



Departamento de Posgrados
Maestría en Turismo con Mención en Territorio.

Estudio para determinar la Vocación turística del Barrio El Vergel “Las Herrerías” de la Ciudad de Cuenca-Ecuador.

Autores:

**Cristina Campoverde Urgilés,
Juan Carlos Larco Quinde.**

Director:

Mgtr. Byron Alvarado Vanegas.

**Tesis previa a la obtención
del título de Maestría en Turismo,
mención en Territorio.**

2020- 2021

AGRADECIMIENTO:

Primero quiero agradecer a Dios por la vida que me ha otorgado. Luego, agradezco a mi director de Tesis, Mgst. Byron Alvarado por su tiempo, colaboración y ayuda durante el desarrollo de la investigación, así mismo, agradezco a la Mgst. Lina Enderica, quién aportó con sus conocimientos en las revisiones de la tesis.

Además, agradezco a todos los profesores quienes supieron impartir su conocimiento durante los dos años de maestría, también mi agradecimiento para el Mgst. Ronal Chaca, director de la maestría de Turismo con mención en Territorio, versión I, quién siempre estuvo siempre presto a ayudarme y solventar cualquier duda que en mí hubo.

Agradezco a mi compañero de tesis, Juan Carlos Larco, por su apoyo y colaboración durante el desarrollo de la tesis.

Y, finalmente, quiero agradecer a mi familia, eje fundamental de mi vida, por todo el apoyo que me brindan siempre. A Darío quién me motivó a dar el primer paso de este camino y a Carlos, el hombre que cada día me inspira a ser una mejor profesional.

Cristina.

AGRADECIMIENTO:

Lo más importante, nunca se ve.

Quiero agradecer a mi director de tesis, Mgst. Byron Alvarado por todo el aguante y de manera especial a la Mgst. Lina Enderica Izquierdo, al final ni el tiempo ni la distancia pudieron hacer que esto no suceda...

Juan Carlos.

Resumen:

Con el paso del tiempo, el desarrollo turístico en espacios históricos se ha convertido en una vertiente turística muy importante en las destinaciones urbanas. El crecimiento y evolución del turismo en estos espacios ha generado problemáticas en cuanto al manejo de recursos en el territorio, ocasionando que la planificación se convierta en un tema complejo. La presente investigación pretende determinar la vocación turística del Barrio El Vergel “Las Herrerías”, en la ciudad de Cuenca-Ecuador, utilizando la matriz de vocación turística planteada por López et al. (2017), la cual fue adaptada al territorio de estudio. El planteamiento metodológico está dividido en dos variables: aptitud y capacidad; los cuales aportan al cambio de la matriz económica del territorio y su entorno social y turístico dentro de la ciudad. A más de la matriz de vocación se realizaron entrevistas a los pobladores del territorio, con lo cual se pudo comprobar que el barrio El Vergel – Las Herrerías tiene mediana vocación turística.

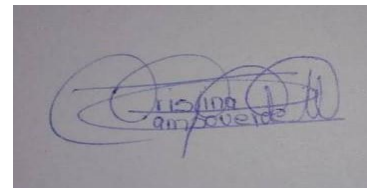
Palabras clave: planificación turística, vocación turística, aptitud, capacidad.

Abstract:

Over time, tourism development in historical spaces has become a very important tourist aspect in urban destinations. The growth and evolution of tourism in these spaces has generated problems in terms of resource management in the territory, which has turned planning into a complex issue. This research pretends to determine the tourist vocation El Vergel - Las Herrerías quarter in Cuenca-Ecuador by using the matrix of tourist vocation proposed by López et al (2017), which was adapted to the study territory. The methodological approach was divided into two variables: aptitude and capacity. They contribute to the change of the economic matrix of the territory and its social and tourist environment within the city. In addition to the vocation matrix, interviews were conducted with the inhabitants of the territory. It was found that El Vergel - Las Herrerías quarter has a medium tourist vocation.

KEYWORDS: Tourist planning, Tourist vocation, aptitude, capacity.

Translated by

A handwritten signature in blue ink that reads "Magali Aiteaga". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the name.A handwritten signature in blue ink that reads "Cristina Campoverde Urgilés". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the name.

Cristina Campoverde Urgilés

Índice de Contenido

Resumen:	4
Abstract:	5
Problemática:	7
1. Introducción:	9
2. Marco teórico:	10
2.1. Territorio y Paisaje.	10
2.2. Turismo y Territorio.....	12
2.3. Planificación.	14
2.4. Turismo Urbano.....	15
2.5. Paisaje Urbano.....	16
2.6. Ciudades Creativas y Barrios temáticos.	18
2.7. Vocación, aptitud y capacidad.	19
3. Aproximación histórica, geográfica, demográfica y social del barrio.....	22
4. Metodología.....	23
5. Resultados:.....	28
6. Discusión:	34
7. Conclusión:	39
8. Bibliografía:	43
9. Anexos:	48
Tabla 1: Instrumentos de Planificación Turística	15
Tabla 2: Listado de actores a favor del turismo/alta incidencia en el barrio.....	24
Tabla 3:Ponderaciones, Variable Aptitud	26
Tabla 4: Ponderaciones, Capacidad.....	26
Tabla 5: Visitas de Observación de campo	28
Tabla 6: Valoración de criterios de las Variables de Aptitud y Capacidad.....	29
Tabla 7: Valoración de criterios de las Variables de Aptitud y Capacidad.....	29
Tabla 8: Catastro de servicios del Barrio El Vergel-Las Herrerías	32
Tabla 9: Recursos turísticos del barrio El Vergel-Las Herrerías.	33
Tabla 10: Matriz de codificación axial	34
Gráfico 1: Mapa del Barrio El Vergel-Las Herrerías.....	22
Gráfico 2: Matriz de Vocación Turística.....	27
Gráfico 3: Matriz de Valoración y Medición de Vocación turística Barrio El Vergel-Las Herrerías.....	30

Problemática:

Cuenca es la tercera ciudad más importante del Ecuador, la cual cuenta con sus barrios tradicionales, cada uno de ellos con características singulares y en algunos casos bastante específicos. Estos barrios fueron creados gracias a las relaciones étnicas de la época colonial, que era dada por el estatus determinado de los oficios que se realizaban (Arteaga, 2000). En este caso, El barrio "El Vergel" o "Las Herrerías" posee un amplio atractivo cultural, patrimonial, mismo que es reconocido con su actividad principal: "Barrio de los Herreros". Actualmente es una zona muy activa, pues en sus calles se puede observar varios talleres de herrería, donde participan familias enteras que ha adquirido el oficio durante varias generaciones, siendo una actividad tradicional del barrio y de la ciudad misma. La mayoría de actividades que se llevan a cabo en el barrio son de índole económico, hasta el punto de convertirse en un lugar de encuentro de familias y amigos. Del mismo modo, se puede observar el incremento de actividades comerciales complementarias como: heladerías, panaderías y productos de primera necesidad; así como negocios que funcionan paralelamente como: papelerías, bazar y tiendas de ropa.

En la mayoría de los casos, los propietarios de los negocios son actores que se han integrado con los habitantes nativos del barrio. En la actualidad es posible observar en el barrio a personas de diferentes culturas y tradiciones, con nuevos modelos de negocio que se han establecido a los alrededores del territorio, los cuales han modificado para bien la dinámica del barrio.

Lamentablemente, el oficio de la herrería que caracterizó al barrio desde su fundación, ha sido desplazado paulatinamente en los últimos años, hasta correr el riesgo de desaparecer (La Tarde, 2019). Una de las causas principales para la el abandono de esta actividad, es la tecnificación de procesos utilizados para realizar este tipo de tareas, las cuales en sus inicios fueron completamente manuales. En este contexto el Sr. Humberto Guerra (2019), herrero del sector, afirmó que la facilidad con la que se pueden adquirir productos de metal con similares características al hierro en centros comerciales, ha ido socavando la demanda de productos y el posicionamiento de los herreros en el mercado local.

Por lo tanto, surge la necesidad de identificar la vocación del barrio, teniendo en cuenta el potencial turístico existente, con el cual se pueden integrar sus espacios más

representativos (Casa de Chaguarchimbana, Iglesia del Vergel, Parque El Vergel, cafeterías, etc.). Todo ello con el afán de mantener el legado histórico-cultural con el que se lo ha reconocido a través de los años. Por consiguiente, la presente investigación busca dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿El Barrio El Vergel “Las Herrerías” tiene vocación turística?

1. Introducción:

En la actualidad, el estudio de la vocación turística es un concepto que se utiliza frecuentemente en los territorios, puesto que ayuda a identificar o referirse a lugares con cierta capacidad de generar intenciones de visita de turistas locales, nacionales o internacionales. Generalmente, estos territorios cuentan con gran potencial para desarrollar actividades turísticas, convirtiéndose en una propuesta innovadora en el contexto de las destinaciones urbanas. Del mismo modo, estos espacios cuentan con recursos e infraestructuras adecuadas que les permiten consolidarse como principales centros de distribución. A partir de esta concepción, se prevé analizar la factibilidad de incursionar con actividades turísticas en el Barrio El Vergel “Las Herrerías”, debido a que forma parte de ciudad patrimonial que cuenta con una declaratoria de la UNESCO desde 1999. La presente investigación, toma al Barrio El Vergel “Las Herrerías” como caso de estudio debido a que se configura como uno de los barrios más antiguos de la ciudad, sumado a la elevada capacidad de emprendimiento por parte de sus habitantes, quienes han desarrollado propuestas gastronómicas y otros tipos de actividades económicas que dinamizan al barrio. Otro motivo para explorar este caso de estudio, es la existencia de actividades tradicionales que actualmente están en peligro de desaparecer debido a las nuevas dinámicas sociales que se han introducido en el barrio.

Por consiguiente, este análisis pretende resaltar los aspectos más significativos y representativos del barrio, ya que, por su historia, tradición y por la convicción que tienen sus pobladores por sus actividades tradicionales; lo convierte en un espacio con características singulares y con la capacidad de implementar actividades viables para el desarrollo económico del barrio. Con esto no se busca proponer un modelo turístico como panacea a los problemas económicos de la ciudad, sino que se plantea una propuesta que ayudaría a diversificar las actividades económicas de los residentes. Con ello, será posible lograr que los habitantes pongan en valor los recursos existentes en el barrio.

En este estudio se ha evidenciado algunos inconvenientes en la ejecución de sus actividades de índole social, cultural y turística. En este caso, la seguridad, informalidad y la falta total de señalética que facilite la movilidad hacia sus atractivos turísticos más relevantes, son factores que van en detrimento de la actividad turística e impiden el desarrollo económico del barrio. A pesar de que la zona se ha posicionado como un centro

gastronómico notable, los residentes se han dado cuenta que el barrio necesita mejorar sus procesos de gestión para ordenar de mejor manera sus actividades económicas.

Para ello, se ha realizado un análisis complejo basado en la metodología de López et al. (2017), la cual fue aplicada en dos ciudades de Colombia (Medellín y Bogotá), la cuales se han configurado como importantes centros turísticos del país. Dicha metodología enfatiza la medición de vocación turística de un territorio, entregando nuevas alternativas para la aplicación de estrategias que generen un flujo turístico constante en los territorios.

A más de tratarse de un estudio académico, la presente investigación pretende ser una herramienta que sirva como base para la toma de decisiones en materia de planificación y gestión turística por parte de las autoridades y organismos locales. En consecuencia, los gestores turísticos podrán ratificar y sustentar la problemática del territorio, para plantear propuestas y alternativas encaminadas a su desarrollo turístico.

Adicionalmente se recopiló material de soporte (visitas, entrevistas, fotografías) con el propósito de complementar los resultados arrojados por la matriz. En este contexto, se hizo hincapié en la información provista por los pobladores: I) inicios del barrio, II) desarrollo de sus actividades económicas, III) manifestaciones culturales y IV) estado actual de sus expresiones culturales y tradiciones. Con el desarrollo del presente estudio se plantea definir la vocación turística del barrio, entendiendo que mediante la implementación de actividades turísticas se puede poner en valor los elementos tangibles e intangibles del territorio, para alcanzar el desarrollo sostenible en la zona.

Este documento está organizado de la siguiente manera: el apartado 2 plantea los conceptos que sustentan el caso de estudio (Marco teórico). El apartado 3, presenta una aproximación histórica, geográfica, demográfica y social del barrio. En el apartado 4 se describe la metodología utilizada en la investigación. El apartado 5 presenta los resultados del estudio. La discusión se encuentra en el apartado 6. Finalmente, el apartado 7 describe las conclusiones y las aportaciones derivadas de la investigación realizada.

2. Marco teórico:

2.1. Territorio y Paisaje.

Los conceptos de territorio y paisaje se encuentran enlazados de manera intrínseca y tienen una vital importancia en el desarrollo de diferentes actividades sociales que realiza el ser humano. Por lo tanto, no es posible entender las dinámicas sociales, sin tomar en consideración el territorio y el paisaje, de ahí la importancia de su estudio.

Territorio puede tratarse de un barrio, una ciudad, con sus nombres oficiales...con sus fronteras formales y vividas, todo espacio capaz de proyectar una idea de unidad...a eso simplemente se le llama el territorio (Cano & Godoy, 2020). Básicamente estos autores hacen referencia a que el territorio es un zona geográfica, pero, Costamagna y Pérez (2015) aseveran que el territorio no es solamente el espacio geográfico en el que tienen lugar las actividades económicas o sociales; sino más bien, es el conjunto de actores y agentes que lo habitan, los cuales están organizados social, política, cultural e institucionalmente. Sekkal (2019) comparte este concepto y añade que el territorio se convierte en un espacio de producción, negociación y reparto de un futuro común y no solo se basa en la proximidad geográfica de sus actores. Además, especifica que estos actores locales son heterogéneos.

Por su parte, Villatoro (2018) propone un cambio de enfoque en cuanto a la concepción del territorio en la actualidad y sugiere que el territorio es construido, creado imaginativamente y se materializa tomando en cuenta las circunstancias históricas y sociales; es decir que forma parte de un sueño colectivo en el que han de concretarse sus fines y valores porque se cree en ellos.

En cambio, el paisaje, según Pintó (2017), es un concepto abstracto, pues se trata de una construcción teórica, por medio de la cual se intenta acercar y aclarar la complejidad de las configuraciones territoriales. Mientras que, el Consejo de Europa (2000), definió al paisaje como cualquier parte del territorio, tal como la percibe la población y cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales o humanos. El paisaje es un elemento territorial importante en la calidad de vida de la población, dado que es el resultado de la relación de la gente con su entorno diario, concibiéndose como un elemento de identidad territorial y de la diversidad del espacio geográfico que rodea a la población (Mata Olmo, 2018). Acotando a este concepto se menciona que el paisaje es el resultado de la transformación que una cultura determinada realiza sobre un territorio.

Esta transformación cuenta con doble sentido, ya que el territorio influye en la cultura y al mismo tiempo, la cultura modifica el territorio (Grandal, 2015). Además, en el paisaje se pueden incluir recursos naturales, culturales y humanos, los cuales conforman una armonía con características singulares que la diferencian de otros territorios (Navarro, 2015).

Por otro lado, Sánchez (2020), asegura que el paisaje puede tener otras concepciones, dependiendo del área de estudio. Por tal motivo, aborda el concepto de paisaje cultural y menciona que este engloba a todos los bienes culturales que representan las obras conjuntas del hombre y la naturaleza, lo cual está ligado al territorio.

2.2. Turismo y Territorio.

De acuerdo a lo mencionado en los párrafos anteriores, se puede notar que el paisaje es un aspecto importante del territorio, que puede incentivar la visita de personas y la actividad turística. De ahí se considera que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que motiva el desplazamiento de personas a países o lugares diferentes de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o por negocios, por un periodo de tiempo inferior a un año (Organización Mundial del Turismo., n.d.). Por consiguiente el turismo integra a todas aquellas actividades que se realizan en los destinos, estas pueden ser múltiples, lo que da lugar a diferentes tipologías de turismo: sol y playa, rural, ecológico, cultural (Díaz-Andreu, 2014). Además el turismo puede contribuir a la paz como un instrumento de desarrollo sostenible, dada su incidencia en los territorios y comunidades más afectados por la violencia... (Menchero-Sánchez, 2018). En este caso, se concebiría al turismo como una alternativa que propenda al desarrollo sostenible de un territorio, teniendo en cuenta sus características demográficas, relaciones sociales, modelos económicos y disponibilidad de recursos

Es preciso mencionar que la OMT, (citado por Menchero-Sánchez, 2018) establece que el turismo es un fenómeno relativamente joven en la subregión turística de América del Sur. Aunque poco a poco se ha ido constituyendo en una prioridad para las agencias...de los países que integran este espacio turístico y desde mediados del siglo XX, el turismo se volvió de gran importancia en la economía del mundo. Por ello, varios autores afirman que el turismo utiliza al territorio como soporte físico para la realización de actividades

turísticas (C. Cohen, Benseny, & Lan, 2016). En cambio, Picornell (2015) menciona que el desarrollo turístico ya no se considera provechoso para las sociedades receptoras de turistas, sino que también ya se le atribuyen los costos que implica el desarrollo de las mismas. Varias personas conocen al concepto mencionado por Picornell como turistificación, esta palabra se ha popularizado en los últimos años y se le atribuyen algunas connotaciones, tales como: los geógrafos ven a la turistificación como un proceso complejo donde intervienen diversos actores para transformar al territorio a través de la actividad turística; otros, por su parte, tienen una idea negativa y ven a la turistificación como la masificación de un destino turístico, e incluso piensa que es sinónimo de gentrificación turística (Ojeda & Kieffer 2020). La gentrificación es la llegada de gente con mayor capital económico y cultural que desplaza a la población tradicional – es decir, las clases más populares o desfavorecidas económicamente, más vulnerables-, hasta el punto de excluirlas definitivamente del territorio (Crespi & Mascarilla, 2018).

Por su parte, Mantero et al (2019) mencionan que el turismo y territorio se relacionan dialécticamente, en tanto que el turismo no es una actividad espontánea y el territorio no es un espacio indiferenciado; sino que el territorio y el turismo son el resultado de las relaciones sociales que se dan entre ellos. Moscoso (2015) plantea algo similar, ya que manifiesta que el turismo al igual que toda actividad hace uso de un territorio construido socialmente. Además, destaca que los atractivos y los posteriores productos turísticos son la puesta en valor por parte del turista de una determinada comunidad en un territorio, por ello el territorio tiene un papel activo en el desarrollo de la actividad turística.

En cambio, Carvalho y Moquete (citado por Lastra-Bravo, Yáñez-Ayavaca, Garzón-Cruzarte, & Salceso-Tandayamo, 2020) sugieren que al apropiarse de los territorios, la actividad turística se convierte en uno de los principales agentes intervinientes de la dinámica de las relaciones sociales previamente establecidas, creando un proceso lógico de producción de nuevas territoriales.

Teniendo en consideración lo mencionado por Moscoso (2015), se puede entender al territorio como una relación constante entre un espacio material y un espacio simbólico. El espacio material se refiere al espacio físico en donde se realizan las actividades humanas, y por otro lado, el espacio simbólico son los valores que la sociedad inculca para que exista apropiación del territorio (Bertoncello & Iuso, 2016). Es relevante tomar

en consideración este concepto puesto que, autores como Álvarez Sousa (2005) vinculan al desarrollo turístico con el territorio, ya que el territorio debe enfocarse en satisfacer los intereses de los turistas, de los prestadores de servicios y de la comunidad que habita el espacio.

2.3. Planificación.

La planificación puede entenderse como una acción, en la cual se utilizan diversas estrategias, conocimientos y métodos, cuyo fin es lograr un futuro mejor para el territorio. Este término, se lo ha utilizado en varias áreas, tales como: arquitectura, geografía y en el área turística. Para Godfrey y Clarke (citado en Velasco 2016) la planificación se la observa como un proceso racional y ordenado que permite lograr el desarrollo turístico. Por ello, la planificación está ligada a objetivos económicos que se inclinan hacia el estudio de la entrada del capital y el trabajo, u objetivos espaciales que permiten una apropiada distribución espacial; tanto de las actividades turísticas como del uso de recursos (Linares & Morales, 2014). También la planificación se liga con objetivos sociales, en los que se verifica la manera de beneficiar a la población residente con el desarrollo de esta actividad.

Por otra parte, Ivars-Baidal, Solsona-Monzonis y Giner-Sánchez (2016) señalan que la planificación debe brindar mayor importancia a los conocimientos y metodologías, puesto que, permite tomar decisiones acertadas en diferentes aspectos de la gestión territorial, pero sobre todo en la actividad turística. En este caso, la planificación es un elemento diferencial en la gestión de un territorio, pues brinda la posibilidad de analizar y estudiar la mejor decisión de una manera más estratégica, tomando en cuenta diferentes criterios de selección, tales como: el científico, técnico y analítico.

Ahora bien, para Saarinen, Rogerson, y Hall (2017) la planificación debe caracterizarse por ser holística y orientada principalmente hacia la disminución de los aspectos negativos del turismo en un futuro; con ello, se pretende que la industria pueda tener un crecimiento controlado. De la misma manera, Pinheiro, Pesa & Sonaglio (2020) consideran que la planificación adquiere la responsabilidad de mitigar los impactos negativos que provienen de los momentos de inestabilidad y socaban al turismo, tales como: las crisis en el ambiente, la política o la economía. Por esta razón, la planificación

turística debe ser considerada como un proceso que contribuya a la toma de decisiones, las cuales deben tener objetivos que servirán para direccionar las acciones que lleven a la industria turística a proyectarla hacia el futuro. De esta manera, Saarinen, Rogerson, y Hall (2017) establecen que la planificación ayuda mejorar los beneficios socio-culturales, económicos y ambientales del territorio donde se desarrolla la actividad turística.

La planificación turística, se construye a partir de diferentes instrumentos que ayudan a controlar todo el proceso, puesto que se caracterizan por ser Orientativos o Vinculantes. Además, pueden ser medidos a escala internacional, nacional, regional o local, según corresponda. Este tipo de instrumentos tienen un enfoque general o específico, y tienen como objeto de estudio a diferentes espacios, tales como: Urbanos, litorales, naturales y rurales.

Carácter	Escala espacial	Enfoque	Objeto
Orientativo	Internacional	General	Espacio Urbano o metropolitano.
	Nacional		
Vinculante	Regional	Específico	Espacios Litorales
	Local		Espacios naturales o montaña
			Espacio Rural

Tabla 1: Instrumentos de Planificación Turística

Fuente: Cuadro tomado de Velasco, 2016.

La planificación turística también puede ser estratégica, conociendo que la planificación estratégica es un instrumento de la política turística que adquiere gran relevancia a escala regional (Martinez, 2017). Por su parte, Armijo (citada por Angulo-Rincón, 2017), menciona que la planificación estratégica es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual, e indica el camino que se debe recorrer en el futuro. Dicha planificación, en los últimos años ha sido aplicada con mayor frecuencia al turismo, ya que ha mostrado potencial para aportar al desarrollo social y económico de muchos territorios (Toselli, 2015)

2.4. Turismo Urbano

El turismo urbano, en los últimos años ha tenido un rol muy importante dentro del contexto económico local. Terzibasoglu (2015) menciona en su investigación que en la

cuarta cumbre mundial sobre el Turismo Urbano realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), se debatieron aspectos sobre el crecimiento de las economías locales que promueve el turismo urbano como actividad económica. Específicamente se menciona que contribuye a la creación de nuevas fuentes de trabajo por medio de actividades directas y complementarias, que ayudan al incremento del PIB. También se señaló que el turismo urbano no se encuentra posicionado en el mercado, debido a que es un campo relativamente nuevo en relación a estudios interdisciplinarios y de competencias laborales. Razón por la cual, es importante que, por medio de diferentes herramientas de planificación, esta tipología de turismo pueda potenciarse y posicionarse en el mercado, ya que el espacio urbano se presenta como un importante centro de distribución hacia otros sitios turísticos.

Otra ventaja del turismo urbano radica en su propensión a transformar el paisaje urbano, puesto que la infraestructura y los espacios públicos con el paso del tiempo se modernizan. Esto conlleva a que, se mejore notablemente la oferta disponible y se generen experiencias agradables para el sector turístico. Todo este tipo de procesos de transformación, deben generar beneficios económicos, sociales, culturales y medioambientales dirigidos a la población en general (Bertoncello & Iuso, 2016).

Claro ejemplo de estos procesos son los vehículos autónomos, los cuales son el futuro del turismo urbano, de acuerdo a la concepción de Cohen y Hopkins (2019), estos vehículos autónomos podrían tener un alto impacto en el turismo, ya que podrían reconfigurar el turismo urbano, incluyendo cuándo, dónde y cómo se mueven los turistas. Los entornos urbanos siempre están a la vanguardia de la innovación y por ello existe el potencial de que los contextos urbanos se transformen debido a los vehículos autónomos CAV (Debbie & Schwanen, 2018).

Por otro lado, el turismo urbano es considerado un fenómeno que ha convertido a las ciudades en importantes centros de desarrollo turístico, que se caracterizan por brindar múltiples propuestas orientadas a satisfacer las necesidades de turistas, los cuales cada vez son más exigentes (Ricci & Stassi, 2015), y buscan nuevas tendencias que el turismo urbano presenta y los convierte en nuevas formas de hacer turismo.

2.5. Paisaje Urbano.

El paisaje urbano representa una mezcla de fenómenos de carácter ambiental y humano que tienen coexistencia en un lugar en particular. En palabras de (Briceño, 2018), el paisaje urbano es la expresión de todo lo que es posible percibir en los espacios públicos de la ciudad. Siguiendo con lo anterior, el paisaje urbano se lo debe concebir como una parte del territorio de una ciudad y se diferencia de los espacios rurales por algunas características, tales como: densidad poblacional, infraestructura, arquitectura, servicios, facilidades, conectividad, economía, industrialización, entre otras (Briceño, 2018). Otros autores también conciben al paisaje urbano como el resultado de la acción combinada de factores humanos y naturales, cuya interacción en el tiempo, deja huellas visibles (Briceño, Contreras, & Owen, 2012)

Según (Maderuelo, 2019), el paisaje urbano puede ser visto desde una perspectiva cultural y más no objetual, puesto que, representa más un constructo mental que cada ser humano elabora desde las sensaciones y percepciones al encontrarse en un lugar determinado, donde la percepción visual de cada persona desvela el dinamismo del paisaje urbano (Jordán, Pérez, & De las Rivas, 2020). El paisaje, es parte esencial de la planificación turística, según (Santos, Fernández, & Muñoz, 2016), no se puede dejar de lado la calidad del paisaje, por lo que a mediano o a largo plazo se incorpora innegablemente al proceso de la planificación turística, y con ello, se convierte en un factor que contribuye a generar competitividad entre los destinos.

Otro aspecto importante a tomar en cuenta de los paisajes urbanos es que estos paisajes deben impulsar la visita del territorio, por ello, se vuelve completamente necesario que se conozcan las motivaciones que incitan a dicha visita. Para Carvalho y Moquete (citado por Lastra-Bravo et al., 2020) la posmodernidad y la globalización han incitado a que estos paisajes urbanos creen mecanismos surreales en pro de un consumo masivo. Nassauer (2012) por su parte, discrepa con estos autores, ya que menciona que todos los paisajes pueden considerarse urbanos en la medida en la que se gestionan para proporcionar servicios ecosistémicos, debido a que la población humana se ha vuelto predominantemente urbana y los espacios que antes se consideraban rurales, poco a poco empiezan a formar parte de las urbes de un territorio. Esto nos indica que la densidad poblacional, tiene tendencia a un rápido crecimiento, por lo que las zonas urbanas son

cada vez más grandes y los espacios rurales desaparecen en conformidad al incremento de la población.

2.6.Ciudades Creativas y Barrios temáticos.

A criterio de Rosas (2018) las ciudades creativas, nacen de manera simultánea con la idea de las economías creativas¹. Esto significa, que tanto cultura y creatividad se relacionan de manera cercana, con la finalidad de crear ventajas competitivas de un territorio sobre otro. Las ciudades creativas tienen como principal objetivo, la transformación de su contexto urbano, tomando como inspiración la creatividad que poseen en el interior de las mismas. Para Solórzano Gil (2015) una ciudad creativa tiene las siguientes características: innovación, conectividad y la comprensión de su propia cultura.

Aunque en rasgos generales las ciudades creativas pueden presentar diversas ventajas, Bayliss (2016) expone serios problemas que giran en torno al surgimiento de las ciudades creativas. Uno de sus principales inconvenientes radica en la desigualdad social, pues se forma una estratificación social donde la “clase creativa” del territorio representa la élite de la sociedad; mientras que los trabajadores de servicios son el estrato más bajo y explotado con pagos injustos. Por otro lado, Moreno (citado por Quintero Pérez, 2020) precursor del movimiento ciudades vivas y Smart Cities, plantea que el principal problema de las ciudades creativas no es un asunto tecnológico, sino un asunto de gobernanza, ya que la revolución tecnológica debe estar al servicio de la inclusión social [...], además señala que estas ciudades plantean desafíos de tipo sociales, económicos, ecológicos y de resiliencia.

¹ El término economía creativa, según distintos autores nació en el 2001 y se considera a John Howkins como su principal impulsor, quien señalaba lo siguiente, en torno a la economía creativa:

Abarca no solo bienes y servicios culturales, sino es un conjunto de sectores en los que el valor de los bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual como: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio y videojuegos (Solórzano Gil, 2015).

Frente a esta situación, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación (UNESCO) creó en 2004 la Red de Ciudades Creativas; con la finalidad de promover la cooperación entre las ciudades que identifiquen a la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible. Los miembros de esta red tienen la obligación de vincularse con los sectores públicos, privados y la comunidad en general. Además, se comprometen a desarrollar polos de creatividad, con la intención de incrementar las oportunidades profesionales, mejorar el acceso en la vida cultural de grupos vulnerables, entre otros. En la actualidad existen aproximadamente 180 ciudades creativas alrededor del mundo y al igual que las economías creativas, la Red de ciudades creativas acoge siete ámbitos específicos: 1) artesanía y artes populares, 2) artes digitales, 3) cine, 4) diseño, 5) gastronomía, 6) literatura y 7) música.

Al momento en que un barrio de una ciudad creativa inclina su gestión hacia un ámbito específico, automáticamente puede convertirse en un barrio temático, cuya principal función en palabras de Téllez (2015) radica en el impulso del consumo y la visita de este lugar. El barrio tiene la capacidad de tematizarse en diferentes áreas, por ejemplo: la ciudad del consumo comercial, la ciudad del consumo turístico, ciudades de consumo industrial o cultural. Otra idea a considerar a juicio de (Flama Charrúa, n.d.), reside en que estos barrios temáticos pueden ser asumidos como una experiencia interactiva y presentarse por dos o más integrantes del barrio, de esta manera los visitantes pueden participar de las actividades propuestas. Cabe indicar que, un barrio puede considerarse temático sí el sitio o territorio que opta por este reconocimiento, tiene vocación para que la actividad planteada se pueda realizar.

2.7. Vocación, aptitud y capacidad.

El término vocación resulta ambiguo, por lo que debe ser analizado desde diferentes perspectivas para tener una mejor precisión en la utilización de este término. Para Gómez, Amaya y Mundo (2014), el término de vocación desde la literatura académica- general o turística- empezó a utilizarse para lugares físicos, tales como: territorio, regiones o ciudades, pero carece de lógica si se intentara conceder un significado de intención de un territorio. Por esta razón, autores como López et al. (2017), comprenden a la vocación

como una construcción social en la que se articulan la aptitud y la capacidad de estos territorios.

Por su parte, otros autores manifiestan que la vocación turística de un territorio no es algo intrínseco del espacio, sino que depende de la demanda y de la oferta, las cuales son establecidas por pautas sociales [...] además de factores como: clima, paisajes, manifestaciones culturales, son aspectos que contribuyen para que un espacio tenga vocación turística (Seguí Llinas & Servera, 2015). Reforzando este concepto, Almiron, Bertoncetto y Troncoso (2016), mencionan que un territorio tiene vocación turística si cuenta con lugares que tengan un acervo patrimonial importante y por esta razón se convierten en lugares con potencial turístico. Otros autores también mencionan algo similar, debido a que manejan el concepto de vocación turística como el repertorio de recursos naturales y no naturales que conforman el atractivo turístico de un lugar (González, Téllez, Cano, Vivas, & Gamboa, 2017).

Sigüenza (2014) por su parte, enfatiza en que la vocación turística son todas las actitudes positivas de los prestadores de servicios turísticos encaminadas a satisfacer las expectativas de los visitantes.

A los territorios con vocación turística les interesa atraer la visita de turistas con mayores posibilidades de consumo y no la de los famosos mochileros debido a su escasa capacidad adquisitiva. Para promover la visita de la demanda deseada, los territorios deben aprovechar las características geográficas y culturales que poseen, teniendo en cuenta aspectos clave de planificación, gestión turística y toma de decisiones (Valencia, 2018).

Como se puede observar, la aptitud y capacidad adquieren un valor importante en la gestión de un territorio. Para Sanabría, (citado por Acosta, Suango, Proaño, & Zambrano, 2016), la palabra aptitud ha sido un concepto extensamente utilizado desde el enfoque pedológico para la evaluación de tierras en áreas rurales. En cambio, López et al. (2017) relaciona la palabra aptitud a las condiciones con las que cuenta un área geográfica para ser utilizada; o el grado de adecuación de una zona, frente a los requerimientos físico-naturales, siempre y cuando tenga un uso específico. Por su parte, desde un punto de vista turístico, la aptitud representa el conjunto de recursos, atractivos, infraestructuras y equipamientos que tiene un espacio, para desarrollar actividades turísticas de una manera efectiva y sostenible.

Según Carvajal et al. y Keenelyside, autores (citados por Andrade et al., 2019), la aptitud de un territorio se puede lograr utilizando parámetros que proporcionen los criterios de decisión que serán indispensables para la delimitación de superficies.

Por otro lado, Serrano et al (2014), utilizan un concepto más complejo y mencionan que aptitud turística es sinónimo de potencial turístico y consideran que la aptitud es el resultado del procesamiento metodológico resultante del análisis del territorio.

Por último, la capacidad según López et al. (2017) se relaciona con el contexto social, económico y político que brinda el territorio para un uso específico, además, de la habilidad que poseen quienes usan la zona para aprovechar esa aptitud. Otros autores mencionan que la capacidad es la idoneidad de un paisaje particular para albergar actividades o acciones, las cuales se pueden realizar en el presente o en el futuro, sin poner en peligro su conservación (Franch-Pardo & Cancer-Pomar, 2017).

En cambio, la revista Entorno Turístico (2016), habla de la capacidad de carga turística, la cual se define como la posibilidad biofísica y social que tiene un determinado lugar para permitir cierto flujo de personas, mientras se realiza una actividad turística, a la par que se mantiene el desarrollo del área y la completa satisfacción del visitante. Otro criterio menciona que la capacidad de carga hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un determinado espacio/recurso/destino turístico (García & De la Calle, 2012). Si no se respeta la capacidad de carga permitida en los sitios naturales con afluencia turística, se corre el riesgo de tener impactos físicos, sociales y económicos; afectando gravemente la experiencia del visitante y consecuentemente, la pérdida del ingreso por el desarrollo de la actividad turística (Ibanez, 2016).

Luego de presentar de manera breve los aspectos teóricos, se pretende que la presente investigación dé a conocer la posibilidad de vocación turística del barrio El Vergel-Las Herrerías. Para ello, es preciso comprender que la vocación turística engloba a los sitios con capacidad de atraer a visitantes o con potencial para un posible desarrollo de actividades turísticas (López et al., 2017). Finalmente, es posible afirmar que algunas ciudades que se caracterizaban por tener una dinámica tradicional, se han adaptado con el paso del tiempo y con ello han generado implícitamente zonas con vocación turística. Un ejemplo de ello, es la zona de influencia del barrio El Vergel-Las Herrerías.

3. Aproximación histórica, geográfica, demográfica y social del barrio

El barrio "El Vergel-Las Herrerías" se localiza al sureste de la ciudad de Cuenca y está limitado por la Av. 12 de abril desde la subida a Todos Santos, Pasaje El Paraíso, Av. 10 de agosto y Av. Paucarbamba (ver gráfico 1).



Gráfico 1: Mapa del Barrio El Vergel-Las Herrerías.

Fuente: Basemap Arcgis 2020

Elaboración: Cristina Campoverde / Juan Carlos Larco

"El Vergel-Las Herrerías" es un barrio conocido históricamente como un lugar dedicado a la forja del Hierro (Arteaga, 2000), desde la época colonial, era el punto de paso

obligado para los animales de carga que en ese entonces eran el principal medio de transporte dentro de los límites de la ciudad. Este sitio, fue adquiriendo popularidad rápidamente por su trabajo en hierro [...]. Luego de que el estilo Francés se instaurará en la arquitectura Cuencana, los herreros aprovecharon este oficio para elaborar distintos accesorios de hierro como barandales, escaleras, cruces, etc. (Ulloa, 2008). Sin embargo, desde los años 50, esta actividad empezó a perder fuerza, debido a los procesos de industrialización, que reemplazaron esta actividad manual por las grandes producciones en masa ofreciendo artículos de menor calidad a precios reducidos. Actualmente en el barrio se pueden encontrar algunos talleres que se dedican al trabajo en Hierro, otros que se han adaptado a la metalmecánica y algunos artesanos –herreros- han abandonado la actividad y se han dedicado a la gastronomía.

A efectos del presente estudio, la investigación se delimitó a la zona de mayor influencia dentro del barrio, la cual está ubicada dentro de las calles: de las Herrerías, que inicia en la Av. 12 de abril y termina en la Av. 10 de agosto. Para ello se realizó el levantamiento del catastro respectivo, se identificó a los actores principales del barrio y a los aspectos más relevantes que generen aportaciones para el desarrollo de nuestro estudio.

4. Metodología.

El presente estudio tiene un enfoque cualitativo de alcance exploratorio, puesto que la vocación del barrio aún no se encuentra definida y no existe registro de investigaciones preliminares. El uso de esta metodología de investigación es apropiada cuando existen dudas o poco conocimiento sobre el tema que se plantea investigar (Singleton & Straits, 2005).

Esta metodología facilita a los investigadores, tener una perspectiva holística, permitiendo añadir datos que no se habían previsto en el diseño de tesis. Además, es útil para que los investigadores desarrollen habilidades de intuición con el propósito de analizar y comprender los fenómenos y sujetos referentes al caso de estudio; dejando de lado los prejuicios que pudieran existir. Para ello, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual permite seleccionar aquellos sujetos accesibles que acepten ser incluidos en la investigación, tomando en consideración la proximidad con el investigador (Otzen & Manterola, 2017). Con esto se aspiraba conocer el grado de compromiso que

presentan aquellos sujetos con el barrio y sus preferencias en las funciones que desean desempeñar para lograr objetivos comunes entre los residentes.

Para este estudio se consideró como población a un grupo de veinte y nueve personas dispuestas a colaborar con la investigación en primera instancia. Posteriormente, se delimitó la muestra aplicando la técnica de mapeo de actores, en donde se calculó el nivel de influencia de los pobladores en el barrio y su interés en la actividad turística. La influencia se midió de acuerdo al nivel de autoridad que tienen en la toma de decisiones del barrio y su acogida con la gente. La mayoría de actores escogidos por este criterio, son personas vinculadas a la organización Barrial y entes reguladores. Además, se les consideró a las personas interesadas en el desarrollo de la actividad turística del barrio, dando un total de once actores (ver tabla 2).

ACTORES A FAVOR DEL TURISMO Y CON ALTO GRADO DE INFLUENCIA EN EL BARRIO EL VERGEL		
Numero	Nombre	Rol que Desempeña
1	Gobernación del Azuay / Intendencia	Ente de Control Provincial
2	Casa del Chaguarchimbana	Museo
3	Iglesia Santa María del Vergel	Iglesia
4	Dr. Manuel Merchán	Presidente
5	Sr. Ubaldo Calle	Coordinador de Comisión de Cultura / Herrero
6	Sr. Rodrigo Pesantez	Taller de Herrería
7	Sra. Vilma María Suco	Cafetería: Las Herrerías
8	Lic. Francisco Varela	Restaurante Tablitas
9	Sr. Luis Alberto Hurtado	Cafetería Dormel
10	Sr. Andrés Tacuri	Cafetería Isla Café
11	Lic. Francisco Cadena / Lic. Sebastián Cordero	Cafetería Dolce y Rico

Tabla 2: Listado de actores a favor del turismo/alta incidencia en el barrio

Elaboración: Cristina Campoverde / Juan Carlos Larco

Luego de definir la muestra, se procedió a realizar la entrevista. La conversación abierta (semiestructurada), fue necesaria para recabar información amplia sobre el barrio y

mantener un diálogo con los entrevistados. Para la entrevista se plantearon 14 preguntas, las cuales fueron de carácter introductorio, luego preguntas de sondeo y finalmente, preguntas directas. La estructuración de las preguntas se basó en el manual de Kvale (2011). Antes de aplicar las entrevistas, se realizó un proceso de validación con dos profesores de la Escuela de Postgrados de la Universidad del Azuay, con el propósito de verificar la claridad de las preguntas y la pertinencia de su contenido.

Las entrevistas se realizaron los días 23, 24, 25 y 27 de octubre del 2020 y fueron realizadas de manera presencial por los investigadores de la tesis en los locales comerciales, talleres, casas de los actores mencionados anteriormente (ver tabla 2). De forma puntual, algunas entrevistas se realizaron vía Zoom, debido a las restricciones ocasionadas por la pandemia de COVID-19. Las entrevistas fueron procesadas de forma manual, junto con la información obtenida de las conversaciones y las visitas de campo realizadas por los investigadores.

Así también, se procedió a aplicar la metodología para la Medición y Valoración de Vocación Turística a través de una matriz diseñada por (López et al., 2017), la cual fue adaptada y validada de acuerdo a la realidad social, económica, cultural y ambiental de la zona de estudio. La matriz se divide en dos variables que son aptitud y capacidad. La variable de aptitud se divide en 3 factores de análisis, los cuales son: Factor 1 - Recursos y Atractivos turísticos, Factor 2 – Infraestructura y Factor 3 – Equipamiento e Instalaciones turísticas. Cada factor se subdivide en una serie de criterios.

Por su parte, la variable de capacidad no se divide en factores sino aborda directamente criterios de análisis (Ver Anexo 1: Matriz para la Medición y Valoración de Vocación Turística). La matriz contiene 18 criterios en total, de los cuales 12 parámetros sirven para determinar la aptitud, mientras que los 6 restantes determinan la capacidad. Cada criterio tuvo una valoración de 0 a 2 en donde “0” representó carencia de aptitud o capacidad; “1”, confirmó la existencia del criterio, pero con varias privaciones; y “2”, afirmó la existencia del criterio, cumpliendo con todos los aspectos de valoración. La valoración fue asignada en base al punto de vista de los investigadores, teniendo en cuenta la importancia de cada criterio, luego de que se realizaran los análisis previos.

Por otra parte, a cada factor se le otorgó una ponderación, la cual dependía de su importancia en el estudio. Dentro de la variable aptitud se le otorgó una mayor ponderación al factor de recursos y atractivos turísticos (40%), al igual que al factor de

Infraestructura (40%). Por su parte, al factor de equipamiento e instalaciones turísticas se dio una valoración de 20%.

BARRIO EL VERGEL	
Variable 1: Aptitud	
Factor	Ponderación
Recursos y atractivos turísticos	40%
Infraestructura	40%
Equipamiento e Instalaciones turísticas	20%

Tabla 3: Ponderaciones, Variable Aptitud

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

Este puntaje está enmarcado dentro de los parámetros de medición para la aplicación de la matriz, siendo los más relevantes de la realidad existencial en el territorio a estudiar en cuanto a aptitud refiere.

En cambio, la variable de capacidad al tener 6 criterios de análisis, se le otorgó otras ponderaciones, las cuales están descritas a continuación:

BARRIO EL VERGEL	
Tabla 5: Ponderación variable Capacidad	
Variable 2: Capacidad	
Criterio	Ponderación
Guías con Licencia	10%
Grado de Planificación Turística	20%
Afluencia Turística Actual	20%
Publicidad y Promoción	20%
Importancia Turística Actual	20%
Articulación entre actores locales	10%

Tabla 4: Ponderaciones, Capacidad

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

Luego de calificar todos los criterios de análisis de la variable aptitud, se procedió a obtener el promedio aritmético de cada factor, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{promedio } f(r) + \text{promedio } f(i) + \text{promedio } f(ei)$$

Una vez, obtenidos los promedios aritméticos, se multiplicaron por los pesos porcentuales detallados en la Tabla 3, para ello se utilizó la fórmula que se detalla a continuación:

$$f(r) * 40\% + f(i) * 40\% + f(ei) * 20\%$$

Por su parte, la variable de capacidad obtuvo su calificación promediando todos los criterios de acuerdo a las ponderaciones asignadas en la Tabla 4. Y se expresó, aplicando la siguiente fórmula:

$$c(g) * 10\% + c(gpt) * 20\% + c(ata) * 20\% + c(pp) * 20\% + c(ita) * 20\% + c(aal) * 10\%$$

Al concluir la aplicación de las fórmulas, se procedió a expresar el resultado en un plano cartesiano, en donde el eje X, correspondió a la aptitud y el eje Y, correspondió a la capacidad, tal cual se puede observar en el gráfico 2.

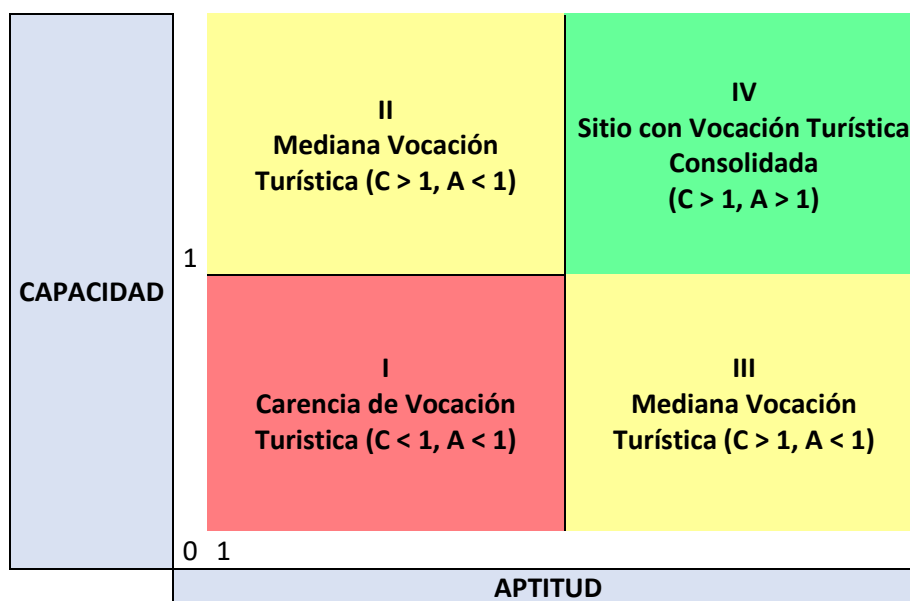


Gráfico 2: Matriz de Vocación Turística

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

También se utilizaron métodos de observación descriptiva. La aplicación de este método de estudio en el territorio se realizó en las siguientes fechas:

BARRIO EL VERGEL	
Visitas de Observación de Campo al Barrio El Vergel-Las Herrerías.	
Fecha	Actividad
25/08/2020	Visita al Barrio, recorrido de familiarización con la zona de influencia
10/09/2020	Acercamiento con el Sr. Ubaldo Calle, Coordinador de la Comisión de Cultura del barrio.
15/09/2020	Visita y Primer acercamiento con los actores del Barrio.
18/09/2020	Visita para levantamiento de atractivos y servicios del barrio.
28/09/2020	Visita para levantamiento de atractivos y servicios del barrio.
02/10/2020	Visita y segundo acercamiento con actores pertenecientes a la actividad hotelera.

Tabla 5: Visitas de Observación de campo

Elaboración: Cristina Campoverde / Juan Carlos Larco

5. Resultados:

Una vez finalizado el trabajo de campo y el análisis de los datos obtenidos de las entrevistas, se procedió a puntuar los criterios de la matriz base de Medición y Valoración de Vocación turística. En consecuencia, los resultados de la matriz arrojaron que la valoración de Aptitud (Variable 1) obtuvo una puntuación de **0.94** y la valoración de Capacidad (Variable 2) fue de **1**.

BARRIO EL VERGEL				
MATRIZ DE MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE VOCACIÓN TURÍSTICA				
Variable 1: Aptitud				
Factor 1: Recursos y Atractivos Turísticos				
Criterio	Calificación	Ponderación	Puntaje	Aptitud
Patrimonio Material	1	40%	0,4	0,94
Patrimonio Inmaterial	1			
Sitios Naturales	1			
Factor 2: Infraestructura				
Criterio	Calificación	Ponderación	Puntaje	
Accesibilidad por medios de transporte	2	30%	0,3	
Servicios de Comunicaciones/Presencia de internet y cabinas telefónicas	1			
Servicios de Comunicaciones/Cobertura y conectividad WIFI gratuita	0			
Calidad Ambiental del paisaje urbano	1			
Señalización urbana	1			

Factor 3: Equipamiento e Instalaciones Turísticas				
Criterio	Calificación	Ponderación	Puntaje	
Servicios de Alimentación	1	30%	0,24	
Servicios de Hospedaje	1			
Señalización Turística	1			
Servicio de Información Turística	0			
Acceso y espacio de paraderos de buses turísticos	1			

Tabla 6: Valoración de criterios de las Variables de Aptitud y Capacidad.

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

El resultado de la Valoración de Aptitud, variable 1, está basado en la realidad actual del barrio, con una calificación real de su patrimonio y sitios naturales en base a los aspectos citados en la matriz. Los investigadores detectaron falencias que limitan el aprovechamiento de estos recursos, debido a su mal manejo y a la falta de capacitación de los actores involucrados en el desarrollo de actividades turísticas (ver tabla 6).

BARRIO EL VERGEL				
MATRIZ DE MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE VOCACIÓN TURÍSTICA				
Variable 2: Capacidad				
Criterio	Calificación	Ponderación	Puntaje	Capacidad
Guías con licencia	1	10%	0,1	1
Grado de Planificación Turística	1	20%	0,2	
Afluencia Turística Actual	1	20%	0,2	
Publicidad y Promoción	1	20%	0,2	
Importancia Turística Actual	1	20%	0,2	
Articulación entre Actores	1	10%	0,1	

Tabla 7: Valoración de criterios de las Variables de Aptitud y Capacidad.

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

En cuanto a la variable 2 – Capacidad, los criterios fueron valorados con un puntaje intermedio (1) debido a que el barrio cumple con cada uno de ellos, pero existen aspectos mejorables, como: el apoyo a la gestión del turismo por parte de los actores; la difusión y promoción turística del barrio; y el acompañamiento de las entidades públicas.

Luego de este análisis, es posible determinar que el barrio el Vergel-Las Herrerías actualmente posee Mediana Vocación Turística, ya que la matriz aplicada en este caso de estudio arrojó una calificación de 0.94 en aptitud y 1 en capacidad; lo cual determina que la vocación del barrio se localiza dentro del cuadrante # 2 en la matriz de Valoración y Medición turística (ver gráfico 3).

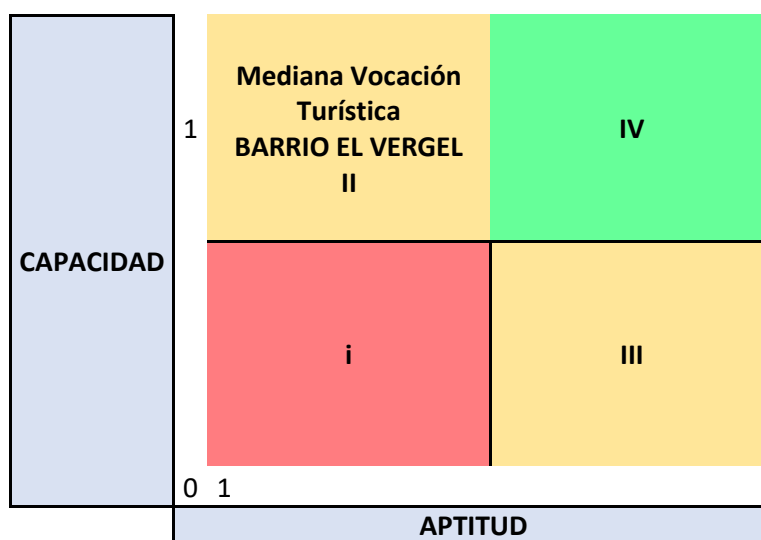


Gráfico 3: Matriz de Valoración y Medición de Vocación turística Barrio El Vergel-Las Herrerías.

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

De acuerdo a la investigación de campo, se pudo detectar que del Barrio El Vergel-Las Herrerías cuenta con 25 locales de alimentos y bebidas, pero únicamente 9 de ellos están registrados en el catastro del Ministerio de Turismo (ver tabla 8). Esto indica que existe un elevado número de locales que no están alineados con los requerimientos del Ministerio para su funcionamiento.

SERVICIOS DEL BARRIO EL VERGEL - LAS HERRERIAS					
Nombre del Establecimiento	Tipo de Servicio	Años de servicio	Clasificación	NOTAS	
Antojitos de Mamita	Alimentación y Bebidas		Cafetería		
BBQ Tucko Wings	Alimentación y Bebidas	2 años	Restaurante comida rápida		
Café del Herrero x 2	Alimentación y Bebidas		Cafetería		
Café Dianita	Alimentación y Bebidas		Cafetería		
Café Tere	Alimentación y Bebidas		Cafetería		

Café Yanuncay	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
Calle Angosta	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
Casa de las Golosinas	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
Dolce y Rico	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
Dormel	Alimentación Bebidas	y	2 años	Cafetería	
El Herraaje	Alimentación Bebidas	y		Restaurante (Desayunos, almuerzos, meriendas)	
El Piqueo	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
El Molino	Alimentación Bebidas	y		Heladería y Pastelería	
Hambro	Alimentación Bebidas	y		Restaurante Comida rápida	
Isla Café	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
King Broster	Alimentación Bebidas	y		Restaurante Comida rápida	
Las Delicias de Mamai	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
Las empanadas de las Herrerías	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
Las Herrerías x 2	Alimentación Bebidas	y		Cafetería	
Mexcafé	Alimentación Bebidas	y		Restaurante comida mexicana	
Panadería	Alimentación Bebidas	y		Panadería	
Picantería Vicky	Alimentación Bebidas	y		Restaurante Comida típica	
Sabor Hogar	Alimentación Bebidas	y		Restaurante	
Tablitas	Alimentación Bebidas	y		Restaurante Comida rápida + tradicional	Venezolano
Veleta Restaurante	Alimentación Bebidas	y		Restaurante (almuerzos, meriendas)	
Venta de Frutas y Verduras	Alimentación Bebidas	y		Minimarket	
Hostal Abu Dabi	Alojamiento			Hostal	
Hotel Las Acacias	Alojamiento			Hotel	
Hostal Las Herrerías	Alojamiento			Hostal	Av. Paucarbamb a y de las Retamas.
Vivatra	Operación Turística			Agencias de Viajes	

parqueadero	Operación Turística		Parqueadero	
Parqueadero	Operación Turística		Parqueadero	
La forja de Lucy	Operación Turística		Herrería	
Taller Calle	Operación Turística		Herrería	
Taller Guerra	Operación Turística		Herrería	
Taller Jiménez	Operación Turística		Herrería	
Talleres Merchán	Operación Turística		Herrería y taller mecánico	
Taller	Operación Turística		Herrería	
Taller	Operación Turística		Herrería	
Farmacia Luciana's	Salud		Farmacia	
Venta de Alcohol y gel	Salud		Tienda	
Internet	Conectividad		Ciber	
UPC	Seguridad			

Tabla 8: Catastro de servicios del Barrio El Vergel-Las Herrerías

Elaboración: Cristina Campoverde / Juan Carlos Larco

También, se observaron 9 atractivos turísticos en el barrio, de los cuales 7 de ellos se encuentran en la zona de influencia del estudio (Calle de las Herrerías). No existe un registro de atractivos turísticos del Barrio en los catastros del Ministerio de Turismo, por lo que los investigadores realizaron el levantamiento de atractivos a partir de las observaciones en el campo de estudio.

ATRATIVOS DEL BARRIO EL VERGEL LAS HERRERIAS			
Nombre	Ubicación	Tipo de atractivo	Categoría
Iglesia Santa María de El Vergel	Av. 12 de abril y Calle de las Herrerías	Religioso	Manifestación Cultural
Plaza del Herrero	Calle de las Herrerías y Calle Del Arupo	Monumentos	Manifestación Cultural
Parque El Paraíso	Av. 10 de agosto y Pasaje de El Paraíso	Parque	Manifestación Cultural
Parque El Vergel	Calle Tomillos	Parque	Manifestación Cultural
Museo de las Artes de Fuego	Calle de las Herrerías	Edificaciones Patrimoniales	Manifestación Cultural
Museo Quinta Bolívar	Av. 24 de mayo	Edificaciones Patrimoniales	Manifestación Cultural
Calle de Las Herrerías	Calle de las Herrerías	Atractivo Turístico	Manifestación Cultural
Río Tomebamba	Av. 12 de abril	Fluviales	Sitios Naturales
Río Yanuncay	Av. 24 de mayo	Fluviales	Sitios Naturales

Tabla 9: Recursos turísticos del barrio El Vergel-Las Herrerías.

Elaboración: Cristina Campoverde / Juan Carlos Larco

De acuerdo a las entrevistas realizadas, se observó que el barrio presenta algunos problemas. En este caso, la falta de parqueo es un problema muy latente dentro de la dinámica del barrio, pues tan solo existen dos parqueaderos privados, pero su tarifa es algo elevada y por ello las personas prefieren no utilizarlos y parquear sus carros en las calles aledañas a los lugares gastronómicos. Aquella situación causa malestar en los habitantes del barrio, ya que no pueden utilizar dichos espacios para sí mismos.

Otro de los inconvenientes que aqueja el barrio es la inseguridad, a pesar de que cuentan con una unidad de Policía en el sector, los vecinos comentaron que no se sienten seguros. No obstante, los habitantes del barrio colaboran entre ellos para reducir la inseguridad en el barrio, pero mencionan que controlar la seguridad no es su competencia y que esta actividad debería estar a cargo de los cuerpos de seguridad públicos de la ciudad. En este contexto, los investigadores mantuvieron conversaciones con el personal del PAI para solicitar más patrullajes en el barrio, sobre todo en algunos callejones existentes en este sector, los cuales por las noches se vuelven peligrosos, inclusive para los mismos vecinos.

Además, es importante mencionar que debido a la pandemia por la que atraviesa la población desde marzo del 2020, los vecinos, en su mayoría propietarios de los locales de restauración y los artesanos, se han visto inmersos en una fuerte crisis, debido a que en los primeros meses de cuarentena tuvieron que cerrar sus negocios. Este acontecimiento conllevó a una importante reducción de ingresos económicos y posterior pérdida de empleos. Luego de que el gobierno levantará las restricciones y diera mayores libertades de movilidad, los negocios se han ido aperturando poco a poco, pero no han vuelto a tener la misma acogida que en la época de pre-pandemia.

Otro resultado importante que se puede acotar, es la marcada división de los grupos de poder existentes en el barrio, tanto así que, en las primeras visitas, los residentes manifestaron que existen dos familias se encuentran permanentemente enfrentadas por acceder a la directiva del barrio y que, para evitar enfrentamientos entre ellos, se turnan en cada periodo de mandato.

BARRIO EL VERGEL					
Matriz de Codificación Axial					
Seguridad	Cultura	Capacitación	Turismo	Desarrollo	Patrimonio
Control Trafico	Tradiciones	Capacitación Nula	Turismo Covid	Colaboración	Calle del Herrero
Atención	Identidad	Falta Capacitación	Atractivos	Beneficio	Plazoleta
Trafico	Artesanías	Falta de Apoyo	Negocios	Unión del Barrio	Iglesia
Parqueos	Gastronomía	Universidad	Bus Turístico	Oportunidad de Desarrollo	Gente Emprendedora
Miedo	Fiestas de la Virgen	No le Interesa	Afluencia de gente	Perderse	Influencia Fuerte
Se Siente Ofendida	Representativa	Acabado	ferias Artesanales	Nuevas Generaciones	frentistas
Delincuencia		Ingles	Promoción	Reactivar	Comprometidos
Dañado		Idiomas	Extranjeros no se quedan	Trabajo	Promoción
la calle es muy Solitaria				arrendatarios	Calor de Familia
Falta Patrullaje				Medio de Comunicación	
Cuidadores de los Carros					

Tabla 10: Matriz de codificación axial

Elaboración: Cristina Campoverde / Juan Carlos Larco

6. Discusión:

El objetivo principal de la investigación fue determinar la vocación turística del barrio El Vergel “Las Herrerías” de la ciudad de Cuenca-Ecuador, utilizando como herramienta la aplicación de la metodología planteada por López et al. (2017) desarrollada y aplicada en otras ciudades de Colombia.

El desarrollo de la investigación se llevó a cabo durante dos momentos. El primer momento, analiza con detalle el impacto del turismo mediante una entrevista

semiestructurada. El segundo momento, se basa en el análisis de los datos obtenidos para comprender las relaciones entre ambas, a través de matrices semiestructuradas.

Es preciso recalcar que las ciudades en donde fue aplicada esta herramienta (Medellín y Bogotá) se encuentran posicionadas en el imaginario de los visitantes y poseen una cultura de turismo importante. De ahí que, las ciudades jueguen un papel significativo en el turismo, debido a que cuentan con el apoyo de las autoridades locales para la toma de decisiones en sus ámbitos de aplicación. Sin embargo, la realidad de los barrios en Cuenca, posee una connotación diferente, pues existen elementos que deben ser tratados antes de implementar actividades turísticas, tales como: la gestión, capacitación, planificación, infraestructura local, integración entre actores, entre otros.

Al no existir mayor teoría de la que se ha podido extraer de los pobladores, se detectó que hace algún tiempo atrás, todos los esfuerzos realizados por las autoridades locales para fortalecer su desarrollo, no han tenido los resultados esperados. La falta de aprovechamiento de los recursos materiales e inmateriales existentes, se contrapone con la percepción de sus habitantes, ya que ellos consideran que tales recursos atraen al turismo por sí solos, sin tener en cuenta el proceso de gestión y planificación que conlleva el desarrollo turístico. De ahí que se haya detectado que el potencial turístico del barrio no se alinea con la realidad o percepción de los entrevistados. Adicionalmente, los sitios naturales del territorio no aportan turísticamente a la zona de estudio, por lo que se han tornado imperceptibles para los turistas que visitan el barrio.

Los residentes que fueron entrevistados se caracterizan por ser personas influyentes políticamente dentro del barrio, ya que algunos de ellos son artesanos muy representativos (antiguos); u otros disponen de algún tipo de negocio que comenzó como emprendimiento y hoy se encuentra formalmente establecido. Los comentarios de los entrevistados fueron variados, pero en su mayoría concuerdan con temas específicos que se abordaran en los siguientes párrafos.

Analizando los criterios del factor 1: Recursos y Atractivos Turísticos, se observó que el barrio posee bienes culturales, los cuales no cuentan con las facilidades para recibir turistas, a pesar de que en años anteriores la Universidad del Azuay, junto con la Facultad de Arquitectura, los entes reguladores del barrio y los propietarios firmaron un acuerdo

para mejorar y restaurar la infraestructura y las fachadas de las viviendas coloniales presentes a lo largo de la calle de las Herrerías; zona de influencia para el presente estudio. Aquel convenio no ayudó a todos los moradores, ya que no todos se integraron al proyecto por varios motivos personales, tal cual lo manifestó una vecina del sector durante las visitas de campo realizadas por parte de los investigadores.

En cuanto al patrimonio inmaterial, representado por expresiones musicales, artísticas, folklóricas y danzas típicas, se puede notar una pérdida progresiva de aquellas expresiones representativas del barrio. La misma situación atraviesan las artesanías elaboradas en hierro, las cuales podrían desaparecer en un tiempo considerable, según palabras de algunos artesanos entrevistados. Esto se debe a que las nuevas generaciones de las familias artesanas han perdido el interés en aprender esta actividad, ya que es una profesión poco rentable a nivel económico. En este contexto, existe una gran competencia de artículos elaborados en hierro, los cuales son elaborados por fábricas y a gran escala, abaratando los costos de producción; todo lo contrario a las artesanías elaboradas por los herreros del sector, quienes pueden demorar hasta 3 días en elaborar un artículo. Aquello implica que su mano de obra sea más costosa y sus costos de producción mucho más altos en comparación a las compañías industriales. Además, dichos artesanos mencionaron no tener el respaldo necesario por parte de los entes de control o alguna entidad gubernamental para promover la continuidad de este oficio.

No sucede lo mismo con la gastronomía, pues esta actividad ha ganado mucha relevancia en los últimos años dentro del barrio, lo cual ha creado una imagen gastronómica dentro de la localidad. Por ello, los visitantes que recorren la calle de Las Herrerías, son personas que conocen o asocian a esta calle como un sitio ideal para degustar de comida tradicional. Estas visitas, no necesariamente son de turistas, lo cual crea confusión entre los habitantes del barrio, quienes afirmaron en las entrevistas, que la mayoría de estos visitantes eran turistas y por ello clasificaban al barrio como una zona de interés turístico; sin antes haber realizado un estudio previo de demanda turística en la zona.

Como segundo punto se analiza el factor 2: Infraestructura, la cual tiene algunas limitantes. La calidad ambiental del paisaje urbano del territorio, tiene niveles aceptables de saturación visual y contaminación en espacios públicos por basura. Actualmente y debido a la pandemia de COVID-19, los moradores entrevistados han manifestado que la

afluencia de visitantes ha disminuido y con ello la aglomeración de carros que causaban problemas de tráfico. Llegar hasta la calle de las Herrerías es factible a través de transporte privado y transporte público (taxis, buses); no tanto así, con buses turísticos, debido al poco espacio disponible para el paso de vehículos grandes y también por la falta de lugares de parqueo para los mismos, lo cual genera que los visitantes que llegan por estos medios de transporte deban movilizarse a pie.

En temas de conectividad se observa que los servicios de comunicación son limitados y pueden considerarse deficientes, ya que en la zona de influencia existe solamente un local de internet y no dispone de cabinas telefónicas. También es necesario mencionar que no existe de servicio de Wifi gratuito o público, lo cual genera problemas e inconformidades entre los visitantes, ya que las herramientas tecnológicas son estrictamente necesarias en el contexto social actual. También se detectó que la señalización presente en la zona, no es suficiente ni adecuada; pues existen señales de tránsito preventivas y restrictivas, pero a día de hoy se encuentran en mal estado. Así también, existen deficiencias en cuanto a señalética turística, pues los visitantes no pueden identificar oportunamente los talleres de los artesanos que se encuentran cerca de la zona de influencia

Debido a todas las falencias que presenta la infraestructura del barrio, se dificulta el correcto desarrollo de la actividad turística y por ello el barrio es parte del recorrido del city tour de la ciudad de Cuenca, pero de manera complementaria. Con ello, es importante aclarar que el recorrido del city tour no contempla el ingreso al barrio, tan solo pasa muy de cerca por la zona, mientras el guía realiza una breve explicación del sitio.

Cómo tercer punto, se analiza el factor 3: Equipamiento e Instalaciones Turísticas. En este apartado se pueden notar serios problemas para el desarrollo de la actividad turística, debido a que los servicios de alimentación no cuentan con condiciones de calidad. Es necesario recalcar que tan solo un local cuenta con certificaciones otorgadas por el Ministerio de Turismo y envía a sus empleados a capacitaciones regulares. Inclusive en época de pandemia, este local fue el primero en obtener los permisos de reapertura, de todos los locales gastronómicos existentes la zona.

Del mismo modo, los servicios de hospedaje existentes en el barrio, no cuentan con certificaciones de calidad y su personal no está capacitado para recibir turistas; a pesar de

que los cinco establecimientos que brindan este servicio, están inventariados en el catastro del Ministerio de Turismo. Es importante recalcar que para la presente investigación, los servicios de hospedaje no brindaron ninguna información. Los investigadores realizaron un acercamiento con 3 hostales y ninguno brindó la apertura, ni siquiera para explicar el objetivo de la investigación. No obstante, en base a nuestra observación, se pudo detectar que los establecimientos de alojamiento en la zona alquilan sus habitaciones a familiares de personas internadas en el hospital u operan como establecimientos no turísticos (moteles).

El barrio tampoco cuenta con servicios de información turística, a pesar de tener un museo importante dentro de la zona de influencia, el cual tiene horarios poco flexibles y no funciona los fines de semana. También se puede mencionar el problema que causa el no disponer de lugares adecuados para el parqueo de transporte turístico, lo que da como resultado el tráfico vehicular y la aparición de guardias informales. Lastimosamente, todas estas carencias descritas en la variable de aptitud ocasionan una gestión turística deficiente y limitan el desarrollo turístico en el barrio.

En relación a la variable de capacidad, existen varias observaciones. En primer lugar, los servicios de guianza en el barrio son limitados y las personas que realizan estos recorridos están capacitadas en turismo, pero no cuentan con licencias respectivas. En segundo lugar, algunos de los entrevistados mencionaron que ellos podrían realizar la guianza a turistas en caso de ser necesario, pero no cuentan con capacitaciones para poder desarrollar esta actividad adecuadamente. Por lo tanto, la actividad turística no podría desarrollarse en condiciones óptimas, cuando existen actividades que no se realizan dentro del marco de la legalidad.

En cuanto, al tema de la articulación, se observó que sí existe dicha articulación entre 2 o más actores, lo cual sería factible para el desarrollo de la actividad turística en el área. No obstante, la planificación turística todavía es deficiente, a pesar de existir estrategias de planificación previas por parte de los organismos públicos. En este contexto, los moradores aseguraron no sentirse involucrados en las acciones de planificación del barrio; tal es el caso de algunos herreros que no registran visitas turísticas, sino únicamente de personas locales que ya conocen su trabajo. Estas personas comentaron también que los organismos reguladores de turismo plantean rutas turísticas, pero no los

toman en cuenta para estos recorridos, que además son un complemento de otras rutas turísticas.

Cabe mencionar que los investigadores percibieron la unión que existe en el barrio para el desarrollo de actividades puntuales, tales como: reuniones barriales, festividades, seguridad y patrullaje, entre otras. Dicha unión ha tenido mejores resultados con la llegada del actual párroco, el padre Marcelo López, quién tiene gran cogida en el barrio y a nivel local, debido a sus sermones y prédicas cautivadoras. Pero también se pudo notar que, en temas políticos, el barrio está dividido en dos grupos de poder, quienes han aprendido a convivir y dirigir el barrio. Cada grupo asume la dirigencia del barrio una vez finalizado el periodo de mandato del grupo anterior. De tal manera, se ha podido observar que, en cuanto a turismo, las acciones todavía no se encuentran consolidadas y los pobladores no han encontrado los mecanismos adecuados para integrarse y trabajar en equipo para alcanzar objetivos comunes, puesto que no existe un trabajo continuo de los planes de trabajo planteados por las dirigencias.

Finalmente, se puede observar que el barrio únicamente motiva visitas de corrientes turísticas locales. Aunque el barrio es fácilmente identificable en el mapa turístico de la ciudad, todavía no se encuentra georreferenciado en plataformas tecnológicas, ni tampoco existe suficiente información en los portales web.

7. Conclusión:

De acuerdo al análisis realizado en la presente investigación y después de haber aplicado la matriz para medir la vocación turística planteada por López et al. (2017) en el Barrio El Vergel-Las Herrerías, se han obtenido una serie de conclusiones referentes a los resultados del estudio. El barrio posee mediana vocación turística (Tipo II); no obstante, es necesario que la población trabaje en aspectos de planificación, gestión, integración, capacitación, entre otros; con el afán de mejorar sus indicadores de cara al turismo y consolidar la vocación turística de la zona en un futuro próximo. Para ello, es necesario realizar un trabajo mancomunado entre todos los actores del Barrio y conocer la importancia de articular los esfuerzos para aprovechar los beneficios del turismo, entendiendo y viviéndolo como un medio para el desarrollo económico. Por lo tanto, los

resultados de la matriz de vocación turística se configuran como un marco que ayudará a la toma de decisiones por parte de las autoridades locales y barriales. Tales decisiones permitirán alcanzar objetivos comunes y beneficios equitativos para los residentes del barrio.

Otra de las conclusiones que plantean los investigadores es el desarrollo del turismo como una actividad que integre a todos los actores interesados en participar en actividades turísticas. En este contexto, no basta únicamente con incentivar la visita de turistas al barrio, como lo plantean los residentes locales, sino que se debe dar las pautas, los medios y las facilidades necesarias para que el turismo pueda desarrollarse en óptimas condiciones.

Es necesario habilitar los bienes culturales conservados para que los turistas puedan visitarlos continuamente, ya que algunos de ellos no están disponibles para la visitación turística, tal es el caso de la iglesia del Vergel. También es importante generar incentivos para que las actuales generaciones retomen la práctica de expresiones artísticas y folclóricas que se están perdiendo progresivamente en el barrio.

Para resolver los problemas de movilidad y conectividad, se debería implementar una estación de medios de transporte alternativo (Bici-pública) con el propósito de motivar la movilidad sostenible en el barrio. También es importante promover visitas hacia los atractivos naturales que se encuentran cercanos a la zona de influencia, de esta manera es posible desconcentrar el tráfico turístico que se produce en puntos determinados del barrio. Además, se podría incentivar la creación de nuevos emprendimientos que ayuden a mejorar la conectividad y comunicación del barrio.

En cuanto a infraestructura, es recomendable gestionar convenios con entidades públicas y privadas para implementar y mejorar la señalética informativa y turística del barrio. De esta manera, los visitantes tendrán la posibilidad de localizar fácilmente los espacios más representativos del territorio y aprovechar de mejor manera los recorridos turísticos.

Es necesario incentivar a los servidores turísticos para que asistan a las capacitaciones ofertadas por las entidades reguladoras y puedan acceder a certificaciones de calidad. También podrían capacitarse en TIC's para que puedan implementar herramientas

tecnológicas en sus locales. Es importante también que los propietarios de los negocios locales accedan a registrarse en el Ministerio de Turismo, con la finalidad de que las entidades públicas tengan mayor información sobre la cantidad de emprendimientos turísticos existentes en el barrio y puedan tomar mejores decisiones respecto a la gestión turística.

Se recomienda también, mantener comunicación con los propietarios de los servicios de hospedaje para que se vinculen al barrio y sean partícipes de las actividades que se realizan y acudan a las capacitaciones ofertadas por los organismos de control.

También se podría solicitar a la Fundación de Turismo para Cuenca, que a través de un convenio se implemente una oficina de información turística junto al Museo de las Artes de Fuego. Adicionalmente, se debería analizar la posibilidad de crear un parqueadero exclusivo para los vehículos de transportación turística, sin afectar la visibilidad y armonía del barrio.

Se debe incentivar a las presentes y futuras generaciones sobre la importancia de la artesanía (forja en hierro), para evitar que esta actividad desaparezca en el territorio. En este contexto, la promoción de la artesanía y la restauración debería estar ligada a la imagen turística del barrio, con el propósito de generar productos e itinerarios turísticos con temáticas que representen al contexto social de la zona.

Además, los investigadores plantean fomentar la integración entre actores a través de charlas, eventos, mesas redondas, etc; en donde cada una de las partes den a conocer su punto de vista, de acuerdo al tema específico en cada uno de estos eventos. Es importante tener como prioridad el desarrollo económico, social, cultural, ambiental y turístico del barrio.

En cuanto a visitación turística, es importante que el barrio motive las visitas a través de eventos y actividades culturales: ferias, conferencias, conciertos, obras de teatro, etc. Estas actividades deberían desarrollarse al menos vez al mes y formar parte de la agenda cultural que se promocióne en la ciudad. No basta con crear actividades únicamente en épocas festivas, sino que es importante dinamizar la actividad cultural del barrio durante todo el año.

Se recomienda levantar información estadísticas sobre las personas que visitan el barrio. Esta información puede servir para conocer el perfil de las personas que visitan el barrio y enfocar campañas de marketing y publicidad específicas para estos perfiles de visitantes. Además de realizar una planificación turística en el barrio, integrando a todos los actores.

Para finalizar, el barrio posee un gran potencial turístico, tanto por sus manifestaciones culturales como por su ubicación geográfica cercana al centro de la ciudad. No obstante, es necesario que los pobladores y los gestores turísticos entiendan que la actividad turística es un proceso que genera resultados a largo plazo, por lo que no puede considerarse como una solución inmediata a los problemas económicos por los que atraviesan sus habitantes. Es imprescindible reflexionar sobre el modelo turístico que las personas desean para su territorio, no basta con ambicionar el desarrollo turístico sin antes haber trabajado en las bases de su planificación. Otro aspecto relevante es la equidad que persigue el turismo en un territorio, por lo que no se puede hablar de igualdad ni desarrollo cuando se pretende que estas actividades beneficien a grupos específicos del barrio. En este caso, los residentes deben entender que el turismo funciona cuando existe integración, preparación y gestión conjunta por parte de todos los actores. Todo ello con el propósito de alcanzar metas en común que favorezcan a todos los involucrados con esta actividad.

Es importante notar que el barrio tiene algunos problemas, los cuales han sido descritos en párrafos anteriores, dichos problemas se pueden solventar si existe una mejor planificación, lo cual, podría ayudar a consolidar la vocación turística del barrio y también podría ser determinante para ayudar a crear productos turísticos que vinculen al barrio con otros territorios de la ciudad.

8. Bibliografía:

- Acosta, J., Suango, V., Proaño, J., & Zambrano, J. (2016). Determinación De La Capacidad De Acogida Por Medio De La Zonificación Paisajística Para El Ecuador Continental. *ECUADOR ES CALIDAD: Revista Científica Ecuatoriana*, 4(1).
<https://doi.org/10.36331/revista.v4i1.24>
- Almirón, A., Bertoncetto, R., & Troncoso, C. (2016). Turismo, patrimonio y territorio: Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 15(2), 101–120.
- Álvarez-Sousa, A. (2005). La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras: aspectos teórico-metodológicos. *Política y Sociedad (Madrid)*, 42(1), 57–84.
<https://doi.org/10.5209/POSO.24144>
- Andrade, E., De Niz, E., Benitez, M., Olguin, J., Guevara, R., Meza, D., & Villalvazo, V. (2019). Identificación de áreas aptas para la agricultura de temporal con maíz y frijol en la Cuenca de Autlán , Jalisco , México agricultura de temporal con maíz y frijol en la Cuenca de Autlán , Jalisco , México. *Revista Geográfica de América Central*, 1.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15359/rgac.62-1.1>
- Angulo-Rincón, R. (2017). Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional: una visión integral. *Informes Psicológicos*, 17(1), 53–70. <https://doi.org/10.18566/infpsic.v17n1a03>
- Arteaga, D. (2000). *Artesano en la Cuenca Colonial.pdf* (p. 14). p. 14.
- Bayliss, D. (2016). The rise of the creative city: Culture and creativity in Copenhagen. *European Planning Studies*, 15(7), 889–903. <https://doi.org/10.1080/09654310701356183>
- Bertoncetto, R. V., & Iuso, R. (2016). Turismo urbano en contexto metropolitano : Tigre como destino turístico en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía.*, 25, 107–125.
<https://doi.org/10.15446/rcdg.v25n2.56905>.
- Briceño, M. (2018). *Paisaje urbano y espacio público como expresión de la vida cotidiana.*
<https://doi.org/10.14718/RevArq.2018.20.2.1562>
- Briceño, M., Contreras, W., & Owen, M. (2012). Atributos ecoestéticos del paisaje urbano. *Revista Luna Azul*, 26–49.
- Cano, J., & Godoy, C. (2020). Alternativas pedagógicas desde el territorio : praxis colectiva entre Universidad y Enseñanza Media en la periferia de Montevideo. *Dialnet*, 81, 337–356. <https://doi.org/https://doi.org/10.17227/rce.num81-11074>
- Cohen, C., Benseny, G., & Lan, D. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: recursos territoriales y atractivos turísticos. *Lan, Diana, (Ed.), Geografías En Diálogo. Aportes Para La Reflexión (Pp. 35-41). Tandil: Universidad Nacional Del Centro de La Provincia de Buenos Aires. ISBN 978-950-658-405-4 , 1, 35–41.* Retrieved

- from <http://nulan.mdp.edu.ar/2676/>
- Cohen, S. A., & Hopkins, D. (2019). Autonomous vehicles and the future of urban tourism. *Annals of Tourism Research*, 74(September 2018), 33–42.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.10.009>
- Consejo de Europa. (2000). Convenio europeo del paisaje. *Florenca[Links]*, 8.
- Costamagna, P., & Pérez, S. (2015). *Enfoque, estrategias e información para el Desarrollo Territorial. Los aprendizajes desde ConectaDel.*
- Crespi, M., & Mascarilla, Ó. (2018). La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *Eure*, 44(133), 51–70.
<https://doi.org/10.4067/s0250-71612018000300051>
- Debbie, H., & Schwanen, T. (2018). Experimentation with vehicle automation. *Transitions in Energy Efficiency and Demand*, 72–93. <https://doi.org/10.4324/9781351127264>
- Díaz-Andreu, M. (2014). Turismo y Arqueología. Una mirada histórica a una relación silenciada. *Anales de Antropología*, 48-II, 10.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0185-1225\(14\)70242-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0185-1225(14)70242-5)
- Entorno Turístico. (2016). ¿Qué es la Capacidad de Carga Turística?
- Flama Charrúa. (n.d.). Barrios Temáticos.
- Franch-Pardo, I., & Cancer-Pomar, L. (2017). El componente visual en la cartografía del paisaje. Aptitud paisajística para la protección en la cuenca del río Chiquito (Morelia, Michoacán). *Investigaciones Geograficas*, 2017(93), 42–60.
<https://doi.org/10.14350/rig.54730>
- García, M., & De la Calle, M. (2012). Capacidad de carga en grandes recursos turístico-culturales. *Anales de Geografía de La Universidad Complutense*, 32(2), 253–274.
https://doi.org/10.5209/rev_aguc.2012.v32.n2.39720
- Gómez, C., Amaya, C., & Mundo, R. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. *Teoría y Praxis*, 9(Especial, Marzo 2014), 75–100. <https://doi.org/10.22403/uqroomx/typne2014/03>
- González, M., Téllez, F., Cano, N., Vivas, A., & Gamboa, R. (2017). Detección de la Vocación Turística y Perfil Empresarial de los Habitantes de la Costa Yucateca que prestan Servicios de Turismo. *Revista de Desarrollo Económico*, 4(13), 27–37.
- Grandal, B. (2015). Del territorio al paisaje: por una interpretación orientada a la acción. *Urbano*, 18(32), 4–5.
- Ibanez, R. (2016). Capacidad de carga turística como base para el manejo sustentable de actividades ecoturísticas en Unidades de Manejo Ambiental (UMA) de Baja California Sur (BCS). *El Periplo Sustentable*, unknown(30), 37–76.
<https://doi.org/10.21854/eps.v0i30.3534>
- Ivars-Baidal, J., Solsona-Monzonís, F. J., & Giner-Sánchez, D. (2016). *Gestión turística y*

- tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes* *. 62, 327–346. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.285>
- Jordán, J., Pérez, V., & De las Rivas, J. (2020). Paisaje Urbano Histórico: aprendiendo de una ciudad paisaje, Segovia. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 46, 87–110.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en Investigación cualitativa*.
- La Tarde. (2019). La Tarde Diario Vespertino [Cuenca – Ecuador] – Las Herrerías: historia, tradición y cambio.
- Lastra-Bravo, X., Yáñez-Ayavaca, A., Garzón-Cruzarte, A., & Salceso-Tandayamo, K. (2020). IDENTIFICACIÓN DE PERIODOS CLAVE DE LA EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN MINDO DESDE LA PERCEPCIÓN DE LOS ACTORES LOCALES Y LAS ESTADÍSTICAS EXISTENTES. *Revista Científica de Ciencias Sociales y Humanas*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33324/uv.vi76.261>
- Linares, H., & Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico local. Su comportamiento complejo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453–466. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/881/88130205003.pdf>
- López, L., Gómez, J., Sepúlveda, W., & Ochoa, A. (2017). Propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad. Estudio de caso en las ciudades de Medellín y Bogotá, Colombia (Methodological proposal to measure and evaluate the tourist vocation within a city. Case st. *Estudios Socioterritoriales: Revista de Geografía*, 2017(21), 71–89.
- Maderuelo, J. (2019). Paisaje de banales-El Paisaje. Génesis de un concepto. *Revista Proyecto, Progreso y Arquitectura*, 21. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.12795/ppa>
- Mantero, J. C., Barbini, B., Benseny, G., Catelluci, D., Dosso, R., & Varizco, C. (2019). Turismo y territorio. Del diagnóstico a la proposición del desarrollo turístico a proposito de la provincia de Buenos Aires. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53).
- Martinez, G. (2017). Percepción del proceso de planificación estratégica como instrumento de la política turística a escala regional. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 2017(75), 471–496. <https://doi.org/10.21138/bage.2509>
- Mata Olmo, R. (2018). The Landscape, Heritage and Resource for the Sostenible Territorial Development. Knowledge and Public Action. *Arbor*, CLXXXIV(729). <https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i729.168>
- Menchero-Sánchez, M. (2018). Colombia en posconflicto : ¿ turismo para la paz o paz para el turismo ? *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades.*, 39.
- Moscoso, F. V. (2015). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. *Instituto de Investigaciones En Turismo*, 1–18.
- Nassauer, J. I. (2012). Landscape as medium and method for synthesis in urban ecological design. *Landscape and Urban Planning*, 106(3), 221–229. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2012.03.014>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35). <https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Organización Mundial del Turismo. (n.d.). Glosario de términos de turismo | OMT. Retrieved April 18, 2020, from <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Picornell, C. (2015). Los impactos del turismo. *Paper de Turisme*, (12). <https://doi.org/10.5944/etfvi.12.1999.2572>
- Pinheiro, S., Pesa, J., & Sonaglio, K. (2020). Análisis Del Comportamiento Resiliente De Los Gestores De Turismo. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 29(2), 331–348.
- Pintó, J. (2017). El concepto de paisaje y su aplicación en el planeamiento territorial y ambiental. *Univertat de Girona*, (January 2009).
- Quintero Pérez, G. I. (2020). Hacia un enfoque social de los territorios inteligentes: una primera aproximación. *Territorios*, (42), 1. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.7487>
- Ricci, M., & Stassi, H. (2015). Indicadores de sostenibilidad en la gestión de turismo urbano de la ciudad de. *Reserchgate*, (September 2011).
- Rosas, M. C. (2018). Ciudades creativas.
- Saarinen, J., Rogerson, C. M., & Hall, C. M. (2017). Geographies of tourism development and planning. *Tourism Geographies*, 19(3), 307–317. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1307442>
- Sánchez Suárez, A. (2020). Paisaje cultural efímero. El patrimonio vernáculo maya en su relación con el territorio. *Arquitecturas Del Sur*, 38(57), 74–89. <https://doi.org/10.22320/07196466.2020.38.057.04>
- Santos, E., Fernández, A., & Muñoz, O. (2016). La incorporación del paisaje a la planificación turística. análisis de la estrategia de turismo sostenible de andalucía. *Cuadernos de Turismo*, (37), 175–202. <https://doi.org/10.6018/turismo.37.256201>
- Seguí Llinas, M., & Servera, J. (2015). La vocación Turística del Territorio. In D. Barrado & J. Calabuig (Eds.), *Geografía Mundial del Turismo* (pp. 61–87). Madrid: Síntesis.
- Sekkal, A. (2019). Territorialización de la política pública y gobernanza. *Flacsoandes*, 7, 182.
- Serrano, R., Gastón, J., Cruz, G., & Madrigal, D. (2014). Región Mazahua Mexiquense: Una visión desde Sistemas Complejos para la evaluación Multicriterio-Multiobjetivo. *Gestión Turística*, (Universidad Austral de Chile), 95–125.
- Sigüenza, L. (2014). Indicadores de vocación turística para empresas y destinos. *Encuentro Nacional e INternacional de Observatorios Turísticos*, II.
- Solórzano Gil, M. (2015). Ciudades creativas y patrimonio cultural: nuevos escenarios para la conservación del patrimonio en México. *Departamento Del Hábitat y Desarrollo Urban*, 159–179. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/11117/3796>
- Téllez, A. (2015). Barrios temáticos y Artefactos Universitarios, reflexiones en torno a la arquitectura para el barrio Universitario de Santiago. *Revista 180 Arquitectura-Arte-Diseño*, 15, 4–5.
- Terzibasoglu, E. (2015). *Reinventar el turismo urbano*. 151, 10–17. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Toselli, C. (2015). Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. *Turydes*.
- Ulloa, C. (2008). La vida en Las Herrerías. *Revista Artesanías de América*, 65, 199;214.
- Valencia, J. (2018). *Gestión de territorios con vocación turística en el desrrollo microrregional*.

Universidad de Cuenca.

Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577–594.

Villatoro, F. (2018). El territorio como sistema complejo. *Estudios Centroamericanos*, 72(June).

9. Anexos:

Anexo 1: Matriz para la Medición y Valoración de Vocación Turística

VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL

BARRIO EL VERGEL					
VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL					
Factor 1: Recursos y Atractivos Turísticos					
CRITERIO	DEFINICION	ESCALA DE VALORACIÓN	VERIFICACIÓN	CALIFICACION	JUSTIFICACION
Patrimonio material	Presencia de bienes culturales muebles e inmuebles que complementan la oferta turística en un área urbana	0. Carencia de bienes culturales muebles e inmuebles 1. Bienes culturales con fuerte deterioro o inhabilitados para recibir turistas 2. Bienes culturales conservados con atención continua para recibir turistas	Bienes de interés cultural (INPC, AREAS HISTÓRICAS MUNICIPIO), Observación directa, Comunidad y actores sociales. RED DE MUSEOS, CURIA.	1	Casas coloniales patrimoniales fueron restauradas.
Patrimonio Inmaterial	Presencia de tradiciones y expresiones orales, rituales, actos festivos, de carácter social y religioso, expresiones artísticas Además eventos culturales y otras manifestaciones que complementan la oferta turística en una área urbana.	0. Inexistencia de expresiones artísticas y/o folklóricas 1. Pérdida progresiva de expresiones musicales, danzas típicas y gastronomía, así como artesanías. 2. Expresiones artísticas y folclóricas intactas, auténticas o rescatadas	Bienes de interés cultural (INPC, AREAS HISTÓRICAS MUNICIPIO), Observación directa, Comunidad y actores sociales. RED DE MUSEOS, CURIA.	1	pérdida paulatina de tradiciones, aunque su fuerte es la parte gastronómica. Se observa pérdida de la actividad tradicional como es la Herrería.
Sitios Naturales	Contemplan las áreas geográficas naturales que poseen recursos con potencial turístico, con interés a nivel nacional e internacional.	0. Ausencia de recursos naturales como complemento a la actividad turística. 1. Recursos naturales altamente impactados por actividades antrópicas. 2. Recursos naturales conservados y aptos para la visita de turistas	Observación directa, Ministerio del Ambiente y CGA. ETAPA, PREFECTURA DEL AZUAY.	1	Falta de atractivos naturales en la zona de influencia (calle de las Herrerías)

BARRIO EL VERGEL					
VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL					
Factor 2: Infraestructura					
CRITERIO	DEFINICION	ESCALA DE VALORACIÓN	VERIFICACIÓN	CALIFICACION	JUSTIFICACION
Accesibilidad a través de medios de transporte público convencional (bus, tranvía, taxi, bicicleta)	Sistema público de transporte terrestre de pasajeros en medios convencionales como bus, tranvía o taxis	0.Sin acceso	Presencia de paraderos en la ciudad (buses y taxis). Dirección Municipal de tránsito.	1	se puede acceder a este sitio por medios de transporte particular (Carros, bicicleta, moto), bus turístico. No está permitido el acceso a buses de transporte urbano, el Tranvía no circula por esta zona.
		1. Con acceso restringido y se requiere desplazamiento a pie.			
		2. Accesibilidad plena a través de medios masivos de transporte.			
Servicios de comunicaciones	Presencia de centros de internet y cabinas telefónicas (ciber, café net)	0. Falta de un mínimo de servicios de comunicación	Observación directa, comunidad. Avalúos y Catastros. Dirección de áreas históricas y Control Urbano.	1	Existe la presencia de 1 local de internet en la zona que está habilitado. La afluencia de vecinos es alta a este local. Los establecimientos de restauración poseen internet wifi, pero no son de libre acceso.
		1. Oficinas y centros con cobertura limitada y deficiencias operativas			
	2. Oficinas y centros con amplia cobertura, así como operatividad funcional y eficiente.				
	Cobertura y conectividad Wifi gratuita.	0. Sin acceso.	Cobertura Wifi público Alcaldía (ETAPA)	1	No existe este servicio
		1. Acceso limitado o restringido.			
		2. Conectividad eficiente y gratuita.			
Calidad ambiental del paisaje urbano	Presencia de Prácticas sostenibles en el espacio urbano. Saturación visual y ruido.	0. Alto nivel de saturación visual por desorden vial y contaminación en espacio público por disposición de basuras	Observación directa, comunidad, ETAPA, Áreas históricos. CGA Y EMAC.	1	Los niveles de desorden vial y saturación visual post- pandemia han disminuido, no existe mayor inconveniente con basura en la calle.
		1. Niveles aceptables de saturación visual por desorden vial y contaminación en espacio público por disposición de basuras			
		2. buenas Condiciones de calidad del entorno sin saturación visual			
Señalización urbana	Presencia de señalética de tipo urbano que permita la ubicación de los visitantes en la zona.	0. Ausencia de señalización	Observación directa, EMOV. Dirección Municipal de Transito.	1	Existe deficiencia en la señalética existente.
		1. Existencia de señalamientos insuficientes			

		2. Amplia disponibilidad de señalización informativa, preventiva y restrictiva			
--	--	--	--	--	--

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

BARRIO EL VERGEL					
VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL					
Factor 3: Equipamiento e Instalaciones turísticas					
CRITERIO	DEFINICION	ESCALA DE VALORACIÓN	VERIFICACIÓN	CALIFICACION	JUSTIFICACION
Servicios de alimentación	Establecimientos que cuenten con la oferta de gastronomía típica, y que se encuentren en el catastro del MINTUR.	0. Ausencia de restaurantes típicos o establecimientos de antojo tradicionales	Observación directa, comunidad, MINTUR.	1	Los establecimientos se manejan de forma empírica, no cumplen con lineamientos de calidad. Existe 1 solo local que está afiliado a la cámara de turismo.
		1. Restaurantes y establecimientos convencionales dirigidos a los turistas y público en general con mínimas condiciones de calidad			
		2. Restaurantes y establecimientos típicos que cuenten con la certificación de Q calidad.			
Servicios de hospedaje	Establecimientos que presten el servicio de hospedaje, que se encuentren acreditados en catastro del MINTUR.	0. Ausencia de establecimientos de hospedaje.	MINTUR, FMTPC, UNIVERSIDADES, SERVIDORES TURISTICOS, (AHOTEC, BARES Y RESTAURANTES, CAMARA DE TURISMO, COLEGIO DE PROFESIONALES DE TURISMO, ASOCIACION DE GUÍAS)	1	Existen solamente 3 locales que se encuentran catastrados en el MINTUR , los cuales no cumplen con normas de calidad.
		1. Existencia de establecimientos de hospedaje, con personal sin formación en hospitalidad acreditados por el MINTUR.			
		2. Establecimientos de hospedaje que cuenten con certificación de la Q de calidad, con personal con formación en hospitalidad.			
Señalización turística	Simbología e información gráfica dirigida a la orientación de los visitantes de apoyo a los servicios	0. Falta de señalización turística	Observación directa, MINTUR, FMTPC.	1	Existen señalización deficiente en la zona, solamente existe 1 letrero en la plaza del Herrero.
		1. Insuficiente señalización			

	turísticos según el manual de señalización MINTUR.	2. Señalización turística clara y confiable			
Servicio de información turística	Puntos de información turística que contribuya a la orientación y satisfacción del visitante	0. Carencia de oficinas de información turística 1. Reducidas oficinas de información turística, con deficiente material informativo. 2. Disponibilidad de oficinas de información en cantidad suficiente.	FMTC, Gremios (AHOTEC, CAMARA DE TURISMO, RED DE MUSEOS)	0	No existe este servicio en el área de estudio.
Acceso y espacios de paraderos de buses turísticos	Espacios delimitados como zonas aptas de parqueo que permitan el descenso y ascenso de pasajeros cómodamente	0. Falta de paraderos para transporte turístico especial 1. Limitados paraderos para transporte turístico especial 2. Amplios espacios como paraderos para transporte turístico especial	Parqueaderos turísticos. EMOV. DIRECCIÓN MUNICIPAL DE TRANSITO.	1	No existen áreas delimitadas para parqueaderos de buses.

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

VARIABLE DOS: CAPACIDAD

BARRIO EL VERGEL					
VARIABLE DOS: CAPACIDAD					
CRITERIO	DEFINICION	ESCALA DE VALORACIÓN	VERIFICACIÓN	CALIFICACION	JUSTIFICACION
Guías con licencia	Se refiere a la presencia de personal capacitado y cualificado para dirigir los recorridos dentro de la zona.	0. Sin presencia de personal para realizar recorridos guiados en la zona. 1. Presencia de personal para realizar recorridos con formación profesional en turismo y sin licencia. 2. Presencia de personal para realizar recorridos con formación y licencia.	MINTUR FMTPC (Free walking tour) CGA (Licencia de guía AP), CGA, MAE.	1	Existen personas capacitadas con licencia de guía que realizan los recorridos turísticos dentro del territorio. Estas personas son: Andrés León, Marcelo Cornejo, Sebastián Cárdenas.
Grado de planificación turística	Acciones de planificación turística realizadas por el organismo de turismo local como un proceso vinculado estrechamente con la ordenación del territorio	0. Ausencia de acciones de planificación desde el organismo de turismo local, área. 1. Acciones de planificación desde el organismo de turismo local que de forma indirecta benefician el área.	PDOT. FMTPC. PLAN DE TURISMO PARA CUENCA 2020. PLAN DE PROMOCIÓN y MARKETING. SECRETARIA TÉCNICA DE PLANIFICACIÓN, AME.	1	Los actores entrevistados mencionaron que no existe apoyo por parte de las entidades públicas para el desarrollo del turismo.

		2. Acciones de planificación directas desde el organismo de turismo local que impactan el turismo en el área.			
Afluencia turística actual	Se refiere al uso de espacios públicos y privados con los que cuenta el área urbana.	0. Motiva corrientes turísticas locales.	Curia, ITUR (FMTPC), Pumapungo, operadores turísticos, observación directa. RED DE MUSEOS, OPERADORES TURISTICOS.	1	Si existe afluencia de turistas locales e internacionales. En el Museo de las Artes de Fuego "Casa del Chaguarchimbana" existen estadísticas sobre estos turistas.
		1. Motiva corrientes turísticas nacionales.			
		2. Motiva corrientes turísticas Internacionales.			
Publicidad y promoción	Acciones de publicidad y promoción del área urbana.	0. La zona no se encuentra georreferenciada en ninguna plataforma ni en el mapa turístico de la ciudad	Sitios Web Blogs de Viajeros, guías turísticas, sitios web oficial de la ciudad (FMTPC), IERSE.OPERADORES TURISTICOS.	1	La zona se encuentra delimitada en el mapa turístico de la ciudad, pero no existe información en plataformas de viajeros.
		1. Se identifica la zona en el mapa turístico de la ciudad, pero no se encuentra debidamente georreferenciada en diferentes plataformas,			
		2. Zona debidamente georreferenciada e identificada en el mapa turístico de la ciudad con información en plataformas de viajeros nacionales e internacionales			
Importancia turística actual	Se refiere a la inclusión del área en la oferta turística de ciudad como parte de los recorridos que ofrecen las agencias operadoras.	0. No figura como sitio de visita en los recorridos de ciudad ofrecidos por las agencias operadoras.	Tour operadores, Mapas, Guías turísticas, MITUR, FMTPC.	1	Es parte del recorrido "City tour" realizado por el bus turístico, pero lastimosamente no hay una parada en este sitio para recorrer el barrio.
		1. Complementa otros recursos como parte de los recorridos de ciudad.			
		2. Es el principal recurso a visitar y cuenta con ruta propia en los recorridos de ciudad ofrecidos por las agencias operadoras			
Articulación entre actores locales.	Se refiere a la coyuntura que debe existir entre los actores públicos y privados que articulan la actividad turística.	0. Limitada articulación entre los agentes y los roles que deben desempeñar para el desarrollo de la actividad turística en el área.	MINTUR, FMTPC, UNIVERSIDADES, SERVIDORES TURISTICOS, (AHOTEC, BARES Y RESTAURANTES, CAMARA DE TURISMO, COLEGIO DE PROFESIONALES DE TURISMO, ASOCIACION DE GUÍAS)	1	Los actores entrevistados mencionaron que falta apoyo por parte de los entes reguladores del turismo, aunque sí existe interés por parte de la Gobernación para reactivar económicamente (locales gastronómicos) al barrio.
		1. Articulación entre 2 o más agentes que permiten el desarrollo de la actividad turística en el área.			

		2. Articulación de todos los actores vinculados con el que hacer turístico.			
--	--	---	--	--	--

Fuente: López et al. (2017)

Adaptado: Cristina Campoverde/Juan Carlos Larco.

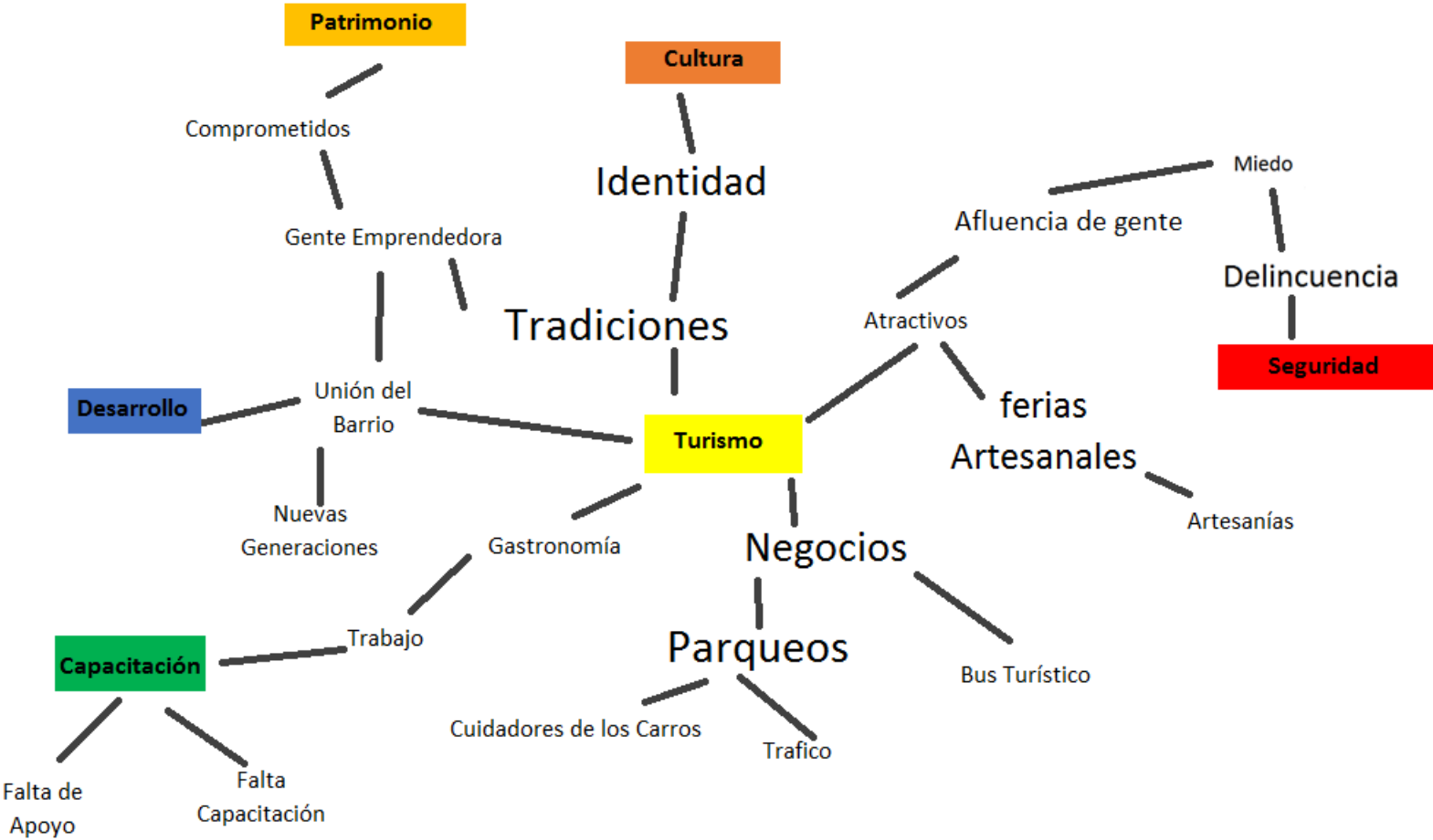
Anexo 2: Matriz para Codificación Abierta

BARRIO EL VERGEL			
Matriz de Codificación Abierta			
Seguridad	Trafico	Calle del Herrero	frentistas
Negocios	Parqueos	Plazoleta	arrendatarios
Organización	Quitán Espacios	Iglesia	Medio de Comunicación
Atractivo	Control Trafico	Gente Emprendedora	Comprometidos
Identidad	Atención	Influencia Fuerte	Ingles
Tradición	Unión del Barrio	ferias Artesanales	Dañado
Gastronomía	Fiestas de la Virgen	Afluencia de gente	Idiomas
Actividad Económica	Participativo	Falta de Apoyo	la calle es muy Solitaria
Artesanías	Reuniones	Trabajo	Falta Patrullaje
Capacitación Nula	Comisiones	Universidad	Cuidadores de los Carros
Oportunidad de Desarrollo	Bus Turístico	Se Siente Ofendida	Promoción
Turismo Covid	Beneficio	No le Interesa	Calor de Familia
Turismo	Miedo	Acabado	
Colaboración	Perderse	Delincuencia	Extranjeros no se quedan
Nuevas Generaciones	Reactivar	Representativa	



Anexo 3: Matriz para Codificación Axial

Codificación Axial					
Seguridad	Cultura	Capacitación	Turismo	Desarrollo	Patrimonio
Control Trafico	Tradiciones	Capacitación Nula	Turismo Covid	Colaboración	Calle del Herrero
Atención	Identidad	Falta Capacitación	Atractivos	Beneficio	Plazoleta
Trafico	Artesanías	Falta de Apoyo	Negocios	Unión del Barrio	Iglesia
Parqueos	Gastronomía	Universidad	Bus Turístico	Oportunidad de Desarrollo	Gente Emprendedora
Miedo	Fiestas de la Virgen	No le Interesa	Afluencia de gente	Perderse	Influencia Fuerte
Se Siente Ofendida	Representativa	Acabado	ferias Artesanales	Nuevas Generaciones	frentistas
Delincuencia		Ingles	Promoción	Reactivar	Comprometidos
Dañado		Idiomas	Extranjeros no se quedan	Trabajo	Promoción
la calle es muy Solitaria				arrendatarios	Calor de Familia
Falta Patrullaje				Medio de Comunicación	
Cuidadores de los Carros					

Anexo 4: Red Semántica de Análisis



Anexo 5: Registro Fotográfico

Fecha	Registro Fotográfico	Actividad
25/08/2020	 A photograph showing two women indoors. The woman on the left is wearing a black jacket, blue jeans, and a blue face mask, and has a black backpack. The woman on the right is wearing a patterned short-sleeved shirt, maroon pants, and a white face mask. They are standing in a room with a tiled floor and white walls.	Visitas de Observación de Campo al Barrio El Vergel-Las Herrerías. Visita al Barrio, recorrido de familiarización con la zona de influencia
10/09/2020	 A photograph of three people standing together indoors. From left to right: a woman in a black jacket, blue jeans, and a blue face mask; a woman in a black top, maroon pants, and a blue face mask; and a man in a black polo shirt, grey pants, a black face mask, and a white cap. They are standing in front of a wooden door.	Acercamiento con el Sr. Ubaldo Calle, Coordinador de la Comisión de Cultura del barrio.

15/09/2020



Visita y Primer acercamiento con los actores del Barrio.

18/09/2020



Visita para levantamiento de atractivos y servicios del barrio.

28/09/2020



Visita para levantamiento de atractivos y servicios del barrio.

02/10/2020



Visita y segundo acercamiento con actores pertenecientes a la actividad hotelera.

23/10/2020



Entrevista al Sr. Andrés Tacuri - Cafetería Isla Café.

23/10/2020



Entrevista a la Sra. Lucila Morocho - La forja de Lucy, Taller de Herrería.

23/10/2020

Entrevista al Lic. Francisco Varela- Propietario del café "Tablitas"

24/10/2020

Entrevista a la Sra. Jhoanna Pinargote - Herrera, oficial del Sr. Ubaldo Calle.



25/10/2020



Entrevista al Sr. Manuel Merchán-presidente del barrio (vía zoom)

25/10/2020



Entrevista al Lic. Sebastián Cordero- Propietario de la Cafetería Dolce y Rico.

27/10/2020



Entrevista al Sr. Ubaldo Calle-Herrero y Gestor Cultural del Barrio.

30/10/2020



Entrevista al Párroco del barrio, padre Marcelo López (vía zoom.)