the shawl straw hat Sigsig concerning other producers hat in Ecuador?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Excellent	14	42%
Very Good	8	36%
Good	4	10%
Regular	3	6%
Bad	0	6%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

How important do you consider the shawl straw hat Sigsig concerning other producers hat in Ecuador?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 101



How important do you consider the shawl straw hat Sigsig concerning other producers hat in Ecuador?

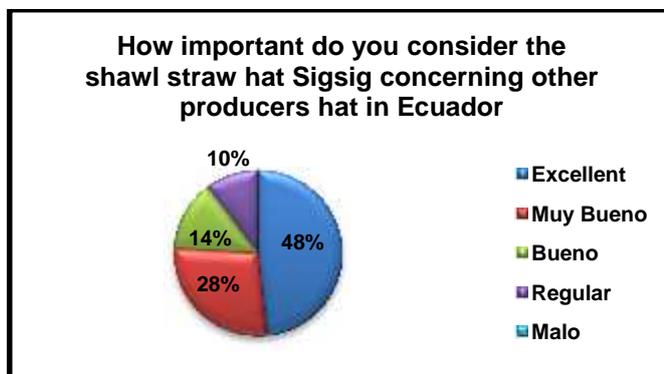
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Con relación a otros productores de sombreros como: Montecristi, Cuenca y Azogues, catorce de los encuestados lo califican como excelente, ocho muy bueno, cuatro bueno y tres como regular.



Gráfico No. 72



**How important do you consider the shawl straw hat Sigsig concerning other producers hat in Ecuador?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 48% califica al cantón Sígsg excelente productor de sombreros de paja toquilla con referencia a los otros productores mencionados anteriormente, el 28% como muy buena, el 14% buena y teniendo equidad con el 10% en malo y regular productor.

**19. Did you know that the straw hat obtained the title on Intangible Cultural Heritage of Humanity?**

Cuadro No. 102

Did you know that the straw hat obtained the title on Intangible Cultural Heritage of Humanity?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
YES	23	66%
NO	12	34%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

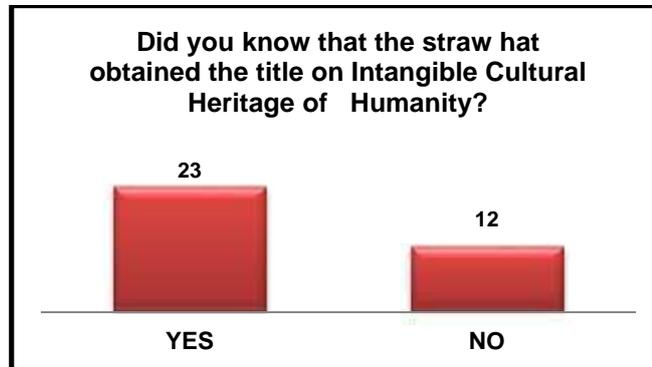
**Did you know that the straw hat obtained the title on Intangible Cultural Heritage of Humanity?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 103



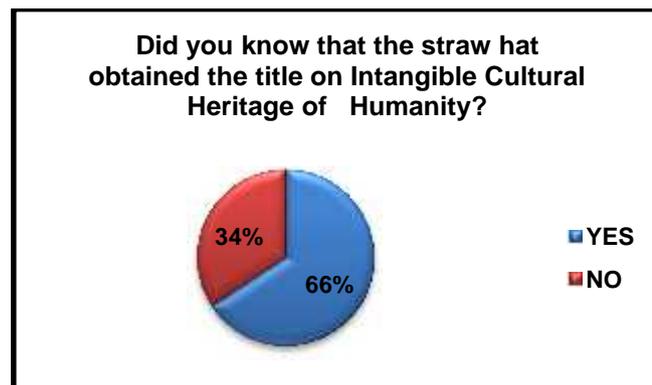
Did you know that the straw hat obtained the title on Intangible Cultural Heritage of Humanity?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Veinte y tres encuestados tienen conocimiento del título que el sombrero de paja toquilla obtuvo como Patrimonio Cultural Inmaterial mientras que doce de ellos no lo sabía.

Gráfico No. 73



Did you know that the straw hat obtained the title on Intangible Cultural Heritage of Humanity?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



El 66% de los encuestados hayan comprado o no sombrero de paja toquilla tienen conocimiento que recibió el título como Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad, mientras tanto el 34% no saben acerca de este título obtenido a pesar de ello si han comprado el producto.

**20. Did you know that Sigsig is one of the leading producers straw hats?**

**Cuadro No. 104**

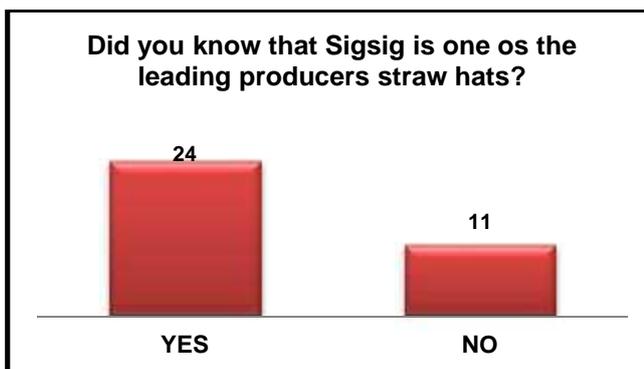
<b>Did you know that Sigsig is one of the leading producers straw hats?</b>		
<b>Opción</b>	<b>cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
YES	24	69%
NO	11	31%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Did you know that Sigsig is one of the leading producers straw hats?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 105**



**Did you know that Sigsig is one of the leading producers straw hat?**

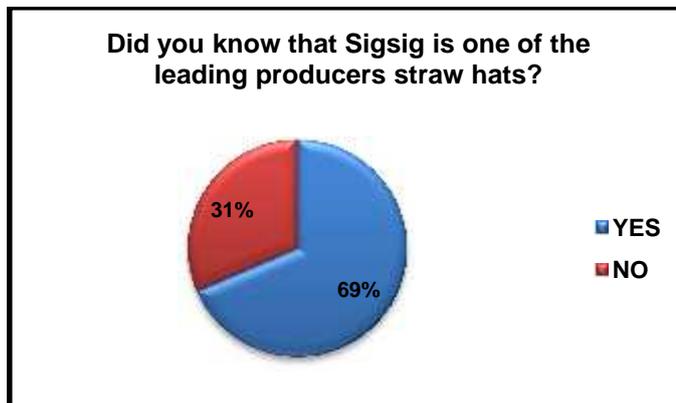
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Veinte y cuatro de los turistas saben que Sigsig es uno de los principales productores de sombrero mientras que once no tienen conocimiento.

Grafico No. 74



Did you know that Sigsig is one of the leading producers straw hats?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 69% de los encuestados tiene conocimiento de que el cantón Sigsig forma parte de los principales productores y exportadores del sombrero de paja toquilla, y el 31% no tiene conocimiento hayan comprado o no esta artesanía.

**21. Would you pay a tour dedicated solely to the shawl straw hat Sigsig?**

Cuadro No. 106

Would you pay a tour dedicated solely to the shawl straw hat Sigsig?		
YES	32	97%
NO	3	3%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

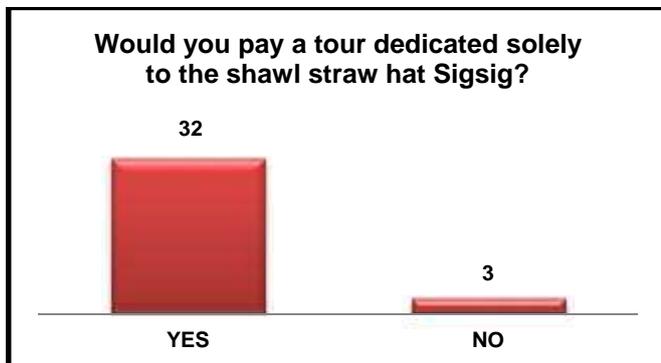
Would you pay a tour dedicated solely to the shawl straw hat Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 107



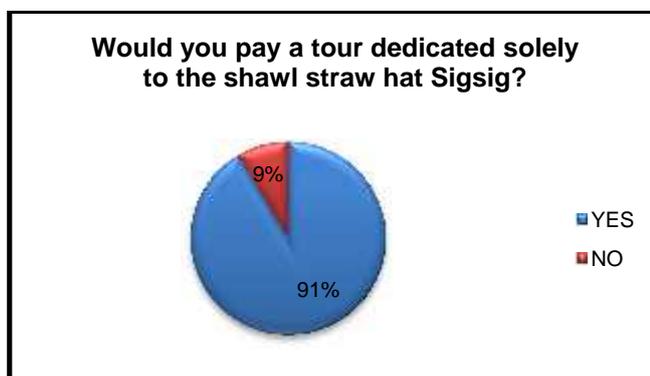
Would you pay a tour dedicated solely to the shawl straw hat Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

De los treinta y cinco encuestados, treinta y dos si pagaría un tour dedicado al sombrero de paja toquilla en Sigsig y tres no lo harían.

Gráfico No. 75



Would you pay a tour dedicated solely to the shawl straw hat Sigsig?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 91% de los encuestados pagarían un tour dedicado a la exposición de la elaboración del sombrero de paja toquilla en Sigsig. El 9% de los encuestados no lo harían representando la minoría.



22. If you say “Yes”, how would your budget to spend?

Cuadro No. 108

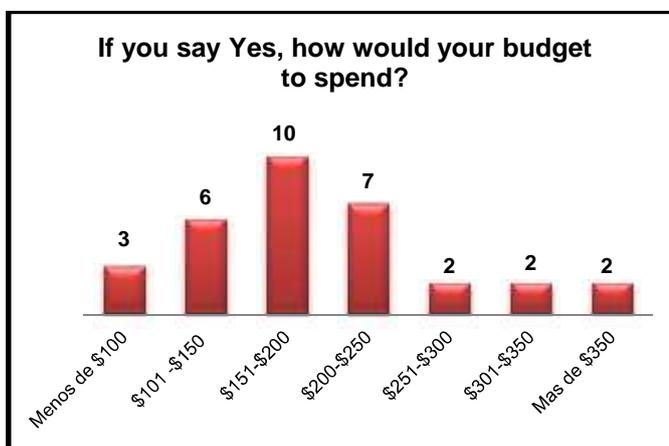
If you say Yes, how would your budget to spend?		
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos a \$100	3	10%
\$101 a \$150	6	19%
\$151 a \$200	10	31%
\$201 a \$250	7	22%
\$251 a \$300	2	6%
\$301 a \$350	2	6%
Más de \$350	2	6%
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

If you say “Yes”, how would your budget to spend?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 109



If you say Yes, how would your budget to spend?

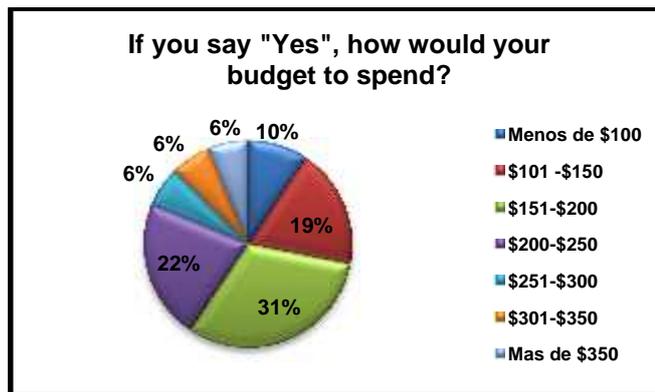
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Dentro del presupuesto a gastar para un tour tenemos lo siguiente: diez de los encuestados entre los \$151 a \$200, siete desde los \$200 a \$250, seis \$101 a \$150, tres menos cien, y representando con el mismo valor de dos tenemos los rangos \$251 a \$300, \$301 a \$350 y más de \$350.

Gráfico No. 76



If you say “Yes”, how would your budget to spend?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 31% de los encuestados estarían dispuestos a gastar en este tour entre los \$151 a \$200, el 22% los \$200 a \$250, teniendo el 19% \$101 a \$150, el 10% menos de \$100 y con el mismo valor del 6% \$251 a \$300, \$301 a \$350 y Más de \$350.

### 23. Have you visited The Toquilleras Association Maria Auxiliadora?

Fue de importancia realizar esta pregunta debido a que la Asociación de Toquilleras es sin duda la más importante para promocionar indirectamente al sombrero a través del turismo.



Cuadro No. 110

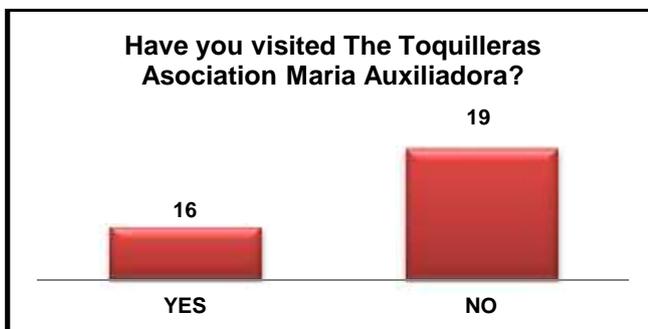
Have you visited The Toquilleras Association Maria Auxiliadora?		
Opción	Cantidad	Porcentaje
YES	16	46%
NO	19	54%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Have you visited The Toquilleras Association Maria Auxiliadora?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Cuadro No. 111



Have you visited The Toquilleras Association Maria Auxiliadora?

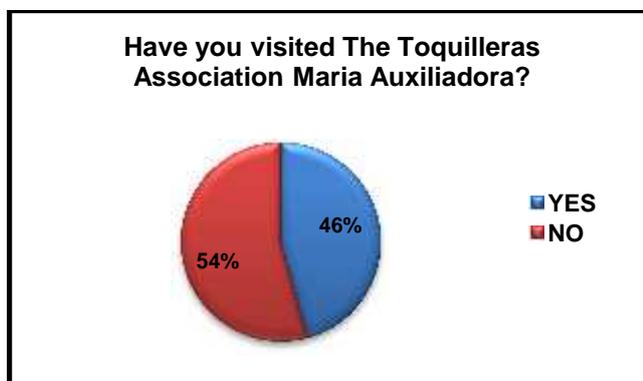
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Diecinueve encuestados no han visitado la Asociación de toquilleras María Auxiliadora mientras que los dieciséis si la han visitado.



Gráfico No. 77



**Have you visited The Toquilleras Association Maria Auxiliadora?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 54% de los encuestados no conocen la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora a pesar que han comprado un sombrero de paja toquilla, señalando que ha sido adquirido en locales y tiendas de artesanía del cantón, el 46% de los encuestados si conocen la asociación aunque no hayan comprado esta artesanía.

**24. Do you like this Asociation to become a museum shop**

Cuadro No. 112

<b>Do you like this Asociation to become a museum shop?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
YES	30	86%
NO	5	14%
Total	35	10

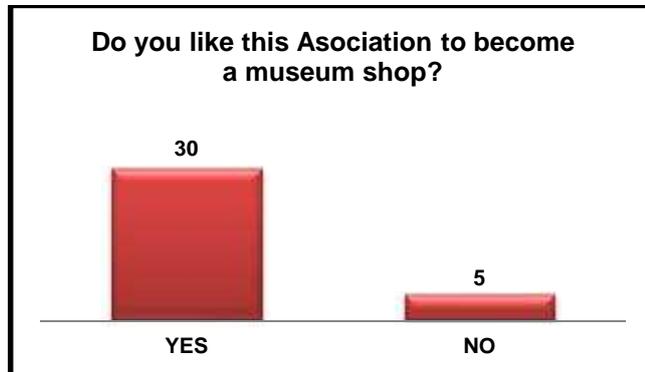
**Do you like this Asociation to become a museum shop?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015



Cuadro No. 113



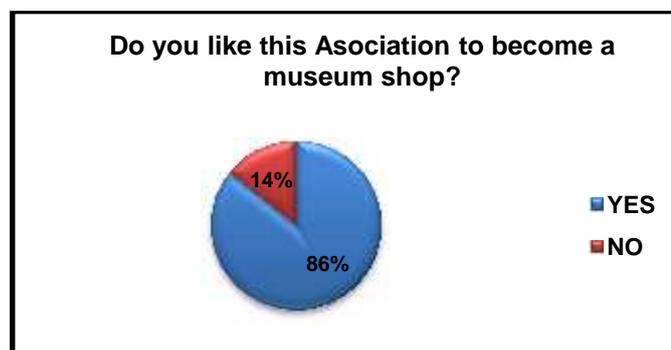
Do you like this Association to become a museum shop?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

A los treinta encuestados si les gustaría que esta asociación se convierta en un museo taller, en cambio a cinco de ellos no.

Gráfico No. 78



Do you like this Association to become a museum shop?

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 86% de los turistas encuestados desean que esta asociación se convierta en museo taller para la venta y exposición de la elaboración del sombrero con



fines de lucro y promoción turística del cantón, y teniendo como el 14% los que desean que no se convierta.

**25. Would you make a return visit to Sigsig to purchase a straw hat?**

**Cuadro No. 114**

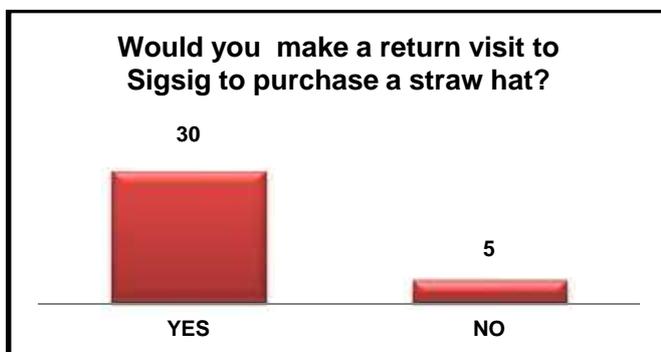
<b>Would make a return visit to Sigsig to purchase a straw hat?</b>		
<b>opción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
YES	30	86%
NO	5	14%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Do you like this Association to become a museum shop?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

**Cuadro No. 115**



**Do you like this Association to become a museum shop?**

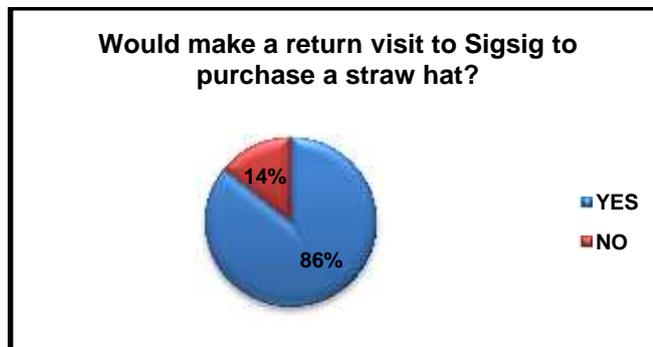
Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

Treinta de los turistas encuestados regresarían a Sigsig para comprar un sombrero, mientras que los cinco restantes no la harían.



Gráfico No. 79



**Do you like this Association to become a museum shop?**

Fuente y elaboración: Lorena Marín Z.

Fecha: 22 de marzo 2015

El 86% visitaría nuevamente Sígsg para realizar la compra de un sombrero de paja toquilla en cambio el 14% no regresaría a visitar a Sígsg para adquirir uno.



### **3.4. Cualificación del turista interesado en el sombrero de paja toquilla en el cantón Sígsig**

El perfil del turista corresponde a hombres y mujeres de clase alta y media alta de treinta años en adelante, económicamente activos provenientes de diferentes partes del mundo que gustan de conservar las tradiciones al vestir con elegancia y acuden a eventos sociales en los cuales predominan la etiqueta y protocolo por lo que parte de su inversión en vestuario incluye la adquisición de accesorios como los sombreros. Usualmente los hombres adquieren sombreros para la época de verano donde lo usan como complemento para cumplir con sus compromisos sociales. Se puede apreciar que mientras más sencillo es, lo encuentran elegante, en tanto que las mujeres lo prefieren tanto en natural como de color encontrando un estilo propio.

Europa es un continente donde es muy tradicional el uso de sombreros como accesorios para vestir, son los integrantes de la familia Real quienes constantemente los lucen en sus actividades protocolarias y marcan tendencias.

Nuevas tecnologías o novedades en la comercialización logra una evolución en la venta de los sombreros, sobre todo los que son destinados al mercado femenino incluyen modificaciones en el diseño, con aplicación de color, cintas, etc. que lo vuelven una pieza única, en cambio para los hombre conservan un estilo más clásico.

Adicionalmente las mujeres encuentran muy especial el uso de cintas y broches que complementen al sombrero; siendo éste una prenda extravagante por ser elaborado con paja éstos adornos le da un toque de exclusividad, una tendencia hacia modelos tipo «fascinators» (pequeños sombreros con cintas, flores, piedras, entre otros materiales).



### **3.4.1 Descripción general del perfil del turista que visita Sígsig de las encuestas realizadas en español**

De acuerdo a las encuestas realizadas se determina que el turista promedio es de la ciudad de Quito, mujer casada, con tercer nivel de educación entre los treinta a cuarenta años, visita Sígsig cada tres años durante uno a dos días en pareja. Conoce a Sígsig a través de amigos y familiares, no tiene la necesidad de contratar servicios de un operador turístico, su motivación para visitar el cantón es realizar turismo especialmente en lo que respecta a los atractivos culturales y compra de artesanías, calificando como excelente su gastronomía, los atractivos culturales y naturales, la información que recibe mediante su visita, pero califica como bueno al hospedaje que ofrece y la comunicación por parte de los sigseños, prefiere realizar su visita en español. Su presupuesto a gastar durante su estancia está entre los \$101 a \$150, tiene conocimiento del título que tiene Sígsig como Patrimonio Cultural de la Nación, durante su visita ha comprado el sombrero de paja toquilla siendo una vez cada tres años la frecuencia que lo hace, dentro de su presupuesto para adquirir el sombrero es de \$21 a \$40, se interesa más por el diseño “acabado” indicando que el precio del mismo si equivale a la mano de obra. Este turista tiene conocimiento que esta artesanía fue declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, también conoce que Sígsig es uno de los principales productores de paja toquilla, calificando como excelente ante Montecristi, Cuenca y Azogues también productores en Ecuador. Asegura estar dispuestos a pagar un tour dedicado únicamente al sombrero de paja toquilla con un presupuesto de \$101 a \$150, no ha visitado la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora, pero le gustaría que ésta se convierta en un museo taller para visitar asegurando regresar a Sígsig a realizar turismo y comprar otro sombrero de paja toquilla.



### **3.4.2 Descripción general del perfil del turista que visita Sígsig de las encuestas realizadas en inglés**

De acuerdo a las encuestas realizadas se determina que el turista promedio son de Francia, Inglaterra y Estados Unidos, de sexo femenino, casadas, con tercer nivel de educación de cuarenta hasta cincuenta años, ha visitado por primera vez Sígsig durante uno a dos días en pareja. Conocen a Sígsig a través del internet y operadoras turísticas, tienen la necesidad de contratar servicios de un operador turístico siendo el más popular Contactour S.A. en la ciudad de Quito, su motivación a visitar el cantón es realizar turismo especialmente los atractivos naturales, culturales y compra de artesanías, calificando como excelente el servicio de alimentación, hospedaje, los atractivos culturales y naturales, pero como bueno a la información y la comunicación que reciben por parte de los sigseños, prefieren la guianza en inglés y francés. Su presupuesto a gastar durante su estancia está entre los \$151 a \$200, tienen conocimiento del título de Sígsig como Patrimonio Cultural de la Nación, durante su visita han comprado el sombrero estilo “acabado” siendo la primera vez, dentro de su presupuesto para adquirir es de \$41 a \$60, indican que el precio del mismo si equivale a la mano de obra. Este turista tiene conocimiento de su declaratoria como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, también conoce y afirma que Sígsig es excelente productor a nivel nacional. Aseguran estar dispuestos a pagar un tour dedicado únicamente a esta prenda por un presupuesto de \$151 a \$200, no ha visitado la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora, pero le gustaría que ésta se convierta en un museo taller para regresar a Sígsig a realizar turismo y adquirir una vez más esta artesanía.



### 3.4.3 Diferencias y semejanzas entre el turista español y el turista inglés

A continuación se detalla las semejanzas y diferencias generales en base al segmento turista español<sup>12</sup> y turista inglés<sup>13</sup>:

#### Semejanzas:

- En los dos segmentos analizados la mayoría de turistas son mujeres.
- Su estado civil es casado
- Tienen tercer nivel de educación
- Su tiempo de estadía en Síg sig es de uno a dos días
- Su visita la realizan en pareja
- Su motivación para visitar Síg sig es el turismo.
- Califican como “Excelente” a la gastronomía, atractivos naturales y culturales.
- Califican como “Bueno” la comunicación de los habitantes de Síg sig. El
- Los dos segmentos prefieren su idioma natal para la visita a Síg sig.
- Tienen conocimiento que Síg sig fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación.
- Han comprado un sombrero de paja toquilla
- Han adquirido los sombreros de tipo acabado.
- Están de acuerdo en el precio de venta del sombrero con relación a su elaboración.

---

<sup>12</sup>El turista español hace referencia a todas las encuestas realizadas en español incluyendo a las ciudades: Bogotá, Panamá y Madrid que su idioma natal es el español.

<sup>13</sup> El turista inglés hace referencia a las encuestas realizadas en inglés incluyendo Alemania, Australia, Francia, Suiza, ciudades en donde no es natal el inglés.



- Saben que el sombrero de paja toquilla ha sido declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.
- Conocen a Sígsig como unos de los principales productores de sombrero de paja toquilla en el Ecuador calificándolo como excelente productor en comparación con: Montecristi, Cuenca y Azogues.
- Están dispuestos a pagar un tour dedicado exclusivamente al sombrero de paja toquilla en Sígsig.
- No han visitado la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora
- Desean que esta asociación se convierta en museo taller para los turistas.
- Repetirían su visita a Sígsig para realizar turismo y adquirir un sombrero de paja toquilla.

**Diferencias:**

- La edad del turista español está entre los treinta y un a cuarenta años en cambio el inglés desde los cuarenta y uno hasta los cincuenta.
- El turista español visita Sígsig cada tres años mientras que el inglés ha visitado Sígsig por primera vez.
- El turista español conoció Sígsig a través de sus familiares y amigos mientras que el turista inglés mediante el internet y operadoras turísticas.
- El turista español no tiene la necesidad de contratar servicios de una operadora turística; el inglés contrata los servicios de una agencia para visitar Sígsig.
- E turista español califica como “Bueno” el servicio de hospedaje en Sígsig, para el turista inglés es “Excelente” este servicio.
- E turista español califica como “Excelente” la información turística que les proporciona los Sigseños, el turista inglés ubica en “Bueno” este servicio.



## Universidad de Cuenca

---

- El turista español gasta entre los \$101 a \$150 durante su estadía, y el turista inglés lo hace desde los \$151 a \$200.
- El turista español compra un sombrero de paja toquilla una vez cada tres años, el turista inglés ha adquirido este producto primera vez que visitó Sígsig.
- El turista español ha gastado en un sombrero de paja toquilla entre los \$21 a \$40, el inglés desde los \$41 a \$60.
- El turista español está dispuesto a gastar entre los \$101 a \$150 en el tour, mientras que el turista inglés desde los \$151 a \$200.



## CONCLUSIONES

A través de la presente investigación DECLARATORIA DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD, CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SÍGSIG. Según la información y resultados obtenidos se concluye que con la declaratoria del sombrero de paja toquilla, la actividad turística en Sígsig si ha tenido consecuencias positivas para su desarrollo, pero; su aporte al turismo no es constante, por la razón de que el turista que visita Sígsig lo hace una vez cada tres años o en su defecto es la primera vez; y por otra parte la compra de un sombrero sigseño tiene la misma frecuencia, creando temporalidad en el turismo y en esta artesanía.

Podemos confirmar que el sombrero de paja toquilla es uno de los principales motivos para realizar turismo en Sígsig, el 78.57% de los turistas compran un sombrero cuando visitan el cantón, gastan desde los \$21 a \$60 en este producto. La actividad turística ha sido beneficiada debido a que un turista que visita Sígsig tiene un gasto promedio de \$101 a \$200 durante uno o dos días que dura su estancia, sumando el gasto de compra del sombrero, la persona gasta un máximo de \$260 por viaje, convirtiéndose en un ingreso considerable dentro de la oferta turística de Sígsig. Tienen conocimiento de su declaratoria, saben que Sígsig es uno de los principales productores, no han visitado la Asociación de toquilleras María Auxiliadora pero estarían dispuestos a gastar entre los \$101 a \$200 en tour dedicado únicamente a este producto artesanal.

El sombrero es comprado sin importar las características demográficas, sociales, económicas del turista. Dando como resultado el conocimiento por su parte de la existencia de esta artesanía. De esta forma se puede decir que un pilar fundamental está la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora y la intervención de entidades gubernamentales que gracias a su ayuda esta prenda de elegancia se ha convertido en una actividad turística de Sígsig. De acuerdo a la valoración, se concluye que la declaratoria del sombrero de paja toquilla tiene gran importancia cultural y turística.



## RECOMENDACIONES

Concluyendo que el sombrero de paja toquilla si motiva a realizar turismo en Sígsig y mediante las encuestas realizadas se ha notado que, la principal falencia es la baja frecuencia de turistas que tiene Sígsig, la falta de promoción turística por parte de las entidades gubernamentales, Sígsig es un cantón rico en recursos, con dos títulos otorgados por la UNESCO, por ser un pueblo cultural con tradiciones intangibles, las cuales deben ser aprovechados para realizar turismo, actualizar la ya posicionada página web, con mas información detallada, con videos promocionales, fotos actuales.

Con relación al sombrero, la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora no es lo suficientemente reconocida por los turistas a pesar que adquieren un sombrero al momento de su visita en locales comerciales y tiendas de artesanía en su gran mayoría. Es necesario que las entidades gubernamentales y los habitantes de Sígsig brinden un mayor apoyo a la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora para que sea más reconocida a nivel nacional e internacional por ser una empresa en la cual se valora el trabajo y esfuerzo de la tejedora sigseña, con el fin de que esta herencia cultural no sea perdida por las nuevas generaciones. La asociación debe crear un plan operativo o manual administrativo, designar a cada una de las integrantes responsabilidades en donde se destaquen con el fin de llevar un correcto desempeño para mantener en pie a esta empresa.

Se recomienda la inmediata actualización de su página web de la asociación, estando ya posicionada, detallarla con más información, fotos, videos promocionales, precios actuales del sombrero, una breve historia de su introducción en Sígsig y por su puesto la promoción éste. Se recomienda a que el establecimiento platee una misión, visión, valores y delimitar objetivos para así obtener un concepto claro de lo que significa esta entidad.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, María Leonor. *Tejiendo la vida, Los sombreros de paja toquilla en el Ecuador*. Quito, Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, 2009.
- Anónimo. *Sígsig un encanto natural*. Cuenca, Ediciones Gráficas, 2011.
- Astudillo, Hugo. *Sígsig, Una reflexión en torno a su significado*. Internet. [sigsigpatrimoniocultural.blogspot.com](http://sigsigpatrimoniocultural.blogspot.com). Acceso 17 enero 2015.
- Astudillo, Hugo. *Sígsig Patrimonio Cultural*. Internet. <http://sigsigpatrimoniocultural.blogspot.com/>. Acceso: 20 enero 2015.
- Edufuturo.com. Internet. <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/www-edufuturo-com-169333.html>. Acceso: 18 diciembre 2014.
- Galoso, Antonio Bello. *Relaciones Geográficas de Indias*. España, Ediciones Gráficas, 1582.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sígsig. Internet. <http://www.sigsig.gob.ec/?mod=texto&tip=2>. Acceso: 15 enero 2015.
- INEC, (Instituto Nacional de Estadística y Censos). Internet. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>. Acceso: 15 de enero 2015.
- INPC, (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural). Internet. [www.inpc.gob.ec](http://www.inpc.gob.ec). Acceso: 29 diciembre 2014.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. Internet. <http://educaciondecalidad.ec/ley-educacion-intercultural-menu/reglamento-loei-texto.html>. Acceso: 18 diciembre 2014.



Líderes. Revista. *Exportación del sombrero de paja toquilla*. Cuenca, Imprenta Hermano Miguel, 2013, 16-18.

Ministerio de Educación, Cultura, Deportes y Recreación. Internet. <http://educaciondecalidad.ec/ley-educacion-intercultural-menu/reglamento-loei-texto.html>. Acceso: 18 diciembre 2014.

Ordoñez Carpio, Santiago. *¿Qué es la Patrimonio Inmaterial?*. Madrid, Edición Primera, 1996.

Ortega, Guillermo. *Sígsig de la Historia a la Esperanza*. Sígsig, Vicaria del Sígsig, 2002.

Palacios C. *Los sombreros de paja toquilla*. Barcelona, Ecos Ediciones, 2011.

Rodríguez Sigüenza M, Ureña Armijos N. *Situación actual y perspectiva del sombrero de paja toquilla*. Montecristi, H.G, 2009.

Sagitta Consultores, *Sombrero de paja toquilla, Exportación*. Internet. <http://sombroderodepajatoquilla-exportacion>. Acceso: 20 enero 2015.

UNESCO, (Unión de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). Internet. <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>. Acceso: 15 enero 2015.

Universidad Andina Simón Bolívar. Internet. <http://www.uasb.edu.ec/>. Acceso: 26 Diciembre 2014.

Vallejo, Raúl. *Manual de escritura académica*. Quito, corporación editora Nacional, 2003.

Vega, Ruiz Raquel. *Recursos Turísticos*. Valencia, Libres Factory, 2010.



## ANEXO # 1

### Declaratoria de Sígsig como Patrimonio Cultural de la Nación

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z.

**EL MINISTERIO DE EDUCACION, CULTURA, DEPORTES Y RECREACION,  
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DEL INSTITUTO NACIONAL DE  
PATRIMONIO CULTURAL**

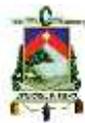
**CONSIDERANDO:**

Que: el numeral 3 del Art. 3 de la Constitución Política de la República del Ecuador, establece que es deber primordial del Estado ecuatoriano defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente.

Que: como antecedente histórico en la región de lo que hoy es Sígsig habitaron desde tiempos inmemorables parcialidades indígenas conocidas como cañaris; en 1773 Sígsig es un caserío incorporado a Gualaceo, en el año 1790 es elevado a la categoría de parroquia eclesiástica y en 1852 adquiere la categoría de parroquia civil; el 16 de abril de 1864 Sígsig adquiere la categoría de cantón y reconocida oficialmente en 1938; en el año de 1944 se confirma que Sígsig forma parte de la provincia del Azuay.

Que: es interés del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural rescatar el patrimonio cultural arquitectónico y urbano de la ciudad de Sígsig, para lo cual se han realizado el inventario y delimitación que constan en el informe técnico elaborado por la Subdirección del Austro del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Que: El Director del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural mediante Oficio N°471-DNPC-DI-02 de fecha julio 29 del año 2002 solicitó la emisión del Acuerdo Ministerial de Declaratoria como bien perteneciente al Patrimonio



Cultural del Ecuador al Centro Histórico de la ciudad de Sígsig con sus edificaciones y espacios urbanos existentes.

En uso de las atribuciones legales, de conformidad a lo que dispone el literal j) del Art. 7 de la Ley de Patrimonio Cultural; y el literal d) del Art. 5 y Art. 9 del Reglamento de la Ley de Patrimonio Cultural,

**A C U E R D A:**

**ARTICULO PRIMERO.- DECLARAR COMO BIEN PERTENECIENTE AL PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACION**, al Centro Histórico de la ciudad de Sígsig, edificaciones inventariadas y espacios urbanos existentes enmarcados en los siguientes límites: calle Espinoza, García Moreno, Plaza y Escalinata de San Marcos, Prolongación de las calles Restauración, González Suárez, Escalinata de la calle Rodil, vía a Cutchil (tramos de las casas al lado este, en las calles respectivas), calle González Suárez hasta la calle I, calle Corral y calle Moscoso.

**ARTICULO SEGUNDO.-** Incorporar al régimen de la Ley de Patrimonio Cultural y su Reglamento General las áreas declaradas como bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural, las mismas que además estarán protegidas por la respectiva Ordenanza Municipal del Cantón Sígsig en el menor plazo posible, a partir de la expedición del presente Acuerdo, con el Asesoramiento y previo visto bueno del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

**ARTICULO TERCERO.-** El presente Acuerdo Ministerial entrará en vigencia a partir de la fecha de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y firmado en la ciudad de Quito, 19 de agosto del 2002.



## ANEXO # 2

### **Entrevista a profundidad con Rosario Cuzco, integrante de la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora en Sígsig-Ecuador**

**Fuente y Elaboración:** Lorena Marín Z.

#### **Saludo y Presentación**

Reciba un cordial saludo por parte de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, le agradecemos su colaboración y su tiempo prestado para ésta entrevista que ayudará para el análisis de la presente tesis. Se solicita y se garantiza la confidencialidad de la información proporcionada, la misma que se utilizará únicamente para el desarrollo de dicho análisis.

#### **Datos personales**

**Nombres y Apellidos:** María Rosario Cuzco Sánchez

**Edad:** 56 años

**Profesión:** Ama de casa y tejedora

**Empresa en la que trabaja:** Asociación de Toquilleras María Auxiliadora

**Tiempo de Experiencia:** 52 años

Recuerdo que a los cuatro años aprendí a tejer, con este oficio también aprendimos a sufrir porque nuestros padres nos pegaban en las manos si nos equivocábamos, nuestro trabajo es mover las manos y tejer, esto es lo que esperamos se reconozca.



## Objetivo de la entrevistas

- Obtener datos generales de la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora
- Determinar las características de esta artesanía
- Determinar el perfil del turista de sombreros de paja toquilla

### 1. ¿Cuándo se forma la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?

La Asociación fue creada en el año de 1990, la Sra. Rosario no recuerda el día con exactitud de la creación.

### 2. ¿Cómo se crea la Asociación de Toquilleras “María Auxiliadora”?

Se crea bajo la necesidad de acabar con la dispersión de tejedoras ubicadas en los caseríos distantes entre sí, y con los bajos ingresos que recibían al vender su tejido. Muchas jóvenes decidieron abandonar esta tradición y migrar de la zona, en busca de mejores oportunidades laborales.

La presencia de intermediarios en esta cadena productiva reducía la utilidad para las tejedoras y aportaba poco o ningún valor agregado a la comercialización del producto.

### 3. ¿Tuvo apoyo de parte de alguna entidad gubernamental?

Sin duda, con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, brindando capacitaciones gratuitas, creando el logotipo de esta asociación, realizando videos promocionales, para mejorar nuestro tejido y obtener más mercado.



**4. ¿Qué productos venden en su Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?**

Aquí se pueden adquirir todo tipo de objetos en paja, carteras, gorras, billeteras, recuerdo pero lo que más compran es el sombrero de paja toquilla.

**5. Elaboración del sombrero de paja toquilla (detallado a profundidad en el desarrollo de esta investigación)**

- Temporadas de cultivo y cosecha
- Cocinado o cocción
- Secado
- Tejido
- Azocado
- Blanqueo
- Secado
- Planchado
- El maceteado
- Tintura
- Embalaje

**6. ¿Las personas que usted recibe en la asociación tienen gustos homogéneos o existen diferencias marcadas en sus gustos y conductas?**

Cada turista exige el modelo de sombrero que desea pero la mayoría de ellos prefieren los sombreros “Acabados” porque les da más elegancia.



**7. ¿Cuáles son las diferencias más marcadas entre estos subsegmentos?**

Lo que les diferencia es su nivel adquisitivo.

**8. Coménteme acerca del sombrero de paja toquilla más grande del mundo**

Confeccionamos el sombrero más grande del mundo con el objeto de tener un récord dentro de los Guinness World Records y de esta manera ser reconocidas mundialmente y que esta artesanía también es sigseña, para la elaboración se emplearon 64 ochos de paja, lo que equivale a 2688 tallos, sumando un total de 255.360 hebras de paja que conforman el sombrero. Mide 3 metros de plantilla con una copa de 2 metros de largo, un ala de 2.5 metros a la redonda dando un diámetro de 9 metros, tejido a croché a mano y está adornado con la bandera del cantón Sígsig. La confección de este preciado sombrero duró tres meses.

**9. ¿Cuántos tipos de turista existe en la asociación para la compra de sombreros de paja toquilla? (Detallado a profundidad en el desarrollo de esta investigación)**

- Comprador muy exigente
- Comprador medio exigente
- Comprador general

**Fecha:** 06 febrero 2015

**Duración:** 1H30min<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> La entrevista tuvo una duración de 1h30 debido a que se conoció las instalaciones de la asociación, se apreció paso a paso la elaboración sombrero de paja toquilla.



## ANEXO # 3

### Entrevista con Antonio Torres, Funcionario del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sígsig.

**Fuente y Elaboración:** Lorena Marín Z.

#### Saludo y Presentación

Reciba un cordial saludo por parte de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, le agradecemos su colaboración y su tiempo prestado para ésta entrevista que ayudará para el análisis de la presente tesis. Se solicita y se garantiza la confidencialidad de la información proporcionada, la misma que se utilizará únicamente para el desarrollo de dicho análisis.

#### Datos personales

**Nombres y Apellidos:** Antonio Torres Padro

**Edad:** 45 años

#### Objetivo de la entrevistas

- Obtener datos generales del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sígsig.
- Manejo gubernamental en la actividad turística en Sígsig
- Intermediación en la actividad del sombrero de paja toquilla
- Intermediación en el funcionamiento de la Asociación de toquilleras María Auxiliadora.



**1. Describa con sus palabras al Gobierno Autónomo Descentralizado de Sígsig**

La Municipalidad de Sígsig como gobierno local y por tanto primera institución de la sociedad sigseña, coordinadora y reguladora del progreso cantonal debe cumplir y hacer cumplir las leyes que rigen la existencia misma de la institución y el desarrollo local proyectando confiabilidad en el manejo y utilización de los recursos, implementando acciones a través de una política de planificación y gestión estadista y participativa para el mejoramiento de los servicios, valorizando la obra pública.

**2. ¿Cómo considera el cantón Sígsig al sombrero de paja toquilla dentro de su oferta turística?**

Reconocemos el esfuerzo de la mujer sigseña al elaborar este producto ancestral, es por eso que ayudamos a mejorar su condición de trabajo.

**3. ¿De qué manera intervienen en la promoción de la artesanía?**

Brindando el apoyo al trabajo conjunto con la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora a través de la entrega de infraestructura para la casa de Toquilleras. También se presentará un proyecto para conseguir fondos y contratar un asesor administrativo para la Asociación. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sígsig dentro de su promoción turística está la visita y la explicación de la elaboración del sombrero de paja toquilla, formando parte de un recorrido de una ruta patrimonial.

**Fecha:** 12 de febrero 2015

**Duración:** 30 minutos



## ANEXO # 4

### Modelo de Encuestas en español

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z

#### Encuesta para el análisis de las consecuencias en el desarrollo turístico del cantón Sígsig luego obtener el sombrero de paja toquilla el título como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad

Reciba un cordial saludo por parte de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, le agradecemos su colaboración y su tiempo prestado para ésta encuesta que ayudará para el análisis de la presente tesis. Se solicita y se garantiza la confidencialidad de la información proporcionada, la misma que se utilizará únicamente para el desarrollo de dicho análisis.

#### DATOS PERSONALES

Ciudad de origen: \_\_\_\_\_

Sexo: M  F

Edad:

Estado Civil: Casado  Soltero  Divorciado

Profesión: Primaria  Secundaria  Tercer Nivel

1. ¿Con qué frecuencia Ud. visita el cantón Sígsig?

Cada mes	Cada 6 meses	Cada año	Cada 2 años	Cada 3 años	Primera vez
<input type="checkbox"/>					



## Universidad de Cuenca

---

2. ¿Durante cuántos días estuvo de visita en Sígsig?

1 a 2 días	2 a 3 días	3 a 4 días	4 a 5 días

3. ¿Su viaje lo realizó?

Sólo	Con su familia	Con amigos	En pareja

4. Indique ¿Cómo conoció al cantón Sígsig?

Familiar	Revistas	TV	Internet	Operadora Turística	Amigos	Otras (especifique)

5. ¿Usó algún intermediario (agencia de viajes) para su visita a Sígsig?

SI	NO

6. En caso de ser afirmativa su respuesta, indique el nombre del intermediario, y en ¿qué ciudad se encuentra?

Nombre de la Agencia: \_\_\_\_\_

Ciudad donde se encuentra la agencia: \_\_\_\_\_

7. ¿Cuáles son sus principales motivos para visitar Sígsig?

Deporte	Ocio	Trabajo	Turismo	Otros (especifique)



## Universidad de Cuenca

8. En caso de haber señalado la opción turismo, indique que factor es más importante para su visita

Atractivos Naturales	Atractivos Culturales	Deportes Extremos	Artesanías	Gastronomía

9. ¿Qué clase de servicios encontró en Sígsig? (Encierre en un círculo)

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
	3	2	1	0
<b>Alimentación</b>	3	2	1	0
<b>Hospedaje</b>	3	2	1	0
<b>Atractivos Naturales</b>	3	2	1	0
<b>Atractivo Culturales</b>	3	2	1	0
<b>Información</b>	3	2	1	0
<b>Comunicación</b>	3	2	1	0

10. Idiomas de preferencia durante la visita a Sígsig:

Español	Inglés	Francés	Alemán	Otros (Especifique)

11. Indique por favor dentro de que rango monetario se encuentra su gasto de visita por persona y por día en Sígsig.

Menos de \$100	\$101 -\$150	\$151 -\$200	\$201 -\$250	\$251 -\$300	\$301 -\$350	Más de \$350

12. ¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig fue declarado patrimonio Cultural de la Nación?

SI	NO



Universidad de Cuenca

13. ¿Ha comprado un sombrero de paja toquilla en Sígsig?

SI	NO

14. ¿Con qué frecuencia compra Ud. sombrero de paja toquilla de Sígsig?

1 vez al año	1 vez cada 2 años	1 vez cada 3 años	Primera vez

15. ¿Cuánto es el presupuesto que Ud. invierte en un sombrero de paja toquilla?

\$1 - \$20	\$21 - \$40	\$41 - \$60	\$61 - \$80	\$81 - \$100

16. ¿Qué tipo de sombrero ha comprado en Sígsig?

Campanas	Acabados

17. ¿Cree usted que el precio del sombrero equivale a su elaboración?

SI	NO

18. ¿Qué tan importante considera Ud. al sombrero de paja toquilla del Sígsig, referente a otros productores de sombrero de Ecuador?

1	2	3	4	5



## Universidad de Cuenca

---

19. ¿Sabía Ud. que el sombrero de paja toquilla obtuvo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad?

SI	NO

20. ¿Sabía Ud. que el cantón Sígsig es uno de los principales productores del sombrero de paja toquilla?

SI	NO

21. ¿Pagaría un tour dedicado únicamente al sombrero de paja toquilla de Sígsig?

SI	NO

22. Si su respuesta es si ¿cuánto sería su presupuesto a gastar?

Menos de \$100	\$101 -\$150	\$151 -\$200	\$201 -\$250	\$251 -\$300	\$301 -\$350	Más de \$350

23. ¿Ha visitado La Asociación de Toquilleras María Auxiliadora?

SI	NO

24. ¿Le gustaría que esta Asociación se convierta en un museo taller?

SI	NO

25. ¿Realizaría una nueva visita a Sígsig, para adquirir un sombrero de paja toquilla?

SI	NO



## ANEXO # 5

### Modelo de Encuestas en español

Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z

**Survey to analyze the impact on the tourism development of Sígsig then get the straw hat the title as Intangible Cultural Heritage**

Yours sincerely of Hospitality Sciences of the University of Cuenca, thank you for your cooperation and borrowed time for this survey will help to analyze this thesis. Requested and confidentiality of the information provided, the same to be used for the development of this analysis only guaranteed.

#### PERSONAL DATA:

Country: \_\_\_\_\_

Sex: M  F

Age:

Marital Status: Married  Single  Divorced

Profession: Primary  Secondary  Third level

1. How often do you visit Sígsig?

1 – 3 months	3 – 6 months	6 – 1 year	1 – 2 years	2 – 3 years	Over 3 years (specify)

2. How many days were in Sígsig?

1 a 2 days	2 a 3 days	3 a 4 days	4 a 5 days



## Universidad de Cuenca

---

3. Your trip was made?

Single	With your family	With friends	Couple

4. Indicate, How did you meet Sígsig?

Family	Magazines	TV	Radio	Internet	Tour Operator	Friends	Other (specify)

5. Did you use an intermediary (travel agency) for your visit to Sígsig?

YES	NO

6. If yes, indicate the name of the intermediary, and what city is

Agency Name: \_\_\_\_\_

City Agency: \_\_\_\_\_

7. What are your main reasons for visit Sígsig?

Sport	Leisure	Job	Tourism	Other (specify)

8. If a tick in the tourism option, indicating that factor is most important to your visit:

Natural Attractions	Cultural Attractions	Extreme Sports	Handicrafts	Gastronomy



Universidad de Cuenca

9. What kind of services found in the canton Sígsig? (Circle)

	Excellent	Good	Fair	Bad
	3	2	1	0
Food	3	2	1	0
Acomodation	3	2	1	0
Natural Atractions	3	2	1	0
Cultural Atractions	3	2	1	0
Information	3	2	1	0
Comunication	3	2	1	0

10. Please indicate in which monetary range business spending per person per day in Sigsig.

Under \$100	\$101 -\$150	\$151 -\$200	\$201 -\$250	\$251 -\$300	\$301 -\$350	Over \$350

11. Language preference when visiting Sígsig:

Spanish	English	French	Germany	Other (Specify)

12. Did you know that Sígsig is declared Cultural Heritage of the Nation?

YES	NO

13. Have you bought a straw hat in Sígsig?

YES	NO



## Universidad de Cuenca

14. How often do you buy straw hats in Sígsig?

1 time per year	1 times per 2 years	1 times per 3 years	First Time

15. How much is the budget that you invest in a straw hat?

\$1 - \$20	\$21 - \$40	\$41 - \$60	\$61 - \$80	\$81 - \$100

16. What type of hat bought in Sigsig?

Campanas	Acabados

17. ¿ Do you think the price equals Hat manufacture?

YES	NO

18. How important do you consider the shawl straw hat Sigsig concerning other producers hat in Ecuador?

1	2	3	4	5

19. Did you know that the straw hat obtained the title of Intangible Cultural Heritage of Humanity?

YES	NO

20. Did you know that Sígsig is one of the leading producers straw hat?

YES	NO



Universidad de Cuenca

---

21. Would you pay a tour dedicated solely to the shawl straw hat Sigsig?

YES	NO

22. If your answer is yes, how would your budget to spend?

under \$100	\$101 -\$150	\$151 -\$200	\$201 -\$250	\$251 -\$300	\$301 -\$350	Over \$350

23. Have you visited The Toquilleras Association Maria Auxiliadora?

YES	NO

24. Do you like this Association to become a museum shop?

YES	NO

25. Do you would make a return visit to Sígsig to purchase a straw hat?

YES	NO



Universidad de Cuenca

---

**ANEXO # 6**

**Diseño de Tesis**

**Fuente y Elaboración: Lorena Marín Z**



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**

**CARRERA DE TURISMO**

---

**DISEÑO DE TESIS**

**LA DECLARATORIA DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO  
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD,  
CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN  
SÍGSIG**

**2014 – 2015.**

**NOMBRE DE LA ESTUDIANTE**

**DORIS LORENA MARIN ZÚÑIGA**

**LA DECLARATORIA DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO  
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD,  
CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTÓN  
SÍGSIG**

**DORIS LORENA MARÍN ZÚÑIGA**



## 1. RESUMEN DE LA TESIS

A través de la presente investigación se analizará la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad<sup>15</sup>, y cuáles han sido las consecuencias para el desarrollo turístico del cantón Sígsig. Para el desarrollo de ésta investigación se analizará la situación del sombrero de paja toquilla en el sector turístico durante el periodo 2000-2010, así como la situación del sombrero de paja toquilla en el sector turístico luego de obtener si título como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad y la valoración que tiene la misma a nivel nacional e internacional.

Para el análisis de esta investigación, se utilizará métodos cuantitativos y cualitativos, como la recolección y análisis de datos numéricos, además de recolección de datos de tipo informativos, entrevistas, y observaciones de campo.

De ésta forma se recolectarán los datos necesarios para la verificación de la hipótesis propuesta dentro de ésta tesis.

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Desde la época de nuestros aborígenes el sombrero de paja toquilla ha sido considerado una herramienta de trabajo, un sustento para el hogar representando el trabajo realizado durante generaciones la misma que motivadas por el volumen de producción desde 1630 hicieron de esta actividad una de las mayores fuentes de ingreso y una de las principales artesanías típicas de nuestra identidad cultural (Ortega,12), convirtiéndose en un incentivo para su distribución a diferentes poblaciones del país y del mundo.

Hoy en día el sombrero de paja toquilla es la artesanía favorita de los turistas que visitan nuestro país convirtiéndose en uno de los principales ingresos económicos turísticos que aporta al desarrollo del país, debido al auge turístico

---

<sup>15</sup> La UNESCO otorgó el título al sombrero de paja toquilla como Patrimonio Inmaterial del Ecuador el 05 de Diciembre del 2012.



que ha obtenido el sombrero de paja toquilla se ha visto la necesidad de crear varias empresas productoras y exportadoras, en la zona del austro del país concentrándonos en el cantón Sígsig existen tejedoras que realizan su trabajo de manera individual y esto puede llevar a que exista una explotación de parte de los intermediarios que adquieren sus productos a precios que no justifican su elaboración. Es por esta razón que se ha visto necesario crear una asociación llamada “Asociación de Toquilleras María Auxiliadora”<sup>16</sup> conformada principalmente por tejedoras que realicen su tejido de manera individual y que con la colaboración conjunta tener una mayor producción y reconocimiento turístico del cantón Sígsig por ser uno de los tres cantones principales propios de esta artesanía y formar parte de las empresas exportadoras del país con la capacidad de competir tanto en calidad como en precio en la actividad turística.

Las provincias del Azuay y Cañar se encuentran íntimamente relacionadas con el tejido en paja toquilla desde tiempos coloniales. Esta manufactura ha encontrado en estas provincias un gran potencial gracias a que poseen mano de obra idónea para el desarrollo del tejido logrando convertirse en un producto necesario para los turistas.

La elaboración de este producto, por ser netamente artesanal, por la calidad del tejido, por sus características de su materia prima que se puede sembrar y cosechar en cualquier época del año, la trasmisión del conocimiento para seguir tejiéndolo hasta la actualidad, ha sido las razones para que la UNESCO declare a este estilo de vida del cantón Sígsig como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad el 05 de diciembre del 2012, (UNESCO). En el Ecuador existen provincias tanto de la Costa como de la Sierra que viven de la producción del sombrero de paja toquilla tales como Azuay, Cañar, Guayas y Manabí analizando en mi presente tesis a la provincia del Azuay específicamente el cantón Sígsig.

---

<sup>16</sup> Los artesanos del Sígsig se destacan por su habilidad en el tejido de la paja toquilla, con la cual elaboran sombreros, carteras, juguetes, etc. que son entregadas a las exportadoras de Cuenca.



Por los motivos antes mencionados en mi presente trabajo analizaré las consecuencias que ha dado la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad al desarrollo turístico del cantón Sígsig.

### 3. MARCO TEÓRICO

Para entender de mejor manera el tema “La declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad, consecuencias para el desarrollo turístico del cantón Sígsig” se ha creído relevante destacar ciertas definiciones bases para la investigación. Tomando en cuenta esto, encabezaré dando una breve descripción de cantón Sígsig:

Sígsig es uno de los 13 cantones de la provincia del Azuay, situado al suroeste de la Cuenca a 60 kilómetros por la vía Sígsig-Gualaceo-Cuenca a 48 kilómetros por vía Sígsig-El Valle-Cuenca... limita al norte con los cantones Chordeleg y Gualaceo; al sur con la parroquia Chiguinda en la provincia de Morona Santiago; al oriente con Limón-Indanza en la misma provincia; y al occidente, con el cantón Cuenca, provincia del Azuay (Ortega).

Sígsig es un cantón lleno de cultura, tradición y manifestaciones propias expresadas en el arte y la artesanía, la música, la danza la gastronomía, los sabores ancestrales, la historia oral del origen de las guacamayas y la serpiente, los cerros y lagunas sagradas, los antepasados honroso de los caciques cañaris, y las alianzas con el incario y los vestigios de su presencia han sido razones por la que ha sido declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Para centrarnos en el desarrollo de la investigación del sombrero de paja toquilla y su declaratoria es preciso citar varios conceptos claves como Recurso turístico que de acuerdo al Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural del Ecuador que lo define como: “Todo elemento, conocido o por descubrir susceptible a ser empleado por el hombre independientemente de



que en ese momento se disponga de la tecnología suficiente o no para su aprovechamiento” (Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural).

Considerando importante la definición de recurso citaré la definición de atractivo turístico debido que es ahí donde se ofrece el recurso turístico, según Glare Gunn atractivo turístico es:

Aquel que tiene una serie de características que originan el desplazamiento temporal de visitantes hacia un lugar definido en su tiempo libre. Sin ellos no existiría motivación alguna para que se produzca el desplazamiento desde el lugar habitual de residencia de una persona hasta el atractivo propiamente dicho; es decir, sin la materia prima – que es el atractivo mas otros componentes- no existiría actividad turística alguna(Glare Gunn).

El atractivo turístico según Roberto Boullón pone las condiciones para el desarrollo de la zona, porque todo lo que se puede hacer en cualquier lugar al cual se desee explotar turísticamente, depende de la categoría y jerarquía del atractivo o los atractivos de base donde se encuentran las actividades que justifican al desarrollo del atractivo turístico.

Tomando en cuenta los conceptos antes mencionados se considera atractivo turístico como: aquel bien tangible o intangible que por sus características intrínsecas dan valor a un lugar o región, cerca de los cuales debe existir la planta turística que responda a los requerimientos de los usuarios.

El tema principal el cual gira alrededor de la presente tesis es un atractivo cultural, el Sombrero de Paja Toquilla, por este motivo explicar este término será de gran ayuda para entender, enfocar y transmitir un producto del cantón Sígsig bajo una concepción turística.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), existen cuatro tipos de atracciones turísticas:

- a. Las naturales
- b. Las creadas por el hombre, pero no diseñadas con la intención de atraer visitantes.



- c. Las creadas por el hombre con la intención de atraer visitantes
- d. Los eventos especiales

García<sup>17</sup> nos dice también que a cultura abarcaría costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

Analizando estas afirmaciones, se llega a la conclusión que el sombrero de paja toquilla es una atracción creada por el hombre pero no diseñada con la intención de atraer visitantes, debido a que desde que se lo empezó a tejer hasta la actualidad se lo ha hecho con la finalidad de cubrir una necesidad, la cual es proteger la cabeza de los rayos del sol, y no lucrarse. Así mismo el origen del mismo se encuentra en el Ecuador, su materia prima y su tejedor.

La historia económica de las provincias de Azuay y Cañar desde finales del siglo XIX, hasta la segunda mitad del siglo XX, ha estado íntimamente relacionada al tejido de sombreros de paja toquilla. Es una manufactura que identifica claramente a las provincias en mención, siendo digno de destacarse el hecho de que no siendo estas productoras de la materia prima hayan encontrado en su gente la mano de obra idónea para el desarrollo del tejido de sombreros de paja toquilla (Aguilar, María Leonor).

Es una artesanía en la que se observa como una amplia gama de individuos a lo largo de los años han configurado patrones socio-económicos en nuestro país claramente identificables, ya que el tipo de economía existente siempre va a generar la presencia de una sociedad que va a moverse entorno a las divisas que estas han generado y este comportamiento es, naturalmente distinto de la que se dio en la época de la colonia, o a comienzos de la república y de lo que se da en la actualidad. Esto conlleva a una serie de aspectos turísticos, históricos, geográficos, humanos, comerciales.

El sombrero de paja toquilla se remonta a tiempos antiguos, este era la base de la economía de algunos pueblos de las provincias de Manabí, Azuay Cañar y

---

<sup>17</sup> García Cuetos, María Pilar. *El Patrimonio Cultural: conceptos básicos*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011.



Loja. La paja toquilla crecía sola sin necesidad de la mano del hombre por esta razón algunos sectores vieron en este producto un mecanismo fácil para cultivar y por ende traer ingresos económicos para sustentar a sus las familias.

En épocas anteriores en los pueblos pequeños de las zonas antes mencionadas no se podía encontrar con facilidad trabajo alguno porque los hombres se dedicaban a la agricultura y ganadería y las mujeres como amas de casa tenían que buscar un sustento dentro del hogar que les permita ayudar a la economía familiar por esta razón empezaron a utilizar la paja toquilla como materia prima para la elaboración principalmente de sombreros y con el tiempo otros artículos manuales que permitieron el florecimiento del mismo en manos hábiles de las mujeres (Ruiz Vega).

Teniendo claro el concepto de atractivo cultural, voy a citar la definición de patrimonio, Ma Pilar García Cuetos no dice que:

Al hablar de patrimonio, nos estamos refiriendo al conjunto de bienes heredados de nuestros de nuestros antepasados<sup>1</sup> este tema implica referirse además al concepto de cultura a breves rasgos se define como “el conjunto de modelos patrones, explícitos o implícitos, mediante los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la integran” (García Cuetos).

De este modo la UNESCO argumenta:

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales e inmateriales que expresan la creatividad e ese pueblo, la lengua, lo ritos las creencias, los lugares y los monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y las bibliotecas (UNESCO).

El antropólogo Santiago Ordoñez Carpio define como Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) al conjunto de manifestaciones culturales que por su naturaleza se recrean constantemente, siendo un elemento fundamental de



cohesión de la comunidad de los mismos. Este tipo de patrimonio constituye un paso más allá de la concepción material del patrimonio (Ordoñez Carpio).

Por ser la fabricación del sombrero de paja toquilla un conocimiento artesanal transmitido de generación en generación en varias comunidades de nuestro país y por tratarse de una actividad que otorga a los pueblos una identidad, la UNESCO declaró al tejido del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

En conclusión, los conceptos citados ayudan a entender de mejor manera el análisis a tratar las consecuencias para el desarrollo turístico de cantón Sígsig luego de la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad con el objetivo de conocer si esto ha permitido que el Estado ecuatoriano, las instituciones, las asociaciones y sobre todo si el cantón Sígsig mejore las condiciones laborales, de comercialización, de calidad del sombrero y las condiciones turísticas a nivel nacional e internacional.

#### **4. OBJETIVO**

##### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar las consecuencias para el desarrollo turístico del cantón Sígsig con la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

##### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Conocer el valor histórico-cultural del sombrero de paja toquilla a nivel mundial en el sector turístico.
2. Establecer si el sombrero de paja toquilla es uno de los principales productos de la oferta turística que tiene el país.



3. conocer las razones por las que el sombrero de paja toquilla fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.
4. Realizar un estudio factible si el cantón Sígsig han mejorado las condiciones laborales, comercialización, turística a nivel nacional e internacional con la declaratoria del sombrero de paja toquilla.

## **5. HIPÓTESIS**

### **5.1. HIPÓTESIS GENERAL**

Con la declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad el cantón Sígsig ha tenido un desarrollo positivo en el sector turístico.

### **5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

1. El sombrero de paja toquilla tiene un gran valor histórico cultural en el sector turístico a nivel nacional e internacional.
2. El sombrero de paja toquilla es la principal artesanía ofertada para los turistas en el país.
3. El cantón Sígsig ha mejorado las condiciones laborales, de comercialización, turísticas a nivel nacional e internacional con la declaratoria del sombrero de paja toquilla.

## **6. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Se ha determinado que el método investigativo a utilizar en este estudio “La declaratoria del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador” es el método cualitativo que estará basado en la observación de campo, visitando personalmente al cantón Sígsig, en donde se recolectará los



datos pertinentes para realizar el trabajo, además del método cuantitativo para a interpretación de los datos recolectados.

Para conseguir este propósito es conveniente utilizar la técnica de entrevista estructuradas al gobierno descentralizado del cantón para que me especifiquen cuales han sido los aportes positivos al sector turístico que ha tenido el sombrero de paja toquilla luego de la obtención del título otorgado por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Dirigirme personalmente a la Asociación de Toquilleras María Auxiliadora y realizar un análisis de cómo se está llevando a cabo la promoción turística y comercialización del mismo, si luego de su declaratoria ha tenido mayor o menor acogida.

Es necesario utilizar la técnica de entrevistas no estructuradas acudiendo directamente a la fuente, es decir a las tejedoras, comercializadores, turistas que están involucrados en el consumo masivo de este atractivo cultural del cantón Sígsig, realizando un fichaje de datos históricos, documentos de internet, periódicos y revistas que tengan relación con el tema de investigación.



## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, María Leonor. *Tejiendo la vida las artesanías de paja toquilla en el Ecuador*, Cuenca, Centro Interamericano de artesanías y artes populares CIDAP, 2011.
- Boullón, Roberto, *La Teoría del Turismo*, México, Impresiones Gráficas, 2013
- García Cuetos, Ma. Pilar. *El Patrimonio Cultural: conceptos básicos*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011.
- Glare Gunn, *Tourism Educator News Letter vol.5*, EEUU, Tourism Educator, 1981.
- Ministerio Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural, *Patrimonios para la vida y el desarrollo sustentable*, Quito, 2008.
- OMT, Organización Mundial del Turismo “Atractivo Cultural”. Internet. <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>. Acceso: 08 de Noviembre de 2014.
- Ordoñez Carpio, Santiago, *¿Qué es el Patrimonio Inmaterial?*, Madrid, Edición Primera, 1996.
- Ortega, Guillermo. *Sígsig de la Historia a la Esperanza*. Sígsig, Vicaria del Sígsig, 2002.
- Ruiz Vega Raquel, *Recursos Turísticos*, Valencia, Libers Factory, 2010.
- UNESCO. “Sombrero de paja toquilla, Patrimonio Inmaterial del Ecuador”. Internet. [http://www.un.org.ec/?page\\_id=882](http://www.un.org.ec/?page_id=882). Acceso: 10 de Noviembre de 2014.
- UNESCO. “Conferencia Mundial de la UNESCO sobre Patrimonio Cultural México 1982”, Madrid, Ministerio de Justicia, 2008.



## 8. RECURSOS HUMANOS

### CUADRO 1

**“LA DECLARATORIA DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO  
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD,  
CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTÓN”**

<b>Recurso</b>	<b>Dedicación</b>	<b>Valor Total en dólares americanos</b>
<b>Director (a)</b>	Una hora semanal por doce meses	480, 00
<b>Estudiante</b>	Veinte horas por semana, ochenta horas al mes, durante doce meses	4 800, 00
<b>Total</b>		5 280, 00



9. RECURSOS MATERIALES

CUADRO 2

“LA DECLARATORIA DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO  
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD,  
CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL  
CANTÓN”

Cantidad	Rubro	Valor Total
<b>Materiales de Oficina</b>		
3 unidades	Carpetas archivadoras	15.00
750 unidades	Copias	22.50
2 unidades	CD´s	2.50
<b>Depreciaciones</b>		
<b>Equipo de computación:</b>		
Computadora HP Pavilion g4 series 8. Ghz – 32 GB RAM		1 000.00
Memory Flash de marca Kinstong de 15 Mg		2.00
Celular marca I phone 4s		250.00
<b>Equipos de Oficina:</b>		
Esferos, lápices, corrector, cuaderno, etc.		15.90
<b>TOTAL</b>		<b>1 307.90</b>



**10. CORNOGRAMA DE ACTIVIDADES**

**CUADRO 3**

**“LA DECLARATORIA DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD, CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTÓN”**

**PRIMERO DE DICIEMBRE DE 2014- PRIMERO DE DICIEMBRE DEL 2015**

Actividades	Mes											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Presentación del Diseño de Investigación	X											
Recolección de Información Documental	X	X	X									
Trabajo de Campo		X	X	X	X	X	X	X				
Observación en El Cantón Sígsig		X	X	X	X	X	X	X				
Entrevistas Estructuradas							X	X				
Encuestas de preguntas cerradas							X	X				
Participación en posibles reuniones		X	X	X	X	X	X	X	X			
Organización de los Datos						X	X	X	X			
Conteo de Datos							X	X	X			
Discusión y Análisis de Información con el director/a de tesis de acuerdo a los objetivos									X	X		
Redacción del trabajo											X	X
Revisión del trabajo final											X	X
Impresión y encuadernación de la tesis											X	
Cumplir con los requisitos de graduación										X		



## 11. PRESUPUESTO

### CUADRO 4

**“LA DECLARATORIA DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD, CONSECUENCIAS PARA EL DESARROLLO TURISTICO DEL CANTÓN”**

Concepto	Aportes del Estudiante	Otros Aportes	Total
<b>Recursos Humanos</b>		Aporte Universidad de Cuenca	480.00
Director de Tesis			
Estudiante	4 800.00		4 800.00
<b>Gastos de Movilización</b>			
Transporte	100.00 <sup>18</sup>		100.00
Alimentación	64.00 <sup>19</sup>		64.00
<b>Gastos de la Investigación</b>			
Insumos	103.10 <sup>20</sup>		103.10
Material de Escritorio	15.90		15.90
Internet	282.24 <sup>21</sup>		282.24
<b>Varios</b>	300.00 <sup>22</sup>		300.00
<b>Equipos:</b>			
Una Computadora y Accesorios	1 000.00		1 000.00
Memory Flash	15.00		15.00
Celular	250.00		250.00
<b>Imprevisto 10% del total</b>	741.02		741.02
<b>TOTAL</b>			8 151.26

<sup>18</sup> El total descrito es debido a que están planificadas 4 visitas personales al mes durante ocho meses.

<sup>19</sup>

<sup>20</sup> El total detallado es resultado de los costos de impresiones de folletos (tanto a blanco y negro como a colores), la adquisición de unidades de CDs (marca Princo), y copias (blanco y negro).

<sup>21</sup> El subtotal propuesto es resultado del uso de doce meses de internet contratado con la empresa Etapatelecom, el costo por mes es de doce dólares más iva.

<sup>22</sup> El gasto contemplado en varios corresponde los valores de agua luz y teléfono durante los doce meses indicados con un valor mensual de \$25 dólares americanos.



## 12. ESQUEMA TENTATIVO

- Portada
- Firma de responsabilidad
- Agradecimientos
- Dedicatoria
- *Abstract*
- Introducción
- Justificación
- Índice de Contenido

### CAPTÍTULO I

#### Sígsig, Patrimonio Cultural del Ecuador

##### 1.1. El cantón Sígsig

###### 1.1.1. Generalidades

###### 1.1.1.1. Antecedentes Históricos

###### 1.1.2. Sígsig, Patrimonio Cultural del Ecuador

###### 1.1.2.1. Atractivos Naturales

###### 1.1.2.2. Atractivos Culturales

###### 1.2.3 Sombrero de Paja Toquilla

###### 1.2.3.1 Historia

###### 1.2.3.2 Características

###### 1.2.3.2.1 Tipos de tejido

###### 1.2.3.2.2 Fabricación

###### 1.2.3.3 Comercialización

###### 1.2.3.4 Situación 2000-2010 del sombrero de paja toquilla en el sector turístico

#### I. Sombrero de Paja Toquilla, Patrimonio Inmaterial del Ecuador

##### 2.1. Declaratoria del sombrero de Paja Toquilla como Patrimonio Inmaterial del Ecuador



2.1.2 El sombrero de paja toquilla en el  
catón Sígsig

2.1.3 Imagen turística nacional e  
Internacional del Sombrero de Paja  
Toquilla

2.2. Intermediación

2.2.1. Gobierno Autónomo Descentralizado  
del cantón Sígsig.

2.2.2. Ministerio de Turismo

2.2.3. Asociación de Toquilleras María  
Auxiliadora

2.3. Turismo

2.3.1. Exportación

2.3.2. Economía

II. Hallazgos y conclusiones

3.1 Análisis de datos

3.1.1 Levantamiento del perfil del  
consumidor del Sombrero de Paja  
Toquilla

3.1.2 Cuantificación del mercado turístico del  
sombrero de paja toquilla

3.1.3 Valoración del segmento del mercado  
turístico del sombrero de paja toquilla

- Bibliografía
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Anexos