



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Turismo

**OCIO, RECREACIÓN Y TURISMO: ANÁLISIS
DE LAS MOTIVACIONES DE LOS MISIONEROS
EVANGÉLICOS PROTESTANTES, CASO
CUENCA**

Autora:

Susana Solis Andrade

Director:

Jorge Amaya Ruiz

Cuenca – Ecuador

2023

DEDICATORIA

A mi amado Padre celestial, quien me ha permitido llegar hasta aquí y en su gracia ha puesto personas maravillosas que acompañan mi caminar y han sido de guía para mi profesión.

“Porque de él, y por él, y para él, son todas las cosas. A él sea la gloria por los siglos. Amén.”

Romanos 11:36

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mis padres y a mi familia por su apoyo incondicional durante mis estudios, a mi iglesia Manantial de Vida, a las iglesias bautistas de Cuenca que colaboraron en la elaboración del presente estudio, a mis colegas y amigos de la universidad que me acompañaron en esta travesía, y a mis profesores por sus enseñanzas enriquecedoras.

RESUMEN:

Las iglesias cristianas evangélicas protestantes estadounidenses invierten \$1,6 billones anuales en enviar misioneros de corto plazo al extranjero. Uno de los países receptores de estos grupos es Ecuador, sin embargo, se desconocen las preferencias de uso de tiempo libre de estas personas. La presente investigación desarrolla un estudio exploratorio cualitativo de corte transversal para: determinar cuáles son las motivaciones turísticas de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a la ciudad de Cuenca. Con base en la teoría *Push & Pull*, se realizaron entrevistas, grupos focales y se utilizó el software AtlasTi 23 para el análisis de información. Se puede concluir que las motivaciones principales de viaje (*Push*) tienen un componente espiritual y de servicio en la iglesia local. No obstante, las actividades de ocio y recreación que este grupo prefiere realizar en su tiempo libre, se relacionan con el turismo cultural y de naturaleza (*Pull*).

Palabras clave: iglesia cristiana evangélica protestante, misiones de corto plazo, motivaciones turísticas, oferta turística de Cuenca, teoría *Push & Pull*.

ABSTRACT:

Evangelical Protestant Christian churches in the United States invest \$1.6 billion annually in sending short-term missionaries abroad. One of the host countries of these groups is Ecuador, however, their free time preferences are unknown, so it is proposed through a qualitative exploratory cross-sectional study to determine the tourist motivations of evangelical protestant missionaries who come to the city of Cuenca. Based on *Push & Pull* theory, interviews were elaborated, focus groups were conducted and AtlasTi 23 software analysis was done. It can be concluded that the main travel motivations (*Push* factors) have a spiritual and service component in the local church. However, the leisure and recreation activities that this group prefers to do in their free time, is complemented by the natural, tangible and intangible cultural offer of the territory (*Pull* factors).

Keywords: Cuenca's tourist offer, evangelical Christian protestant church, *Push & Pull* theory, short-term missions, tourist motivations.

ÍNDICE

Índice de contenido

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN	III
ABSTRACT	III
CAPÍTULO 1	1
1. ANTECEDENTES Y REVISIÓN CONCEPTUAL.....	1
1.1 <i>Problematización y justificación</i>	1
1.2 <i>Objetivos</i>	2
1.3 <i>Marco Teórico</i>	3
1.3.1 <i>Ocio, recreación y turismo</i>	3
1.3.2 <i>Teoría Push & Pull</i>	5
1.3.2.1 <i>Motivaciones turísticas y segmentos de turismo desde la óptica Push & Pull</i>	7
1.3.3 <i>Religión y turismo</i>	9
CAPÍTULO 2	12
2. CARACTERIZACIÓN DE LOS MISIONEROS EVANGÉLICOS PROTESTANTES QUE LLEGAN A CUENCA.....	12
2.1 <i>Descripción de los misioneros evangélicos protestantes desde una perspectiva histórica</i>	12
2.1.2 <i>Antecedentes de los misioneros evangélicos protestantes en Ecuador</i>	14
2.2 <i>Descripción del área de estudio</i>	19
2.2.1 <i>Macro Localización</i>	19
2.2.2 <i>Micro Localización</i>	22
CAPÍTULO 3	24
3. METODOLOGÍA	24
3.1 <i>Propuesta metodológica</i>	24
3.2 <i>Participantes</i>	25
3.3 <i>Instrumentos</i>	27
3.4 <i>Procedimiento</i>	28
3.4.1 <i>Trabajo de campo</i>	28
3.4.2 <i>Construcción de los resultados</i>	28
3.5 <i>Limitantes</i>	29
CAPÍTULO 4	30
4. RESULTADOS.....	30
4.1 <i>Perfil Turístico de los misioneros evangélicos protestantes que vienen por corto plazo a Cuenca</i>	30
4.2 <i>Preferencias de uso de tiempo libre de los misioneros evangélicos protestantes que vienen en misiones de corto plazo a Cuenca</i>	37
4.3 <i>Relación entre las motivaciones de los misioneros evangélicos protestantes y sus preferencias de uso de tiempo libre con la oferta turística de Cuenca</i>	39
CAPÍTULO 5	42
5. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
5.1 <i>DISCUSIÓN</i>	42
5.2 <i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	43
REFERENCIAS	45

Índice de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1 Actividades de los misioneros evangélicos en la iglesia local.....	16
Tabla 2. Participantes de las entrevistas y grupos focales.....	26
Tabla 3: Ocupaciones de los STM.....	31

Figuras

Figura 1 Esquema de la Teoría Push & Pull y su relación con el turismo.....	6
Figura 2 Familia de misioneros Jones.....	15
Figura 3 Mapa de las Iglesias Bautistas en Cuenca.....	17
Figura 4 Mapa de la República del Ecuador.....	19
Figura 5 Denominaciones religiosas.....	20
Figura 6 Provincia del Azuay.....	21
Figura 7 Mapa Cantones Azuay.....	22
Figura 8 Propuesta metodológica.....	25
Figura 9 Edad de los STM.....	30
Figura 10 Factores Push.....	32
Figura 11 Motivaciones principales del viaje.....	33
Figura 12 Percepciones del viajero.....	35
Figura 13 Disposición de regresar al destino.....	36
Figura 14 Preferencias de uso de tiempo libre.....	37
Figura 15 Atractivos Turísticos de Cuenca.....	39
Figura 16 Red de análisis de las motivaciones turísticas de los STM con la oferta turística de Cuenca ...	41

Índice de anexos

ANEXOS.....	51
ANEXO 1. CONSENTIMIENTO DE INFORMACIÓN Y PREGUNTAS PROPUESTAS COMO INSTRUMENTO EVALUATIVO PARA LOS GRUPOS FOCALES PRESENCIALES Y VÍA ZOOM.....	51
ANEXO 2. FICHAS DE POTENCIALIDADES DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE CUENCA.....	56

CAPÍTULO 1

1. ANTECEDENTES Y REVISIÓN CONCEPTUAL

1.1 Problematicación y justificación

En el 2020, los cristianos evangélicos protestantes representaban el 23,2% de la población mundial y se estima que para el 2050 la cifra ascenderá al 26% según datos de “*World Christianity, 1900–2050*” (Johnson y Zurlo, 2020). Aunque la población cristiana evangélica protestante crece rápidamente a nivel mundial, muchos de los cambios más significativos se producen en América Latina y África. En América Latina, la rápida expansión del protestantismo se dio gracias a los misioneros evangélicos y tuvo gran acogida e impacto en la sociedad (Johnson y Zurlo, 2020). En Ecuador, aproximadamente el 11% de la población se considera cristiana evangélica (INEC, 2012) y la tasa de crecimiento anual de esta cifra es del 4,9% en comparación al 2,6% que es la tasa de crecimiento promedio a nivel global (Joshua Project, 2023).

Más de 300 misioneros estadounidenses llegan anualmente para servir por corto plazo con el proyecto misionero de *Pate Ministries* en la costa ecuatoriana. Alrededor de 200 misioneros llegaron a Ecuador con la organización *Reaching & Teaching* para servir por un corto plazo en las iglesias a nivel nacional en el periodo 2018-2023. En la ciudad de Cuenca, las iglesias cristianas evangélicas protestantes bautistas recibieron 50 misioneros de corto plazo en este último periodo.

Durante la estancia de los misioneros, se desconocen las preferencias del uso del tiempo libre de este creciente grupo, por lo cual la autora como practicante de la fe cristiana evangélica protestante y estudiante de turismo, se ve motivada a analizar cuáles son las motivaciones turísticas de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a Cuenca.

Esta ciudad se ha posicionado como un destino turístico de cultura y de naturaleza, tanto a nivel nacional, así como un destino predilecto entre los extranjeros, en especial los norteamericanos, para retirarse a pasar sus años de jubilación (Cárdenas, 2020). Por tanto, la ciudad es un territorio con potencial para el desarrollo de actividades de turismo que satisfagan las expectativas y necesidades de esparcimiento, ocio y recreación de sus visitantes.

Esta investigación observacional de carácter cualitativo, servirá como un aporte científico a otros investigadores, base para futuros estudios en temas de misiones y turismo, y para la obtención del título de tercer nivel como licenciada en Turismo.

1.2 Objetivos

- **Objetivo general:** Determinar las motivaciones turísticas de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a la ciudad de Cuenca - Ecuador
- **Objetivos específicos:**

-Identificar el perfil turístico de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a la ciudad de Cuenca

-Analizar las preferencias de uso de tiempo libre de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a la ciudad de Cuenca en el ámbito turístico

-Relacionar las preferencias de uso de tiempo libre de los misioneros evangélicos protestantes con oportunidades dentro de la oferta turística en la ciudad de Cuenca

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Ocio, recreación y turismo

El ocio y la recreación son necesidades fundamentales del ser humano, que difieren del simplemente no-hacer, a tener una experiencia positiva realizando actividades que no son una obligación, que traen satisfacción y contribuyen al bienestar y calidad de vida de las personas (Torrecillas y Segura, 2019), considerando también que, según la OMS (1948), la salud humana no es óptima sólo por la ausencia de enfermedades, sino por el bienestar integral: físico, mental y social. Por su parte el ocio mediado por la actividad turística contribuye a generar espacios alternos a las ocupaciones laborales, que brindan al ser humano descanso físico y relajación mental. A su vez, la recreación conlleva las actividades que se realizan en este tiempo libre que tienen un componente de renovación y disfrute, que contribuyen al bienestar personal y social de las personas. Entre estas actividades puede encontrarse el viajar.

Los viajes recreativos comienzan a tener lugar cuando las personas disponen de tiempo libre y los recursos para costearlos. Esto remonta al siglo XVII a la revolución industrial, cuando gracias al desarrollo de la maquinaria, el tren y la electricidad, la legislación laboral cambió permitiendo a los trabajadores días libres, o las llamadas vacaciones. No obstante, el ocio y la recreación han sido temas analizados filosóficamente como cuestiones sociales desde hace muchos años previos a este periodo.

En la antigua Grecia, Aristóteles consideraba al ocio y los juegos dentro de la política, siendo los juegos intrínsecos del trabajo y medios para proporcionar descanso y recuperación de la fuerza laboral; mientras que el ocio era una actividad noble en sí misma, que requería de esfuerzo pero que a su vez producía también el placer más elevado (Cuenca, 2012). Posteriormente, en el imperio Romano, el filósofo español Séneca planteó el ocio como útil para la humanidad y un medio para hacer el bien. Séneca compagina la actividad pública y privada, ya que el perfeccionamiento personal mediante el ocio productivo, conlleva al perfeccionamiento universal (Séneca, 2008). De igual manera, los turistas al viajar y realizar actividades de ocio y recreación amplían sus horizontes y esto contribuye a enriquecer su entorno y deja una huella en la sociedad receptora.

Posteriormente a la revolución industrial, se comenzó a analizar la ciencia y los conceptos del ocio en las sociedades modernas. Se define como ocio al tiempo libre que una persona tiene después de trabajar, movilizarse, dormir, ocuparse de las tareas personales y domésticas y que puede ser utilizado a su elección (Tribe, 2020). El ocio se contrapone a la actividad laboral, de allí el origen de la palabra “negocio” que significa justamente la negación del ocio.

El término recreación proviene del francés *recreation* que significa crear de nuevo. A su vez, esta palabra también hace referencia al acto de entretenerse, refrescarse, pasar el tiempo u ocuparse en una actividad por placer. Ambas versiones coinciden en que la recreación tiene como componente principal el ayudar a las personas a renovarse (Hurd et al., 2021).

Cabe resaltar que, la recreación es vista como una actividad y no como el mero hecho del descanso. Nace de una motivación interna por alcanzar la realización personal, y va a depender de la mentalidad y actitud de la persona. Esta motivación puede también ser resultado de la participación en grupos o instituciones sociales (Hurd et al., 2021).

En los países desarrollados o las sociedades postindustriales, las necesidades básicas de seguridad y subsistencia de la población están cubiertas, por lo que el ocio y la recreación son una solución a la búsqueda de estima y autorrealización, que son las necesidades cúspides de la pirámide de Maslow (1993), que la gente aspira satisfacer como parte de sus valores postmaterialistas, que hacen referencia a la autoexpresión y autorrealización (Cuenca, 2012).

Jhon Tribe indica en su libro *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (2020), que la industria del ocio, recreación y turismo se ve cada vez más como un vehículo para el crecimiento económico, en especial en los países en vías de desarrollo. Esto se debe a la alta demanda proveniente de los países del primer mundo (Cuenca, 2012), en el caso de Ecuador, el Ministerio de Turismo (2023) registra un promedio (tomando en cuenta los cinco últimos años) de 314.935 turistas anuales provenientes de Estados Unidos, país que ocupa el primer lugar entre de los países emisores de turistas internacionales. Su grupo etario más representativo son los adultos de 60 años y más, seguidos de los adultos de 30 a 59 años y sucesivamente los adultos jóvenes, los adolescentes y los niños. La mayoría ingresan al Ecuador por los aeropuertos

internacionales de Quito y Guayaquil y los meses que registran mayor número de llegadas de visitantes estadounidenses son junio, julio y diciembre.

El turismo es una actividad que se puede definir y evaluar desde diferentes perspectivas: social, económica, histórica, geográfica, antropológica, entre otras. “La afirmación de que el turismo es una industria es algo debatible hoy en día. A diferencia de otras actividades económicas, no existe una única definición mundialmente aceptada de turismo” (Debbage y Ioannides, 2004), ya que por sus características dinámicas va a redefinirse con el transcurso del tiempo y adaptarse a las tendencias y diversas motivaciones del mercado.

1.3.2 Teoría Push & Pull

La teoría *Push and Pull* fue desarrollada por el psicólogo estadounidense Edward C. Tolman (1959), en contraposición a la postura de los conductistas que rechazaban a la introspección como un método para estudiar el comportamiento humano. Tolman por su parte, creía que era el método perfecto para la recolección de datos. Su postura se basa en que el ser humano no solo responde a estímulos, sino que también está condicionado por sus creencias, como lo expresa la teoría alemana de Gestalt, en la que se demuestra que existe un conjunto de elementos o formas subjetivas que perciben las personas, determinadas por su contexto familiar, social y cultural. Estos factores determinan el comportamiento y sentir del ser humano, no pudiendo éste reducirse sólo a lo que se puede observar o medir objetivamente (Torres, 2015).

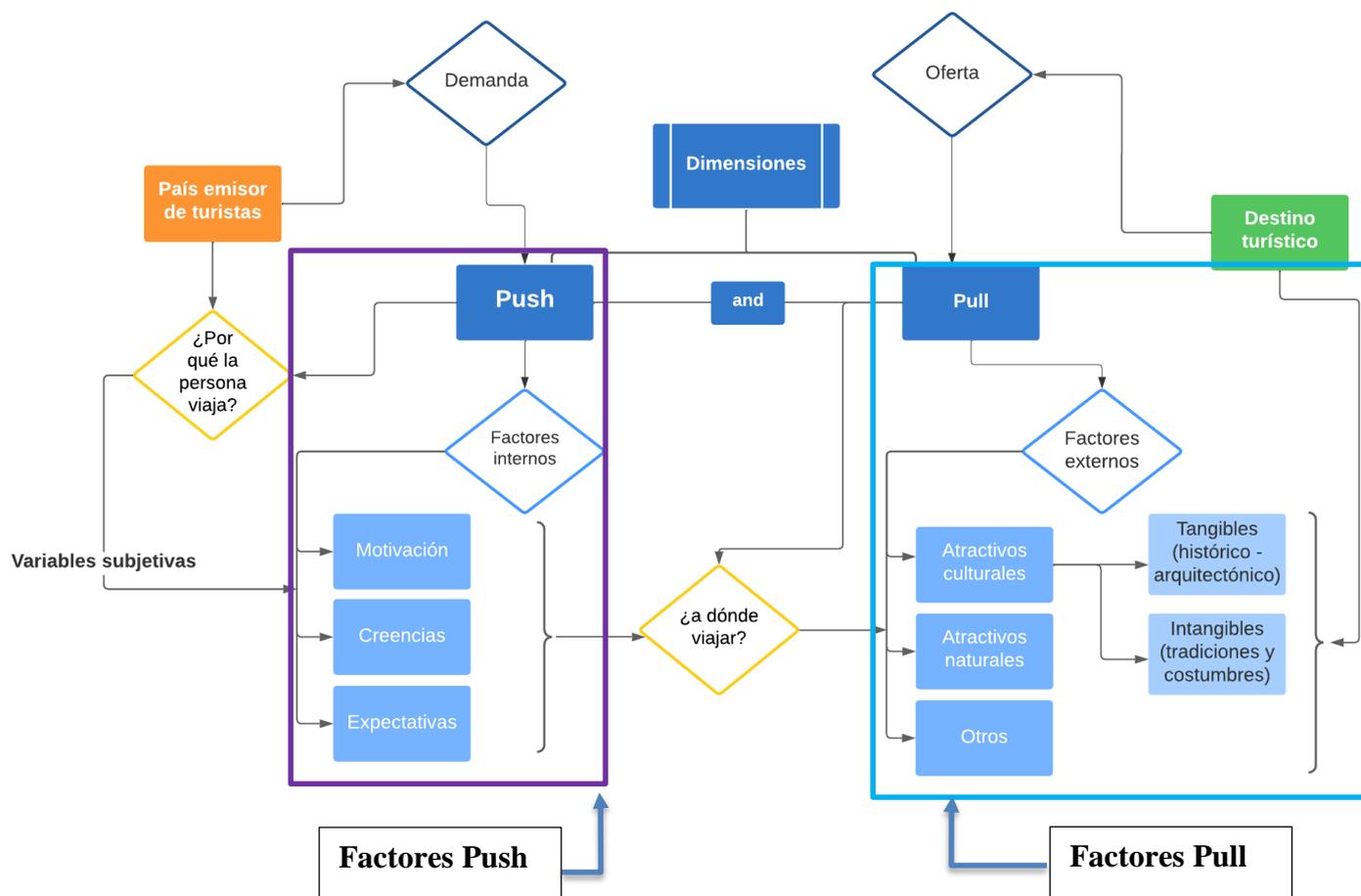
Las dimensiones *Push and Pull* permiten determinar la percepción del viajero a partir de sus motivos personales y de las características del destino turístico (Som, 2010). Puesto que estas motivaciones interactúan en un contexto dinámico y en constante evolución, las motivaciones turísticas deben verse como conceptos multidimensionales que permiten comprender la decisión del turista (McCabe, 2000).

Jurowski et al. (1996) sostienen que el sistema turístico puede representarse como un mercado con sus dos mayores componentes siendo los turistas la demanda representada por los factores *push* (recuadro púrpura de la Figura 1), que justifican los deseos del viajero, entre ellos se encuentra intrínseca su motivación, expectativas y creencias personales, como se detallan entre los factores internos de la Figura 1. Por otro lado, los atractivos turísticos conforman la oferta haciendo relación a las características

del destino o factores *pull* (externos) entre los cuales están los atractivos culturales, atractivos naturales u otros componentes que motiven al turista a viajar a un destino en específico (recuadro celeste de la Figura 1).

Figura 1

Esquema de la Teoría Push & Pull y su relación con el turismo



Nota: El gráfico representa la relación entre los componentes de un mercado (oferta y demanda) y el sistema turístico a través de la teoría *Push & Pull*, basado en el estudio de Jurowski et al. (1996)

La utilidad de esta teoría es, como lo menciona Ahmad Puad Mat Som (2010) en su caso de estudio en Jordania “*An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan*”, que los factores “*push and pull* pueden ayudar al país a satisfacer las necesidades individuales de los viajeros de varios mercados”.

Existe gran variedad de factores *push*, entre los cuales puede haber problemas que hacen que la gente quiera migrar o viajar hacia otro lugar (Sooksai, 2019). Por eso, se dice que los factores *push* son inherentes a la persona y están intrínsecamente

relacionados con su país de residencia. Por el contrario, los factores *pull* hacen alusión a los beneficios que atraen a las personas hacia un determinado lugar.

Utilizando la teoría *Push and Pull* se planteó analizar los factores internos y externos que motivan el desplazamiento de un segmento de mercado específico (León, 2005). La teoría aborda el desplazamiento de las personas desde dos perspectivas fundamentales, como lo describen Prayag y Ryan (2011): los factores *Push* cuestionan el “por qué” una persona decide salir de su entorno y los factores *Pull* el “dónde”, es decir, el destino escogido por elementos externos como pueden ser los atractivos naturales, culturales o intangibles de un territorio (ver Figura 1).

Los factores *Push* explican el deseo de viajar y están relacionados con cuestiones intangibles e inherentes del viajero como su espiritualidad, necesidades de autorrealización y cumplimiento de aspiraciones y expectativas propias del viaje. Complementariamente, las motivaciones *Pull* están relacionadas a los atractivos tangibles o intangibles de un lugar (Uysal y Hagan, 1993).

1.3.2.1 Motivaciones turísticas y segmentos de turismo desde la óptica *Push & Pull*

En turismo, las motivaciones de las personas nos ayudan a entender su comportamiento respecto a la elección de un destino y de las actividades a realizar en él. Por tanto, los modelos de marketing y las estrategias de promoción de destinos deben estar guiados por estudios de análisis de las motivaciones turísticas. La relación exitosa que tienen las motivaciones *push and pull* al explicar cómo los factores internos de una persona influyen en su elección de atractivos turísticos, permitirá elaborar una estrategia de marketing pertinente para el destino, los programas de promoción turística y la toma de decisiones con relación al desarrollo territorial que sean coherentes con los segmentos de mercado (Som, 2010).

La motivación es el elemento interno o externo que promueve al individuo a moverse (Hurd et al., 2021). Son innumerables las razones por las que una persona decide movilizarse y realizar actividades de ocio y recreación. Al ser tan variables estas motivaciones como distintas son las personas, se ha tenido que estudiarlas desde el campo de la psicología, ya que de estas parten las regulaciones biológicas, cognitivas y sociales (Deci y Ryan, 2000). La importancia de estudiar las motivaciones radica en que estas *producen* (Deci y Ryan, 2000), es decir, suscitan comportamientos e impulsan a tomar

acciones que generan ganancias: personales y sociales. En el caso del turismo, el ocio y la recreación, las motivaciones de desplazamiento de los grupos conllevan beneficios económicos para las sociedades receptoras y conocimiento, aprendizaje, autorrealización y satisfacción para el viajero.

La segmentación de mercados es un campo de interés para la investigación académica y empresarial (González y Molina, 2007). Debido a la evolución continua de la demanda turística, es importante conocer las motivaciones de los visitantes para poder satisfacer sus expectativas y contribuir a la competitividad del destino.

Las tendencias del turismo se caracterizan de forma cuantitativa cuando estudian el aporte al PIB nacional, y de forma cualitativa cuando analizan las motivaciones de desplazamiento (Jiménez y Barbosa, 2013). Se ha delimitado al segmento de turismo tradicional, también llamado de sol y playa, como aquel que se ve motivado por factores como el ocio, la salud y el placer (Matos, 2019). El turismo no convencional propone alternativas al turismo masivo mencionado anteriormente, siendo estas:

- Turismo natural: ecoturismo, naturaleza y aventura
- Turismo cultural: arqueológico, rural, religioso, étnico
- Turismo de eventos: deportes, fiestas tradicionales, festivales
- Otros: voluntariado, educativo, de granja

(Gascón et al., 2009)

Los motivos de viaje por los cuales las personas visitan Ecuador, considerados por el INEC en su glosario de entradas y salidas internacionales (2022) son los siguientes:

- Turismo: entradas o salidas de visitantes con fines turísticos.
- Negocios: fines lícitos relacionados con alguna actividad económica o de negocios.
- Eventos: académicos, deportivos, corporativos, entre otros.

-Estudios: cursar estudios primarios, secundarios, de pregrado o postgrado; reconocido como alumno regular en la institución pública o privada del país de destino.

-Residencia: la motivación principal es por su residencia habitual en el país de destino. Cabe recalcar que una persona puede tener varias residencias, lugares en donde se encuentra la presencia física de una persona por un tiempo determinado, pero solo un domicilio, que es un lugar en donde además de encontrarse la presencia física de la persona también es la sede de sus movimientos y negocios.

-Otros: entradas o salidas internacionales cuyas motivaciones no corresponden a las mencionadas anteriormente.

Estas categorías son producto de información basada en estadísticas cuantitativas provenientes del número de visitantes que ingresan al país, más no en información cualitativa sobre las motivaciones turísticas de un segmento de mercado específico. Es por ello que al utilizar la teoría *Push & Pull* se plantea develar cuáles son las categorías de turismo no convencional que satisfarían de mejor manera las expectativas de los viajeros que llegan por motivaciones religiosas, específicamente para realizar misiones de corto plazo en las iglesias evangélicas de la ciudad de Cuenca, de acuerdo a sus preferencias de uso de tiempo libre.

1.3.3 Religión y turismo

La teoría de la religión habla del dualismo y la moral como posiciones autónomas que toma la conciencia al reflexionar sobre el mundo y las cosas. Propone que, en el mundo divino, “los elementos fastos y puros se oponían a los elementos nefastos e impuros. Lo divino aparece unido a la pureza y lo profano a la impureza” (Bataille, 2018), de allí que las personas tomen posturas morales respecto al bien, siendo este asociado a la pureza y santidad y el mal por su parte ligado a la imperfección y perversidad.

Juan Calvino, en sus escritos sobre la Institución de la religión Cristiana (2005), relaciona el conocimiento de Dios y el conocimiento del ser humano:

Por el sentimiento de nuestra ignorancia, vanidad, pobreza, enfermedad, y finalmente perversidad y corrupción propia, reconocemos que en ninguna otra parte, sino en Díos, hay verdadera sabiduría, firme virtud, perfecta abundancia de

todos los bienes y pureza de justicia; por lo cual, ciertamente nos vemos impulsados por nuestra miseria a considerar los tesoros que hay en Dios. Y no podemos de veras tender a Él, antes de comenzar a sentir descontento de nosotros. Porque ¿qué hombre hay que no sienta contento descansando en sí mismo? ¿Y quién no descansa en sí mientras no se conoce a sí mismo, es decir, cuando está contento con los dones que ve en sí, ignorando su miseria y olvidándola? Por lo cual el conocimiento de nosotros mismos, no solamente nos aguijonea para que busquemos a Dios, sino que nos lleva como de la mano para que lo hallemos.

La postura calvinista sostiene que Dios no es solamente el creador del mundo, sino que él también lo sustenta con poder, rige con sabiduría, bondad, justicia, misericordia y equidad. Al ser Él la virtud y bondad pura, es menester del hombre no solamente creer en él como el hacedor de las cosas, sino admitir que no se podría encontrar ninguna sabiduría, luz, justicia, rectitud o perfección fuera de él. Y puesto que todas estas cosas proceden de él, alcanzarlas está en aprender a pedírselas y esperar recibir de Él el bien y la misericordia. Es ante esta postura de reconocimiento y agradecimiento que nace la religión (Calvino, 2005).

Hablando de turismo religioso, Raúl Palma en su tesis doctoral *Turismo espiritual: ¿Una moda pasajera o una práctica en el viajero de hoy?* (2019), explica que “la peregrinación es la actividad más antigua que puede ser relacionada con el turismo”. Estas peregrinaciones, como es bien sabido, empezaron por motivaciones religiosas desde la Edad Antigua cuando los griegos visitaban el oráculo de Delfos y Dodona. Posteriormente, en la Edad Media los islámicos viajaban a la Meca porque tenían que visitar este sitio por lo menos una vez en su vida, como lo estipula uno de los cinco pilares bases de su religión; y los cristianos recorrían el Camino de Santiago de Compostela en España.

Las peregrinaciones son una serie de ritos que se realizan en lugares donde han ocurrido eventos milagrosos (Vukonic, 1996), como los mencionados anteriormente. Los peregrinos ocupan el tiempo libre restante del desplazamiento en oración y adoraciones en estos sitios sagrados. A diferencia de esta modalidad, en el turismo religioso los visitantes no necesariamente profesan una fe o creencia específica por la cual visitan estos lugares y por tanto están exentos de practicar los rituales y en su tiempo libre pueden

tomar tours, visitar termas y realizar distintas actividades de recreación (Bideci y Albayrak, 2016).

Desde aquí podemos notar que el turismo tiene una fuerte relación con el aspecto religioso de las distintas sociedades. Al respecto, el sociólogo Grimshaw (2013) explica en su artículo titulado “*Sheilas on The Move Religion, Spirituality and Tourism*”, en el *Journal of Religious History*:

Lo que es fascinante de la interacción entre la religión y el turismo, o la interacción entre la espiritualidad y los viajes, lo que tenemos en común no es ni la religión ni la espiritualidad, tampoco la peregrinación ni los lugares de interés, ni los destinos y mucho menos los souvenirs, pero sí la movilidad del turismo y los viajes.

Viajar es una experiencia beneficiosa, lo cual no se da solamente por el hecho mismo de conocer o experimentar cosas nuevas, sino que tanto la planificación como el viaje en sí mismo son elementos fundamentales de esta experiencia transformadora (Palma, 2019). Es decir, los viajes permiten a las personas tener experiencias de vida que pueden llegar a ser en extremo enriquecedoras. Esto es particularmente evidente en cuanto dan a las personas una visión más clara del mundo, una mentalidad global.

Bond y Falk (2013) en su estudio sobre “Turismo y motivaciones relacionadas con la identidad”, hicieron una clasificación del viajero en cinco categorías, llamando a una “recargadores”. Esta se corresponde con aquellos viajeros que buscan en su actividad turística una experiencia contemplativa, con un fuerte componente espiritual que les da un sentido de regeneración (*recreation*). Por esto podemos decir que el turismo tiene un componente de sanación, siendo capaz de rejuvenecer a la persona que lo practica.

En cuanto al tiempo de ocio, la gente aprovecha el descanso después del trabajo para visitar otros lugares en su tiempo libre, pero cabe recalcar que un inicio, este “descanso” respondía más al espacio de agradecimiento y celebración para con el ser supremo (Palma, 2019), ya que en el Antiguo Testamento de la Biblia, en el libro de Génesis, el tiempo de descanso se menciona como el período adoptado por el Creador Supremo, luego de haber concluido su trabajo.

CAPÍTULO 2

2. Caracterización de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a Cuenca

2.1 Descripción de los misioneros evangélicos protestantes desde una perspectiva histórica

El turismo es un fenómeno cinético que implica el desplazamiento de una persona de su lugar de residencia habitual hacia otro sitio por diferentes motivos. Entre estos fines pueden hallarse motivaciones religiosas o espirituales, como ha sido el caso de las peregrinaciones en la historia. En el caso de los viajes misioneros, estos son desplazamientos de cristianos de su lugar de residencia habitual hacia un territorio extranjero con el propósito de cumplir con la Gran Comisión.

La Gran Comisión, expresada en la Biblia en el evangelio de Mateo capítulo 28, es el mandato de Jesús a sus seguidores de desplazarse hacia otras naciones para llevar su evangelio y hacer discípulos:

Jesús se acercó y les habló diciendo: Toda potestad me es dada en el cielo y en la tierra. Por tanto, id, y haced discípulos a todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo, y del Espíritu Santo; enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado; y he aquí yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo. Amén. (v.18-20)

Esta orden motiva a muchos cristianos a dejar su lugar de residencia habitual por cortos o largos periodos de tiempo, con el fin de dar a conocer el evangelio y la gloria de Dios a los pueblos y naciones no alcanzadas (Piper, 2007). Según el misionero Matthew Kountz (2021), no se puede considerar misiones a los viajes cuya principal motivación no sea cumplir o apoyar la Gran Comisión.

Jhonson & Zurlo (2019) en su tercera edición de la *World Christian Encyclopedia*, relatan la perspectiva global de las iglesias protestantes. Estas iniciaron en octubre de 1517, cuando Martín Lutero exhibió en la puerta de la iglesia de Wittenberg-Alemania sus 95 tesis sobre la reforma. En los siglos que siguieron, el protestantismo se basó en Europa y Norteamérica. Posteriormente se expandió hacia el resto del mundo mediante

viajes misioneros, llegando a 80% de los países en 1900. En el año 2020 se registran 586 millones de cristianos evangélicos protestantes localizados en casi todos los países del mundo.

Una de las más grandes denominaciones del protestantismo son los cristianos bautistas. El pastor evangélico bautista Jhon Piper (2021), explica lo que es un cristiano evangélico bautista en una entrevista del ministerio radial *Desiring God*. Los bautistas tienen su inicio en los siglos XVII y XVIII. Sus raíces se caracterizan por basarse en la reforma protestante que empezaron Lutero, Calvino y Zwingli en los años 1500 en Europa. Estos cristianos tienen en común 5 grandes bases, que son los pilares de la reforma:

Solo Cristo: justificación basada solo por la obra de Jesucristo.

Sola Gracia: impartida de parte de Dios a los seres humanos.

Sola Fe: apropiarse de la gracia provista por Dios individual, personal y efectivamente.

Solo a Dios Gloria: el hombre no debe ser exaltado.

Sola Escritura: la palabra de Dios como autoridad, no basándose en tradiciones o autoridades eclesiásticas.

En los tiempos antiguos, no todos los cristianos eran enviados como misioneros. Así como Pablo y Bernabé fueron escogidos y apartados para llevar el evangelio a las naciones, los misioneros eran escogidos meticulosamente y enviados a un lugar en donde vivirían con las personas, aprenderían el lenguaje y entablarían relaciones que les permitiesen compartir el evangelio y hacer discípulos, invirtiendo todo el tiempo que fuera necesario (Kountz, 2021).

No fue sino después de la Primera Guerra Mundial, cuando la economía de la sociedad norteamericana permitió que se inviertan hasta 1,6 billones de dólares en viajes misioneros de corto plazo (Corbett y Fikkert, 2014). Según Hesselgrave y Missionshift (2010), una de las motivaciones de los viajes misioneros de corto plazo en los últimos tiempos es la búsqueda de actualización y el propio contentamiento que empuja a los

norteamericanos a desplazarse hacia otros países, como una oportunidad de crecimiento personal.

Kountz (2021) plantea que las motivaciones de los viajes misioneros de corto plazo tiene mucho que ver con la cultura del país de donde los misioneros provienen. El misionólogo David Hesselgrave (2005), expresa que muchos estudiantes son enviados como voluntarios en misiones de corto plazo solo por entusiasmo, pero sin entrenamiento, compromiso ni conocimiento del propósito de la misión bíblica.

2.1.2 Antecedentes de los misioneros evangélicos protestantes en Ecuador

Antiguamente la Iglesia Católica en el Vaticano no aceptaba la convivencia de distintas religiones, por lo que en el Ecuador la religión católica fue la única y oficial durante los primeros mandatos presidenciales. En el gobierno de García Moreno, el profesar una religión diferente al catolicismo era penado con la muerte, según lo estableció en su constitución conocida como “la carta negra”. No fue sino hasta el gobierno de Eloy Alfaro, en la revolución liberal, que se separaron los poderes de la Iglesia de los del Estado y se dio paso a la libertad de culto. Gracias a ello, los cristianos evangélicos protestantes vieron puertas abiertas para comenzar su labor en Ecuador.

En 1896, Ecuador recibió a sus primeros misioneros evangélicos protestantes norteamericanos: Jorge Fisher, J.A Strain y F. W. Farnoll, quienes fueron los pioneros en el país, construyendo la primera iglesia evangélica en la ciudad de Guayaquil. (El Universo, 2016). Posteriormente, Ecuador obtuvo la atención del mundo en 1956 cuando los Waoranis o Aucas mataron a 5 misioneros evangélicos extranjeros. En la actualidad, casi todos los grupos indígenas tienen iglesias y escrituras en su idioma gracias al esfuerzo de los grupos misioneros. Uno de los aportes que más ha beneficiado al Ecuador es la Radio HCJB, que comenzó en 1931 fundada por misioneros evangélicos protestantes, como un medio de radiodifusión del evangelio y de noticias a nivel nacional e internacional (Operation World, 2023). En este mismo año, Homero Crisman y Carl Carlson empiezan la labor misionera en Cuenca.

En 1970 llegan Archie y Julia Jones, misioneros evangélicos de la Convención Bautista del Sur de los Estados Unidos, para fundar la Primera Iglesia Bautista de Cuenca. Dos años después del inicio de las reuniones congregacionales en las calles Sangurima y

Benigno Malo, el misionero Archie bautizó a 10 personas que profesaron su fe en Jesús en el Río Yanuncay frente al colegio Bilingüe (Miranda, 2020).

Figura 2

Familia de misioneros Jones



Nota: La ilustración es un anuncio en la prensa local sobre la llegada de los misioneros Jones a la ciudad de Cuenca, 1970.

Fuente: Miranda, 2020.

Posteriormente, “la Iglesia continuó trabajando bajo la valiosa ayuda de misioneros y líderes de la congregación” (Miranda, 2020) La Misión Bautista desarrolló por más de 40 años grandes aportes a la difusión del evangelio, la educación y capacitación a niños y jóvenes, además de apoyo y consejería a matrimonios y familias cuencanas.

Tabla 1
Actividades de los misioneros evangélicos en la iglesia local

Periodo de fundación y establecimiento de bases: Misionero Archie Jones. (1970 -1982)		
Periodo	Misionero o Pastor	Colaboradores
Inicio y fundación de la Iglesia 2 de julio 1972 hasta 7 julio de 1974	Misionero Archie Jones	Directiva de la Iglesia
Periodo de transición 14 de julio 1974 hasta 1septiembre 1974.	Diácono Wilson Serrano	Directiva y ministerios de la Iglesia
6 octubre 1974 hasta 21 septiembre 1975	Misionero Gerald Doyle	Directorio de la Iglesia y misioneros Jones
Desde 19 de octubre 1975 hasta 2 mayo 1976	Misionero Archie Jones, con miras a tener un Pastor Nacional.	Misionero Gerald Doyle y diácono Wilson Serrano
	Durante este tiempo constantemente se invitan a maestros de la Misión o de la Convención Bautista, para dictar cursos de: música, canto y dirección de programas	
30 de noviembre de 1977 hasta 31 de enero 1982	Misionero Stewart Pickle y diáconos Wilson Serrano y Hernán Vázquez	Directorio de la Iglesia

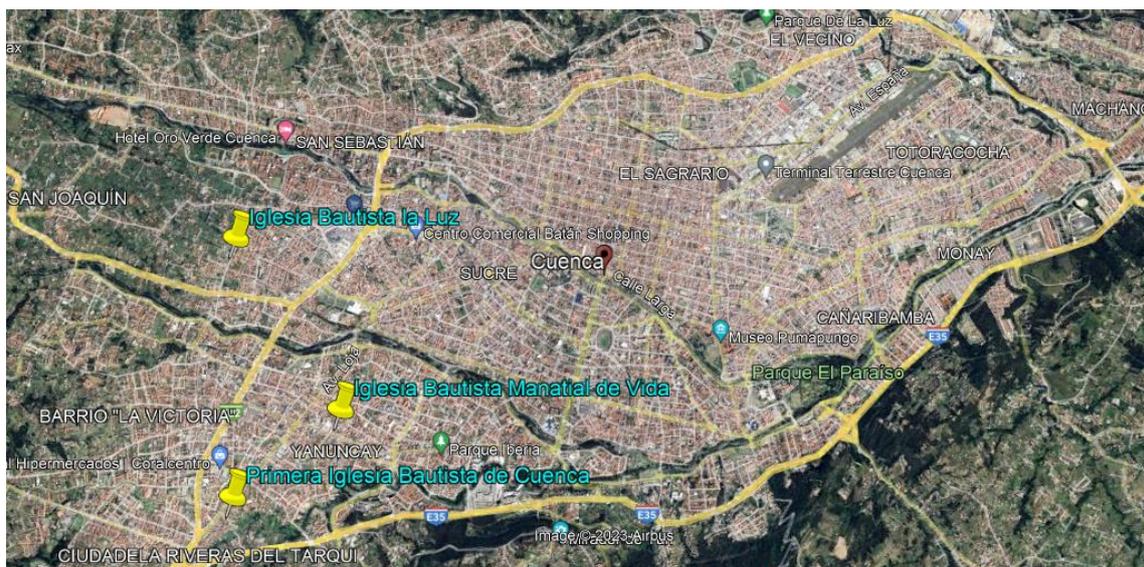
Nota: La tabla indica la cronología del ministerio del misionero Archie Jones en la Primera Iglesia Bautista de Cuenca.

Fuente: Miranda, 2020.

En la actualidad, la iglesia evangélica bautista tiene varias congregaciones en la ciudad de Cuenca. El término bautista se refiere a la denominación de estas iglesias, a las que también se les atribuye la característica de protestantes por seguir la postura de Martín Lutero, es decir, una clara oposición a ciertos factores de la liturgia, dogmas y posturas doctrinales de la iglesia católica. A continuación, en la Figura 3, se mencionan algunas de las iglesias pertenecientes a la Convención Bautista del Ecuador y a la Asociación de Iglesias Bautistas del Azuay.

Figura 3

Mapa de las Iglesias Bautistas en Cuenca



Nota: La figura muestra la ubicación de las 3 iglesias evangélicas bautistas de donde se han entrevistado a misioneros de corto plazo para la presente investigación.

La Primera Iglesia Bautista de Cuenca, ubicada en la calle Alfonso Pinzón y Av. Loja, cuenta con un promedio de 150 miembros y distintos ministerios en donde estos pueden servir a la comunidad y a la iglesia. Entre ellos se encuentran el ministerio de Alabanza, el ministerio infantil, el ministerio de jóvenes, el ministerio de ujieres, el ministerio de finanzas, el diaconado, reuniones de varones y reuniones de mujeres.

La iglesia Bautista Manantial de Vida es una iglesia fundada por miembros de la Primera Iglesia Bautista en 1993, en la calle Miguel de Cervantes y Av. Don Bosco. Actualmente cuenta con un promedio de 50 miembros. Esta iglesia ha pasado periodos de inestabilidad en cuanto al pastorado y la asistencia de sus miembros. En vista de esta necesidad de ayuda en áreas de doctrina teológica y acompañamiento, dos familias misioneras de Norteamérica, la familia Sills y la familia Kountz, decidieron hacerse cargo de la iglesia como pastores a partir del año 2019. En el año 2021 la familia Kountz deja la iglesia Manantial de Vida para dedicarse a la labor misionera en otras iglesias y regiones con más necesidad de obreros. Previo a esta decisión, los misioneros buscan un miembro de la comunidad que pueda y desee ejercer el pastorado en el lugar de Matthew Kountz. Así, se elige a Numan Lira como pastor, contando con el aval de la iglesia (los miembros) tras la votación unánime de una asamblea. La familia Sills continúa en la actualidad formando parte de la iglesia, ocupando Christopher Sills el cargo de pastor de mano de Numan Lira.

La Iglesia Bautista la Luz es una iglesia emergente, fundada por los cuencanos José y Maritza Ochoa. Cuenta con 40 miembros, ministerio de damas, ministerio de niños, ministerio de evangelismo y ministerio de jóvenes. Al ser una iglesia nueva, recibe la ayuda constante de misioneros norteamericanos de la Convención Bautista. La función principal de estos misioneros es ayudar a los miembros de la iglesia mediante el discipulado, para establecer una congregación sólida y que imparta sana doctrina.

En la actualidad estas iglesias no poseen registros de las llegadas de misioneros de corto plazo. Las iglesias usualmente tienen un registro de los asistentes que han firmado un pacto de membresía eclesiástica, disponiéndose a servir en la iglesia a largo plazo, pero no de los visitantes que asisten por un corto período de tiempo ya que estos no necesitan firmar un compromiso de derechos y responsabilidades con la iglesia debido a la espontaneidad de su visita. No obstante, muchos de ellos vienen siendo ya aprobados por alguna organización misionera del extranjero, como es el caso de *Reaching & Teaching*, quienes entrevistan y seleccionan entre los miembros de las iglesias estadounidenses a quienes cumplen con los requisitos para ser enviados como misioneros. En el caso de quienes no llegan a través de una organización misionera, deben recibir el permiso y aprobación de los líderes y pastores locales para poder servir en una iglesia del destino.

2.2 Descripción del área de estudio

2.2.1 Macro Localización

El presente proyecto tiene lugar en la República del Ecuador, cuya superficie es de 256.370 km², limita al Norte con la República Colombia, al Sur y Este con la República del Perú y al Oeste con el Océano Pacífico. Cuenta con 24 provincias, 23 continentales divididas en 3 regiones y 1 provincia insular. Se encuentra atravesado de norte a sur por la cordillera de los Andes, que se divide en dos ramificaciones: Occidental y Oriental. Forman una escalera de valles y elevaciones que llegan a superar los 5000 m.s.n.m. (Varela y Ron, 2018).

Figura 4

Mapa de la República del Ecuador

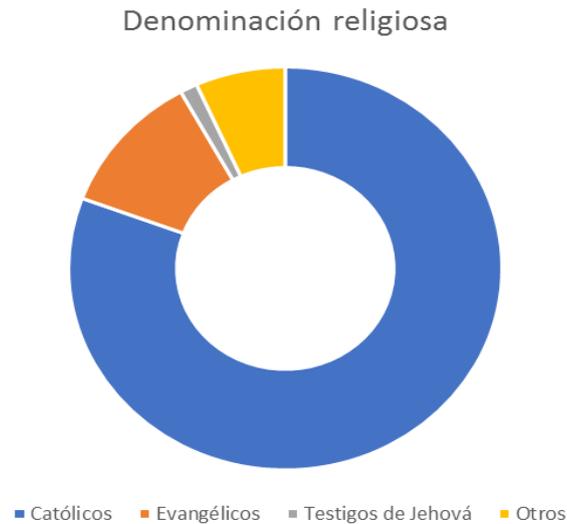


Nota: La figura muestra el territorio de la República del Ecuador en la actualidad.

La religión mayoritaria en el país es la religión católica, con creciente presencia de comunidades evangélicas protestantes (Oficina de Información Diplomática, 2023). En el año 2012, el INEC realizó una encuesta sobre la afiliación religiosa de la población:

Figura 5

Denominaciones religiosas



Nota: El 80,4% pertenece a la religión católica, el 11,3% se identifican como evangélicos, 1,29% se denominan Testigos de Jehová y el 6,96% practican otras religiones.

Fuente: Elaboración propia basado en datos del INEC, 2012.

La provincia del Azuay se encuentra en el sur del país. Es la tercera ciudad con mayor población, pertenece a la Zonal 6 y se le conoce como el centro económico del Austro por su industria y desarrollo. Limita al norte con la provincia del Cañar, al este con las provincias de Morona Santiago y Zamora Chinchipe, al Sur con la provincia de Loja, al suroeste con la provincia de El Oro y al oeste con la provincia del Guayas.

Figura 6

Provincia del Azuay



Nota: La figura muestra la provincia del Azuay en la actualidad. Mapa elaborado con el software QGIS, 2022

Esta provincia tiene la mayor cantidad de ciudades consideradas como patrimonio nacional del Ecuador, por su identidad propia representada en sus monumentos históricos, espacios públicos, arquitectura, conjuntos urbanos y forma de ser de la gente (Ministerio de Cultura y Patrimonio, s.f.). Entre estas ciudades se encuentran: Cuenca, Girón, Gualaceo, Jima, Nabón, San Bartolomé y el Sigsig.

Cuenca es la unidad político-administrativa más antigua del sur del Ecuador. La ciudad fue fundada el 12 de abril de 1557, pero antes de su colonización española, el territorio era la capital del departamento de Cuenca en épocas de la Gran Colombia, que luego pasó a ser la provincia del Azuay durante el período de la república. Con el paso de los años, la provincia se fue subdividiendo constantemente, por ello existen todavía conflictos limítrofes con los cantones aledaños al cantón Cuenca (PDOT, 2022).

En 1999, la UNESCO *World Heritage Center* reconoció al centro histórico de Santa Ana de los Ríos de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad por sus componentes históricos, arquitectónicos y culturales. Esto se debe a que la ciudad fue fundada conforme a la estricta normativa de desarrollo urbano promulgada por el emperador Español Carlos V, configurando al centro histórico en forma de damero. Este

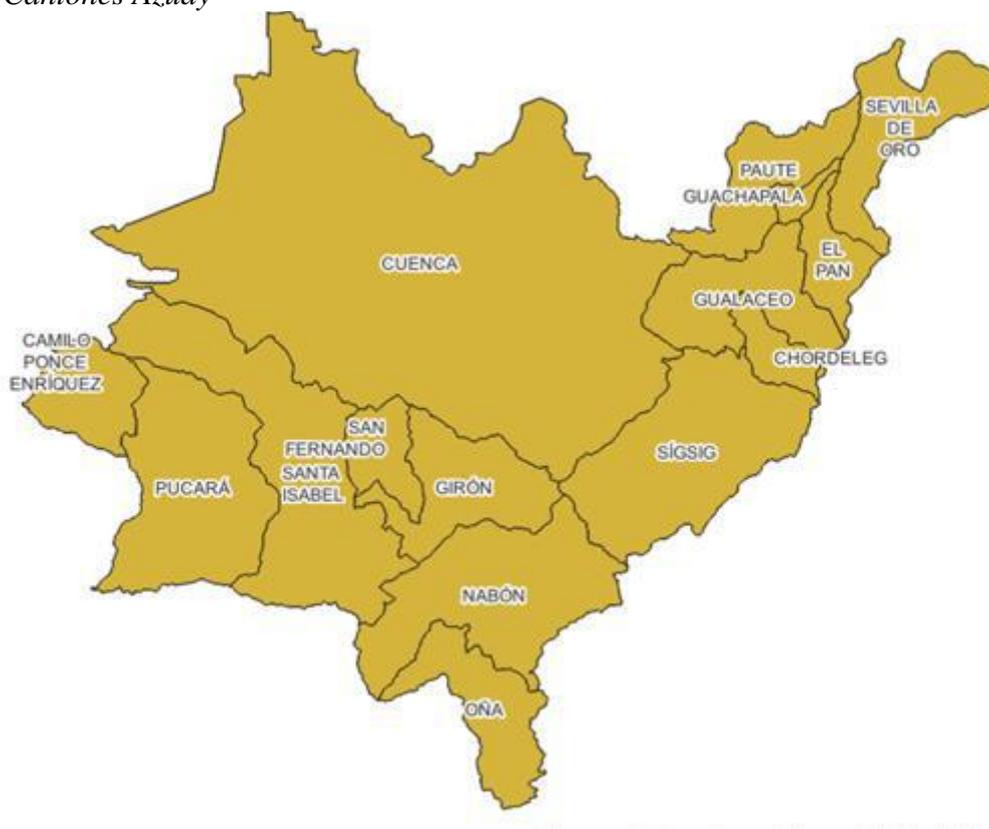
lugar contó con la presencia de 3 culturas: la cañari, la inca y la española. Cuenca cuenta también con un personaje vivo, emblema de la tradición indígena y la herencia española: la chola cuencana. El nombre oficial de la ciudad se atribuye a la madre de la Virgen María, Santa Ana, objeto de la devoción de los cuencanos, y a los cuatro ríos que atraviesan la ciudad: Tomebamba, Yanuncay, Tarqui y Machángara.

2.2.2 Micro Localización

El cantón Cuenca cuenta con 15 parroquias urbanas y 21 rurales. La ciudad de Cuenca, capital de la provincia, es la tercera ciudad más grande del país con una población de 580.000 habitantes (Fundación de Turismo para Cuenca, s.f.).

Figura 7

Mapa Cantones Azuay



Nota: La figura muestra los cantones de la provincia del Azuay. Mapa elaborado con el software QGIS, 2022

El cantón Cuenca ocupa un 44% de la provincia del Azuay, posee una superficie de 3.665,32 Km² y su población es de 505.585 habitantes (INEC, 2012). Limita al norte con la provincia de Cañar, al este con los cantones Guachapala, Gualaceo, Sigsig; al sur

con los cantones cantón Girón, San Fernando y Santa Isabel; y al oeste con los cantones Naranjal y Balao de la provincia del Guayas. Cuenta con 21 parroquias rurales y 15 parroquias urbanas.

En cuanto a las actividades económicas, las más representativas son la construcción, el transporte y la industria manufacturera, siendo estas las realizadas en su mayoría por hombres. Por otro lado, la agricultura, ganadería y pesca, administración, comercio y otras actividades son más realizadas por mujeres. Desde tiempos antiguos, Cuenca se ha caracterizado por el comercio de la quinina o cascarilla, planta que sirve como medicina para el paludismo y además ha sido base para el desarrollo de nuevos medicamentos. Debido a sus propiedades, se exportaba a Europa y esto dinamizó la economía del austro (Carrasco, 2015).

En la actualidad, muchos de los productos que se comercializan en Cuenca tienen que ver con la cultura: la música, el cine, la artesanía, la gastronomía, el diseño, la literatura, la moda, entre otros (PDOT, 2022).

El turismo representa el 10% del PIB de la ciudad, siendo este generador de empleos y necesario para mejorar la calidad de vida de las personas, impulsando el territorio hacia un desarrollo sostenible (Pazmiño et al., 2023). Cuenca se destaca por su patrimonio cultural y arquitectónico, además de estar rodeada de privilegiados ambientes naturales. Gracias a ello cuenta con varios atractivos turísticos representativos descritos en el Anexo 2.

Las manifestaciones culturales, los vestigios arqueológicos, el patrimonio arquitectónico y los recursos naturales, hacen de la ciudad de Cuenca y sus alrededores un destino turístico que atrae a visitantes nacionales e internacionales, por su trasfondo histórico y la convergencia de la ruralidad con lo urbano.

CAPÍTULO 3

3. METODOLOGÍA

El presente estudio cualitativo es de alcance exploratorio descriptivo y de corte transversal. Como caso de estudio se tomó el universo de los misioneros protestantes evangélicos que llegaron a la Iglesia Bautista Manantial de Vida y a la Primera Iglesia Bautista de Cuenca por un corto plazo, es decir, hasta 3 meses, para servir en la iglesia local y en su tiempo libre realizar actividades turísticas.

Puesto que al ocio se le ha denominado como una “experiencia preparada por ciertas condiciones, dotada de determinadas cualidades y causante de numerosos beneficios” (Monteagudo, 2004) que en general trata de definir un perfil con base en la percepción categorizada de una persona o grupo, se estudió las motivaciones de los misioneros evangélicos protestantes desde sus experiencias para determinar los factores objetivos y subjetivos que los impulsan a salir de su lugar de residencia habitual y su elección de actividades de recreación.

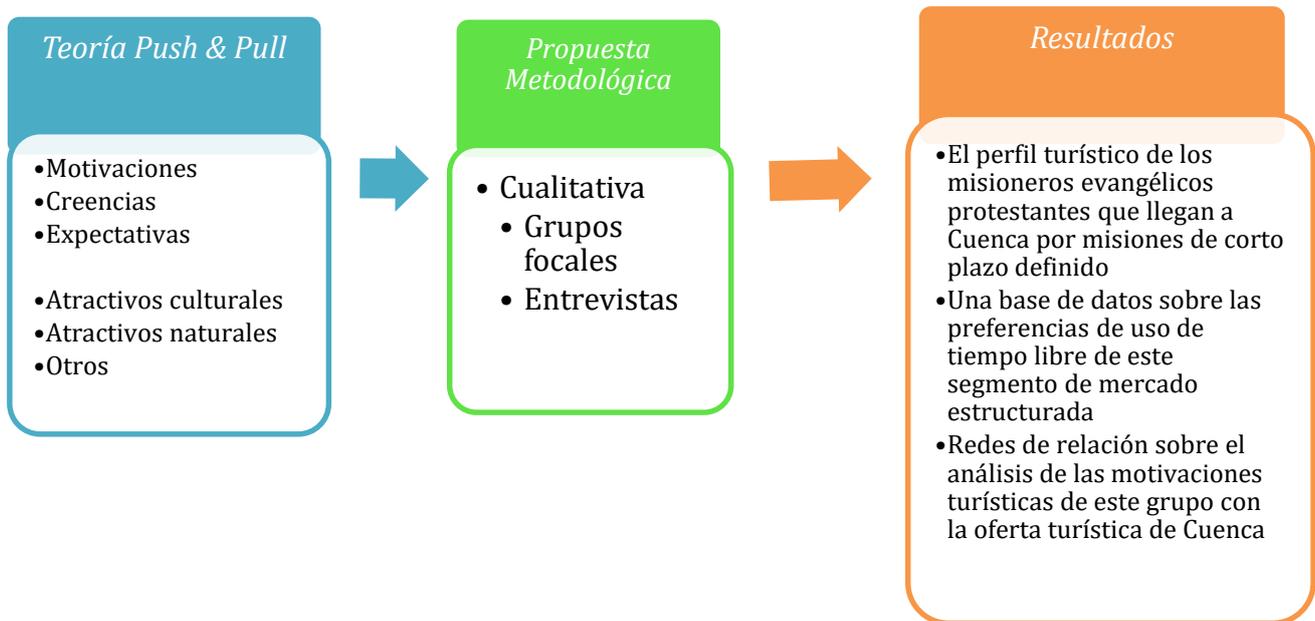
Se han utilizado grupos focales y entrevistas semiestructuradas para la obtención de resultados siendo el objetivo determinar y analizar las motivaciones turísticas y el uso del tiempo libre de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a Cuenca para realizar misiones de corto plazo.

3.1 Propuesta metodológica

La propuesta metodológica abordó la teoría *Push and Pull* dentro del marco teórico como el punto de partida para obtener información, utilizando las entrevistas y grupos focales como instrumentos cualitativos de recolección de información. Los datos analizados permitieron obtener los siguientes resultados: el perfil turístico de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a la ciudad de Cuenca por misiones de corto plazo, una base de datos estructurada sobre las preferencias de uso de tiempo libre de este segmento de mercado y finalmente se establecieron las diversas redes de relaciones sobre el análisis de las motivaciones turísticas de este grupo con la oferta turística de la ciudad de Cuenca, como se explica en la Figura 10.

Figura 8

Propuesta metodológica



Nota: Diagrama metodológico del estudio para analizar información cualitativa fundamentándose en la teoría *Push & Pull* para la obtención de resultados.

3.2 Participantes

Como se mencionó en el marco teórico, González et al. (1999), se puede enfocar la segmentación de mercados en la modalidad a priori o a posteriori en función de la metodología empleada y de los objetivos que se busca alcanzar. En la presente investigación se realizó una segmentación a priori, que utiliza un criterio de separación del mercado previo a la recopilación de información, clasificando posteriormente a los individuos en función de las variables que se explican a continuación.

Esto quiere decir que, primeramente, se escogió a los participantes en función de que cumplan con el siguiente criterio: personas que llegan a la ciudad de Cuenca en calidad de misioneros evangélicos protestantes, por un período inferior a 3 meses para servir en una iglesia cristiana evangélica local. No se tomó en cuenta otros criterios de selección relacionados con la edad, nacionalidad, sexo, entre otras, debido a la escasa y puntual existencia de personas disponibles tanto a nivel presencial como a nivel virtual,

y a la inexistencia de un registro por parte de las iglesias objeto de estudio. La Tabla 2 presenta el consentimiento de uso de información de los participantes que cumplen con el criterio de selección, recopilada en el periodo junio – octubre del 2023.

Tabla 2.

Participantes de las entrevistas y grupos focales

Ingreso de información	Nombre	Denominación religiosa	Acuerdo de participación voluntaria
15/06/2023 23:03	Mr. Lo	Bautista	Acepto
15/06/2023 23:04	A. G	Bautista	Acepto
16/06/2023 8:31	A. F	Cristiana - Bautista	Acepto
16/06/2023 13:21	C. H	Cristiano	Acepto
18/06/2023 15:03	Mrs. Le	Bautista	Acepto
18/06/2023 15:04	Mr. Le	Bautista	Acepto
18/06/2023 15:04	Child. Le1	Bautista	Acepto
18/06/2023 15:05	Child Le 2	Bautista	Acepto
18/06/2023 15:06	Child Le 3	Bautista	Acepto
19/07/2023 21:55	J. E	Bautista del Sur	Acepto
21/07/2023 13:06	Mrs. K	Creemos en lo que la Biblia dice, no somos parte de una denominación	Acepto
21/07/2023 13:08	Mr. K	Creemos en lo que la Biblia dice, no somos parte de una denominación	Acepto
27/07/2023 19:55	S. T	Evangélico Protestante/ Bautista del Sur	Acepto
27/07/2023 20:00	Mr. E	Convención Bautista del Sur	Acepto
28/07/2023 14:18	Child. K 1	Creemos en lo que la Biblia dice, no somos parte de una denominación	Acepto
28/07/2023 14:19	Child. K 2	Creemos en lo que la Biblia dice, no somos parte de una denominación	Acepto
28/07/2023 14:20	Child. K 3	Creemos en lo que la Biblia dice, no somos parte de una denominación	Acepto
28/07/2023 14:20	Child. K 4	Creemos en lo que la Biblia dice, no somos parte de una denominación	Acepto
30/07/2023 15:14	L. W	Bautista del Sur	Acepto
5/10/2023 9:07:10	H. B	Bautista del Sur	Acepto
5/10/2023 9:07:34	B. M	Bautista del Sur	Acepto
5/10/2023 9:08:54	D. R	Bautista	Acepto
5/10/2023 9:10:50	D. C	Bautista del Sur	Acepto
5/10/2023 13:27:44	D. K	Cristiano	Acepto
Total	24		

Fuente: Susana Solis, 2023

Luego, para identificar el perfil turístico de este segmento de mercado, se aplicaron los instrumentos cualitativos de recolección de datos para posteriormente proceder a analizar las preferencias de uso de tiempo libre de los misioneros evangélicos

protestantes y a generar redes semánticas que nos permitan clasificar a los entrevistados en función de las variables de estudio, siendo estas los factores internos, motivaciones (*push*) y los factores externos o atractivos del destino (*pull*).

3.3 Instrumentos

La teoría fundamentada o *Grounded Theory*, “es un método interpretativo de investigación que busca explicar la realidad a partir de los significados atribuidos por los involucrados en sus experiencias” (Bandeira-De-Mello y Cunha, 2006). Esta teoría permite que los datos de los misioneros evangélicos protestantes entrevistados sean el punto de partida en la definición de las motivaciones internas y externas que producen su desplazamiento.

Para la presente investigación se tomaron en cuenta variables objetivas generales y variables subjetivas específicas de los criterios de segmentación del mercado de González et al. (1999). De esta manera las variables objetivas proporcionan información para una base de datos sobre la procedencia, edad y denominación religiosa de los entrevistados y las variables subjetivas se dividen en 2 grupos que analizan los factores internos y externos (*Push* y *Pull*) mencionados anteriormente (ver Anexo 1).

Las variables *Push* a analizar se subclasifican en:

- **Motivación principal del viaje:** misiones de corto plazo en las iglesias evangélicas protestantes de Cuenca, aprender español en un país latino.
- **Percepciones del viajero:** conocimientos y percepción que tiene la gente de Cuenca antes y después de viajar.

Las variables *Pull* se subclasifican en:

- **Motivaciones complementarias del viaje:** atractivos culturales y naturales del destino
- **Preferencias de destino:** presencia de misioneros evangélicos de largo plazo en Cuenca

En coherencia con lo descrito anteriormente se han desarrollado entrevistas y grupos focales como instrumentos de investigación, con tres categorías cuyo propósito es develar: el perfil del turista, las preferencias de uso de tiempo libre y la oferta turística

potencial de Cuenca para este segmento de mercado. Se aplicaron siete preguntas en las entrevistas y grupos focales para recopilar la información pertinente a cada categoría (ver Anexo 1).

3.4 Procedimiento

3.4.1 Trabajo de campo

Se realizaron 2 entrevistas a los pastores líderes de las iglesias Manantial de Vida y Primera Iglesia Bautista de Cuenca, debido a que ellos son los encargados de recibir en sus iglesias a los misioneros e involucrarlos con la comunidad. Posteriormente se realizaron dos grupos focales a familias de misioneros de corto plazo que llegaron a Cuenca, una entrevista a un misionero de corto plazo que vino por segunda vez a la ciudad de Cuenca y una entrevista grupal a los misioneros de corto plazo de la organización *Reaching & Teaching* que estuvieron en Cuenca en el período junio - julio 2023.

La identificación y selección de informantes claves se sustentó en la técnica de muestreo de la bola de nieve (Blanco y Castro, 2007), siendo los pastores de las iglesias o los misioneros entrevistados quienes referían a otros misioneros evangélicos que se encontraban por corto plazo en Cuenca y que estarían dispuestos a ser entrevistados.

Para los misioneros evangélicos protestantes que ya han regresado a su país de residencia, se realizó una entrevista grupal mediante la plataforma zoom a tres miembros de la iglesia norteamericana Ninth & O, para recopilar datos sobre su estadía en Cuenca durante el año 2022.

Durante las entrevistas y grupos focales, se llenó una bitácora de trabajo y como respaldo y apoyo se realizaron a su vez grabaciones de audio y video. Se mantuvo anónima la información de los participantes que así lo solicitaron como parte del acuerdo de confidencialidad presentado en el formulario (ver Anexo 1).

3.4.2 Construcción de los resultados

Después de realizar las entrevistas y grupos focales, se transcribió y tradujo la información de cada entrevista y grupo focal. Este contenido luego fue analizado en formato PDF con el software Atlas.Ti 23 para generar redes semánticas en coherencia con las variables planteadas.

Luego se utilizó la teoría, bibliografía y datos recolectados para relacionar las preferencias de uso de tiempo libre de este segmento de mercado con la oferta turística que tiene la ciudad de Cuenca, para lo cual se realizó trabajo de campo para levantar información actualizada y pertinente de los atractivos turísticos de la ciudad.

3.5 Limitantes

Se planificó realizar un grupo focal con el grupo de misioneros de corto plazo que llegó a Cuenca con la organización *Reaching & Teaching* en el periodo junio – julio 2023, pero uno de ellos enfermó debido a los virus del ambiente y no pudo participar en la fecha de la reunión.

Para el grupo focal vía zoom, fue difícil coordinar un horario en el que todas las personas puedan participar del grupo focal, por lo que solo se unieron 3 personas. Esto se debe a la diferencia de horario con Estados Unidos y a las ocupaciones laborales y disposición de cada individuo a participar en la investigación.

La atemporalidad de los viajes misioneros hace que la muestra de estudio no se haya planeado con un número exacto, en su lugar se limitó a evaluar al universo de los misioneros de corto plazo que se encuentren en el territorio durante el periodo de estudio y utilizar la plataforma zoom para aquellos que, aunque ya no se encuentren en Cuenca, el territorio de estudio, desean aportar con su experiencia como misioneros de corto plazo en la ciudad.

A esto se suma la limitada estructura de registro de las llegadas de los misioneros evangélicos de corto plazo a las iglesias locales, como se explicó en el Capítulo 2. Esto puede dar origen a una nueva línea de investigación debido a la demanda potencial de este segmento de mercado en las iglesias emergentes.

A pesar de dichas limitantes, se resolvió el trabajo de campo con la integración de nuevos participantes que llegaron por misiones de corto plazo en el transcurso del estudio y con la integración de familias misioneras que no venían con una organización misionera, pero que sirven en su estancia de corto plazo en Cuenca en una iglesia local respaldados por su iglesia emisora.

CAPÍTULO 4

4. RESULTADOS

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos, los cuales dialogan con la propuesta teórica y metodológica que ha sustentado la presente investigación. A continuación, se responde a los tres objetivos específicos planteados: identificar el perfil turístico de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a la ciudad de Cuenca, analizar las preferencias de uso de tiempo libre de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a la ciudad de Cuenca y relacionar sus preferencias de uso de tiempo libre con oportunidades dentro de la oferta turística en la ciudad de Cuenca.

4.1 Perfil Turístico de los misioneros evangélicos protestantes que vienen por corto plazo a Cuenca

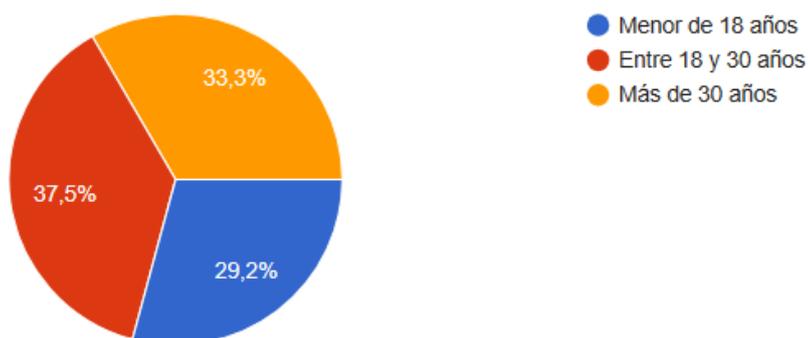
La información demográfica (edad, nacionalidad, ocupación, entre otros) de 24 personas que se levantó mediante la plataforma *Google Forms*, nos permite develar un perfil de este segmento de mercado presentando los siguientes datos:

En la figura 9 se muestran los rangos de edad de los misioneros evangélicos protestantes “Short-Term Missionaries (STM)” (Kountz, 2021); siendo en su mayoría jóvenes adultos y adultos que vienen a realizar misiones de corto plazo. El tercio de menores de edad corresponde a los hijos de los misioneros. Esto evidencia que en su mayoría, este segmento se compone de población joven: uno de los mercados con mayor motivación y tendencia a viajar a nivel mundial.

Figura 9

Edad de los STM

24 respuestas



El 100% de los entrevistados son estadounidenses y tienen diferentes profesiones como indica la tabla 3. Como profesionales su nivel de ingresos les permite viajar y realizar actividades turísticas en su tiempo libre.

Tabla 3:

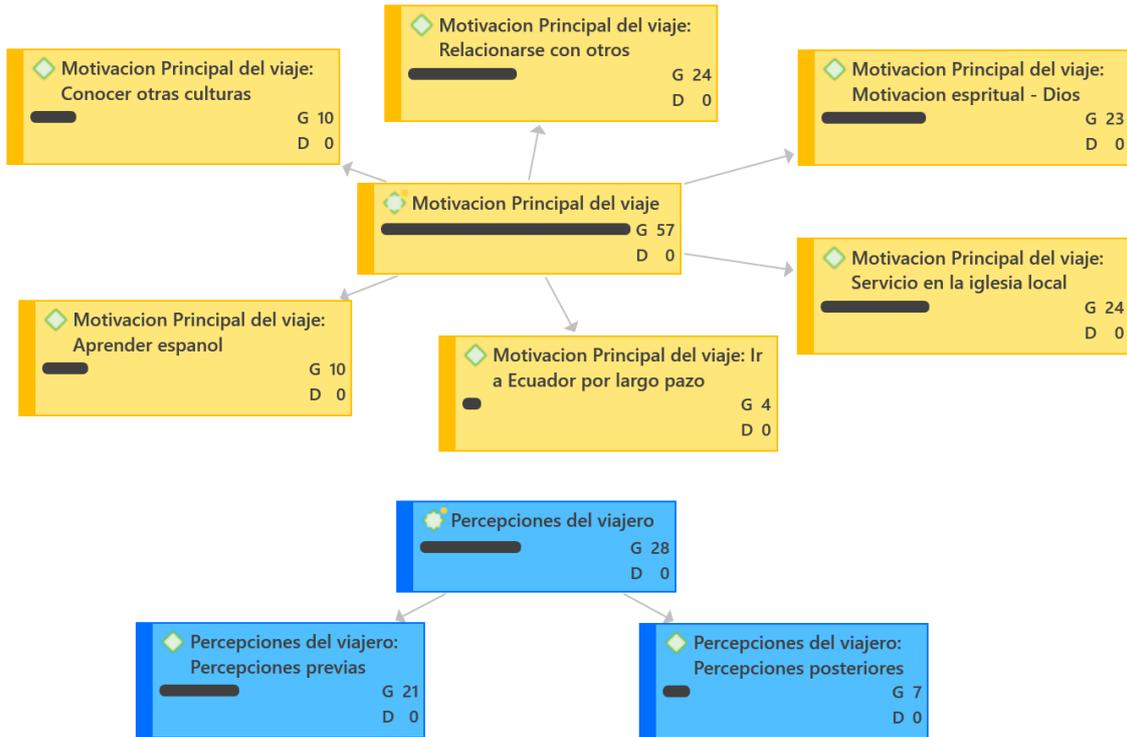
Ocupaciones de los STM

Ocupación	número de personas
College Student at Cedarville University	1
Evangelist	1
Graduate Student	1
Home educator/homemaker	1
IT Technician	1
Marketing Analyst	1
Missionary	1
Nanny	1
Pastor	1
Preschool teacher	1
Programmer and Bible College Professor	1
Retired	1
Software Engineering manager	1
Student	9
Supervisor in food service	1
Warehouse Manager/Customer Service	1
Total general	24

Los factores *Push* indican las principales motivaciones por la que estas personas vienen a Ecuador y a Cuenca para realizar misiones de corto plazo, como se indica en las Figuras 10 y 11.

Figura 10

Factores Push

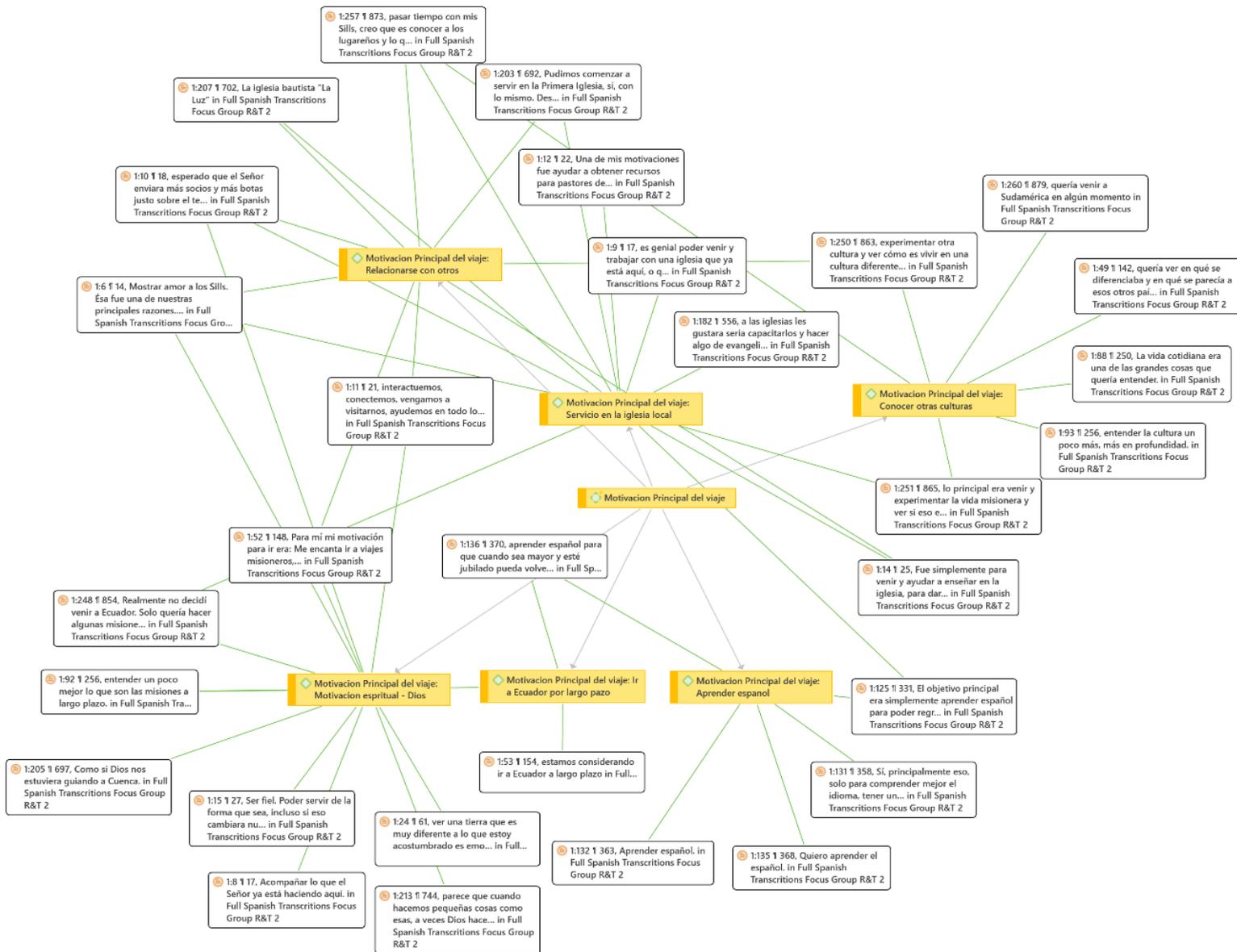


Nota: Elaboración propia utilizando el software AtlasTi 23.

Los STM viajan en misiones de corto plazo principalmente para servir en las iglesias locales y relacionarse con otros. En este servicio se encuentra inmerso un componente espiritual de hacer la voluntad de Dios y ser parte en lo que Dios está haciendo en las iglesias latinoamericanas. Su siguiente motivación para viajar a Cuenca-Ecuador es conocer otras culturas y aprender español. El conocimiento previo de que en Ecuador se habla español y las conexiones y relaciones previas con personas del destino, fueron factores decisivos que motivaron el desplazamiento de los STM hacia este país. Algunos también consideran venir por corto plazo al destino con la intención de prolongar su estancia en el futuro con miras a una residencia.

Figura 11

Motivaciones principales del viaje



Nota: Elaboración propia utilizando el software AtlasTi 23.

Muchos de los entrevistados no eligieron el destino por una percepción o conocimientos previos del lugar, sino por los misioneros residentes de largo plazo “Long-Term Missionaries (LTM)” (Kountz, 2021) que se encontraban en el territorio, como lo afirmó D. C en la entrevista grupal del 5 de octubre del 2023: “No sabía mucho sobre

Cuenca. Pero conocía a los Sills”. En la misma entrevista grupal, D. R (2023) concuerda en que su motivación “fue simplemente para venir y ayudar a enseñar en la iglesia, para dar algún tipo de enseñanza que fuera útil y alentadora para la iglesia mientras estamos aquí alentando a los Sills”.

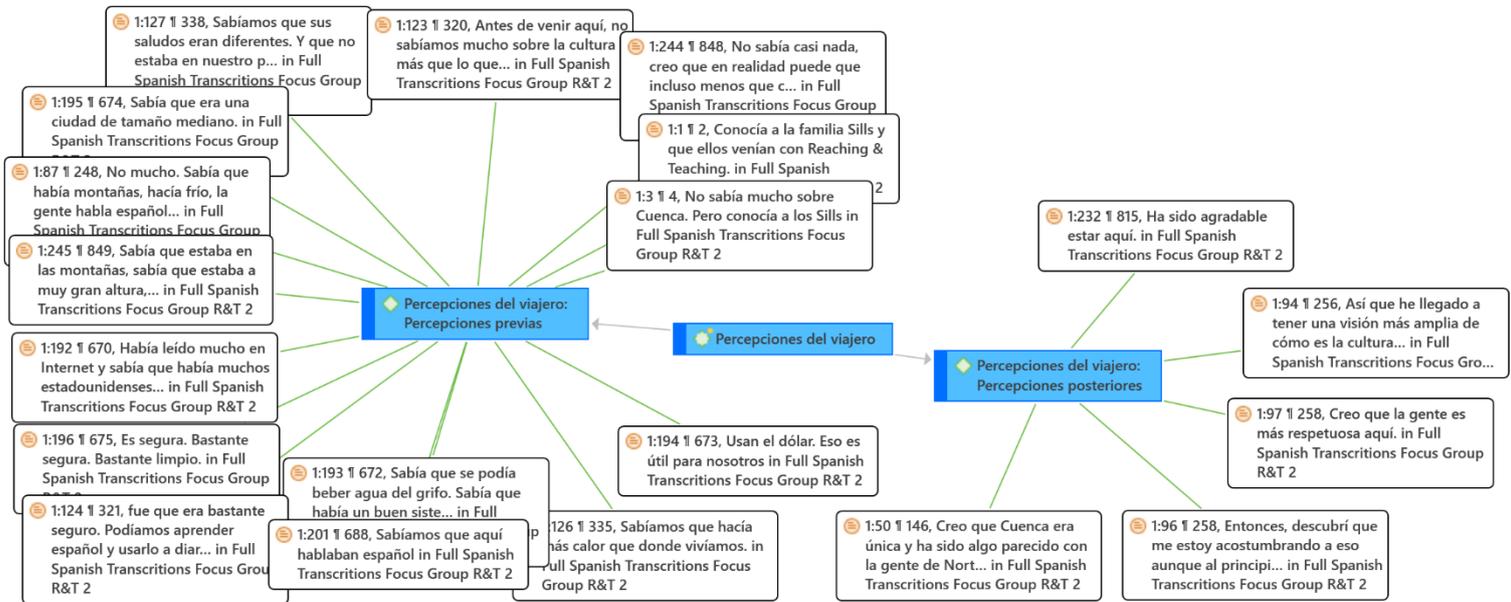
Otra de las motivaciones principales del viaje es el componente espiritual: obedecer a Dios y servir en la iglesia; como lo menciona Mr. Le, en la entrevista grupal del 18 de junio del 2023: “podemos simplemente estar activos en lo que sea que Dios esté haciendo y que podemos unirnos para hacerlo. No siempre sabemos qué: no vinimos con muchos planes de antemano. Simplemente vamos a ir a la iglesia y ver qué podemos hacer”. A esto el misionero D. C, entrevista grupal del 5 de octubre del 2023, acota que el solo hecho de “ver una tierra que es muy diferente a lo que estoy acostumbrado es emocionante porque es otra perspectiva de la creación de Dios que no puedo obtener de donde vengo”.

Las maneras en que los STM esperan relacionarse con otros, influyen en sus preferencias de uso de tiempo libre: “Me gustaría ir a las partes de la ciudad que no son turísticas para ver cómo viven los lugareños y dónde compran. Quiero ver cómo vive la gente y cómo es su día a día” (H. B, entrevista grupal, 5 de octubre del 2023).

La motivación de conocer otras culturas impulsa a los STM a visitar sitios o conocer sobre diferentes religiones para aprender sobre la cultura local. “A mí me gusta ir a cualquier tipo de monumento religioso, aunque no sea de mi confesión o religión, me gusta ver qué significa para la gente y por qué les gusta ir allí o qué creen de ese lugar” (S. T, entrevista grupal, 27 de julio del 2023).

Figura 12

Percepciones del viajero



Nota: Elaboración propia utilizando el software AtlasTi 23.

Aunque previamente la mayoría desconocía muchos factores sobre el destino, todas las percepciones posteriores al viaje misionero fueron positivas ya que sus expectativas se cumplieron y la mayor parte de los entrevistados muestra disposición de regresar a Cuenca por turismo, como se muestra en la Figura 13.

Figura 13

Disposición de regresar al destino



Nota: Elaboración propia utilizando el software AtlasTi 23.

La disposición a regresar por turismo al destino Cuenca es de 4-7, como se muestra en la Figura 13, siendo las opiniones negativas una preferencia de los viajeros a conocer otros lugares en lugar de visitar el mismo sitio dos veces. No obstante, la mayoría está dispuesta a volver para explorar más la ciudad, conocer más de la cultura y comer la gastronomía tradicional. Algunos piensan en volver para vivir en Cuenca y apoyar a la iglesia local.

La duración de la visita solamente con propósitos turísticos oscilaría entre 5 días y 2 semanas, mientras que otra visita como misioneros de corto plazo podría durar desde 3 semanas hasta 3 meses. Hay también quienes preferirían vivir en Cuenca en lugar de regresar cada cierto tiempo por turismo.

4.2 Preferencias de uso de tiempo libre de los misioneros evangélicos protestantes que vienen en misiones de corto plazo a Cuenca

Si bien el motivo principal de los STM es servir en la iglesia local, relacionarse con otros y conocer otras culturas mientras aprenden español, en su tiempo libre prefieren hacer actividades especificadas en la figura a continuación:

Figura 14

Preferencias de uso de tiempo libre

		● ◆ Uso de tiempo libre 👤 54
● ◆	Uso de tiempo libre: Actividades al aire libre	👤 14
● ◆	Uso de tiempo libre: Actividades culturales	👤 7
● ◆	Uso de tiempo libre: Actividades locales	👤 5
● ◆	Uso de tiempo libre: Andar en bicicleta	👤 4
● ◆	Uso de tiempo libre: Deportes	👤 3
● ◆	Uso de tiempo libre: Explorar la ciudad	👤 10
● ◆	Uso de tiempo libre: Fotografía	👤 1
● ◆	Uso de tiempo libre: Granja	👤 1
● ◆	Uso de tiempo libre: Interacción con la gente	👤 12
● ◆	Uso de tiempo libre: Ir al gimnasio	👤 3
● ◆	Uso de tiempo libre: Montañismo	👤 4

Nota: Elaboración propia utilizando el software AtlasTi 23.

Entre las actividades al aire libre se encuentran diversas actividades de recreación en la naturaleza, tales como: senderismo, escalada, excursiones, visitas a parques y áreas naturales principalmente. Las familias misioneras de corto plazo disfrutan en especial de la particularidad del territorio cuencano de estar atravesado por cuatro ríos: “lo que nos gusta hacer en el tiempo libre mientras estamos aquí es caminar junto a los ríos. Esa es mi actividad favorita para hacer aquí” (Mr. K, entrevista grupal, 21 de julio del 2023).

Dentro de estas actividades al aire libre también se destaca el montañismo como una preferencia de uso de tiempo libre entre los STM. Esta es una tendencia creciente de

turismo alternativo, en especial cuando los visitantes provienen de lugares sin relieves montañosos: “deseo disfrutar de la montaña. Soy de Indiana, donde todo es tan plano como este piso” (C.D, entrevista grupal, 5 de octubre del 2023).

Otra relevante preferencia de uso de tiempo libre de los STM es interactuar con la gente local, “sólo interactuar con todos ustedes era tan dulce para escuchar un poco acerca de sus vidas y llegar a conocerles un poco y que fue sin duda lo mejor del viaje” (W. L, entrevista grupal, 27 de julio del 2023). Formar relaciones tanto en la iglesia como en la ciudad también es importante para los STM “Me encanta conocer gente aquí y entablar amistades. Esa es mi cosa favorita” (E. L, entrevista grupal, 18 de junio del 2023).

Entre las actividades culturales que los STM más disfrutaban hacer es visitar museos, mercados, caminar por el centro histórico, ver ruinas arqueológicas, etc. Esto va de la mano con explorar la ciudad y contemplar su arquitectura. Muchas de estas actividades se convergen con los atractivos naturales y culturales intangibles de la ciudad, como lo expresa S. T (entrevista grupal, 27 de julio del 2023) “Me gustaron los mercados para ver los diferentes tipos de cosas que se vendían, los diferentes tipos de productos. Y me sorprendieron mucho las flores y las rosas, cómo Ecuador es un productor masivo de rosas. Fue muy bonito verlo. No sólo para comprar cosas o gastar dinero, sino para ver cómo la gente interactuaba entre sí en el mercado y lo abiertos que estaban a hablar contigo”.

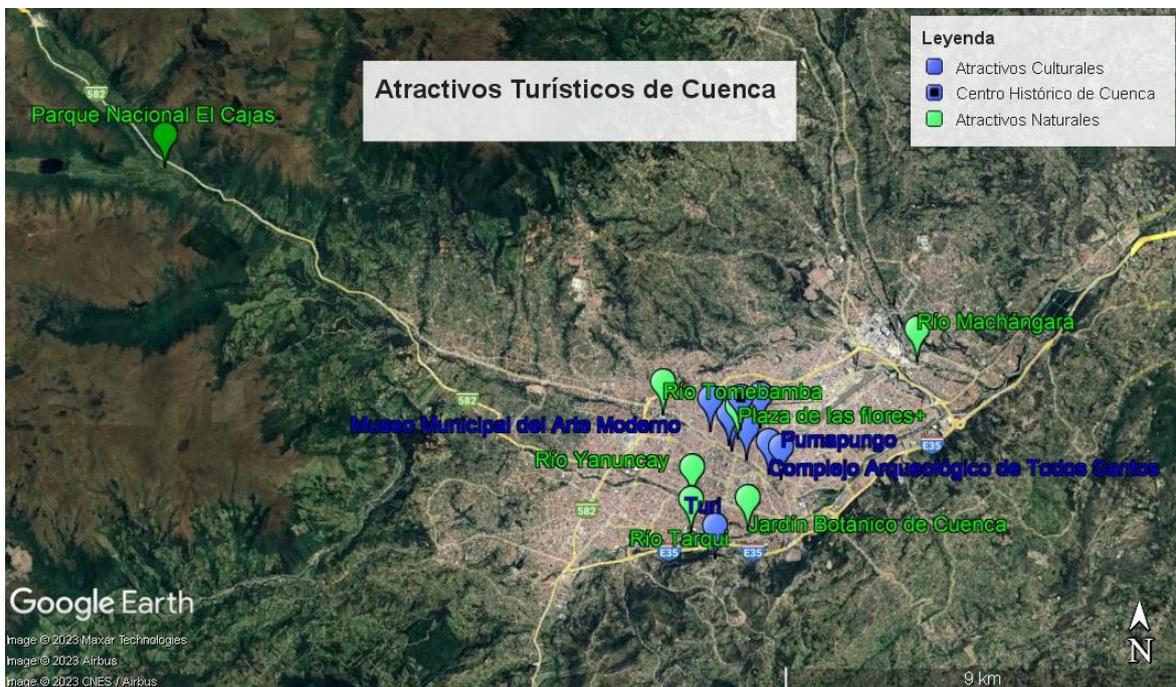
Finalmente, los STM prefieren realizar deportes como el ciclismo, fútbol, natación, baloncesto, montar a caballo e ir al gimnasio. Estas a su vez son actividades locales, al igual que los cursos de extracurriculares, que les permiten involucrarse con los habitantes de la ciudad: “me encantaba jugar deportes con gente aunque no soy muy bueno, pero me gusta mucho. Eso es divertido para mí. Me gusta mucho el Ecuavolley que fue un poco divertido. Yo no sabía que eso existía hasta que vine la primera vez. Pienso que de todos los deportes aquí ese es mi favorito” (J. E, entrevista personal, 19 de julio del 2023).

4.3 Relación entre las motivaciones de los misioneros evangélicos protestantes y sus preferencias de uso de tiempo libre con la oferta turística de Cuenca

Según el análisis de co-ocurrencia del software Atlas Ti 23 (Figura 16), las motivaciones principales (*Push*) que tienen relación con los atractivos complementarios del destino (*Pull*), son el relacionarse con otros y el conocer otras culturas. Esto se evidencia en los atractivos culturales tangibles que los STM prefirieron visitar, entre ellos: museos, mercados, vestigios arqueológicos, el mirador de Turi, Pumapungo, la arquitectura y el centro histórico. A continuación, el siguiente mapa ilustra los atractivos culturales y naturales más relevantes mencionados por los entrevistados:

Figura 15

Atractivos Turísticos de Cuenca



Nota: Elaboración propia utilizando el software Google Earth.

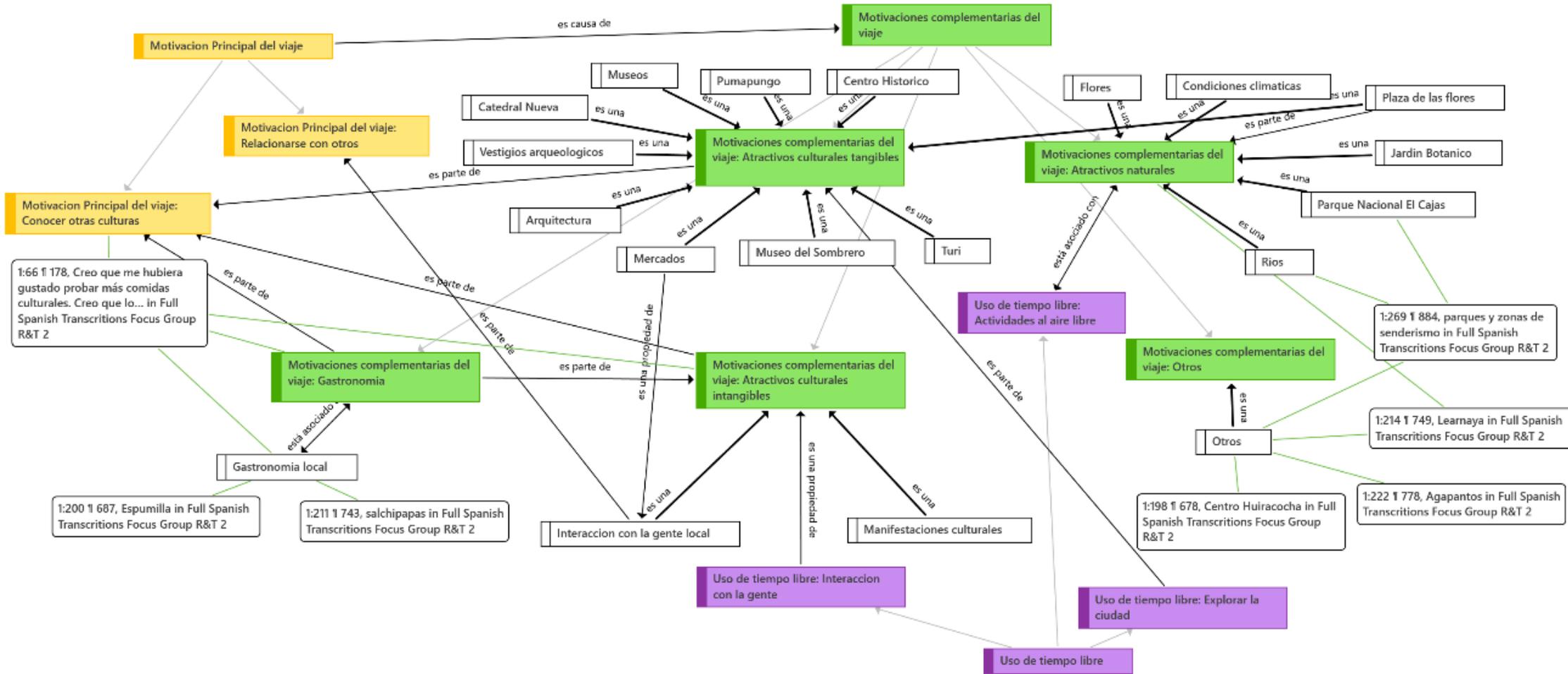
Los atractivos culturales intangibles abarcan las manifestaciones culturales como la danza, vestimenta, el lenguaje, costumbres y forma de ser de la gente. En este apartado se encuentra también la gastronomía local como parte de los saberes ancestrales de los residentes que preparan platos típicos.

El atractivo natural más sobresaliente es el Parque Nacional El Cajas, reconocido como sitio de atracción de los visitantes por las actividades de senderismo y excursión que se pueden realizar en este territorio. Además de ello, a los STM les llama la atención la diversidad biológica que se encuentra en el jardín botánico, el potencial del Ecuador como productor y exportador de flores, y por último, estas personas disfrutaban mucho de caminar junto a los ríos que atraviesan la ciudad.

Las actividades de ocio y recreación que los STM realizan en su tiempo libre están enfocadas en estos tres atractivos mencionados anteriormente: explorar la ciudad, realizar actividades al aire libre e interactuar con la gente, como se muestra en la figura 17 a continuación.

Figura 16

Red de análisis de las motivaciones turísticas de los STM con la oferta turística de Cuenca



Nota: Elaboración propia utilizando el software AtlasTi 23.

CAPÍTULO 5

5. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 DISCUSIÓN

De acuerdo a la teoría del sistema turístico de Jurowski et al., (1996), las motivaciones *Push & Pull* nos permitirían comprender los motivos que tiene una persona para viajar. En el presente estudio se han determinado que las motivaciones principales de viaje de los STM son: espirituales (relacionadas con Dios), de servicio en la iglesia local, relacionarse con otros, conocer otras culturas, aprender español y proyectarse a venir a Ecuador por un largo plazo. Por tanto, se puede considerar a este segmento de estadounidenses como un mercado emergente, compuesto por jóvenes y familias cristianas, en su mayoría profesionales, que cuentan con el apoyo de sus iglesias emisoras de los Estados Unidos y que están dispuestos a volver a Ecuador con familiares y amigos para realizar actividades turísticas.

Eminentemente el grupo de estudio tiene como objetivo realizar actividades religiosas principalmente, como lo explica la teoría *Push*, estas cuestiones intangibles son inherentes del viajero como lo es su relación personal con Dios y el deseo de servir en las iglesias latinoamericanas. Esto confirma la explicación del misionero Kountz (2021), de que no se puede considerar misiones a un viaje que no tiene el propósito de cumplir “La Gran Comisión”, expresada en el marco teórico. Para ello es necesario compartir el evangelio, lo que implica el relacionarse con otros, otra de sus mayores aspiraciones. Las expectativas que las personas tenían del viaje están relacionadas al turismo cultural: conocer otras culturas y aprender el idioma.

Estas expectativas nos brindan oportunidades para el desarrollo de actividades turísticas de índole cultural tangible e intangible en el tiempo libre de los STM. Por ello, llamamos motivaciones complementarias a las motivaciones *Pull*, las cuales están relacionadas a los atractivos tangibles o intangibles de un lugar y puesto que la obra misionera debe desarrollarse en un territorio, se tomaron en cuenta a los atractivos naturales y culturales de Cuenca. Entre ellos los más relevantes fueron el Parque Nacional El Cajas, el Centro Histórico de la ciudad, Turi, El Museo Pumapungo, El museo del Sombrero y los cuatro ríos que atraviesan la ciudad de Cuenca.

Se puede considerar a estas actividades complementarias del viaje de los STM, como actividades de ocio, recreación y turismo, ya que no son la obligación o motivo principal del viaje, sino complementos que les permiten satisfacer su necesidad de autorrealización y esparcimiento, lo cual contribuye a su bienestar y a mejorar la calidad de su experiencia en el extranjero.

5. 2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para el presente estudio se plantearon 3 objetivos específicos que nos permiten determinar cuáles son las motivaciones turísticas de los misioneros evangélicos protestantes que llegan a la ciudad de Cuenca en Ecuador. Gracias a los resultados obtenidos en la investigación, se puede concluir que:

El perfil de los misioneros evangélicos protestantes (STM) que llegan a la ciudad de Cuenca es, por un lado, adultos norteamericanos solteros y por otro, adultos que vienen con su núcleo familiar para servir en la iglesia local por corto plazo, el conocer otras culturas, aprender el idioma y relacionarse con la gente local son los intereses más relevantes manifestados. Otro de los segmentos identificados, son los estudiantes y en su mayoría profesionales, lo cual les permite tener los recursos para viajar, además de contar con el apoyo y sustento de sus iglesias emisoras.

Las preferencias de uso de tiempo libre de este segmento de mercado están intrínsecamente relacionadas a sus motivaciones principales de viaje: relacionarse con otros y conocer otras culturas. De esta manera, los STM prefieren realizar actividades al aire libre en entornos naturales, explorar la ciudad, sus atractivos culturales y también invertir tiempo en formar relaciones con la gente local.

Estas preferencias de uso de tiempo libre se complementan con la oferta turística que Cuenca ofrece, acorde a las nuevas tendencias de turismo sostenible o regenerativo, gracias a la presencia de abundantes atractivos culturales en el centro histórico de la ciudad, a la riqueza hidrográfica y biológica de sus alrededores y a la cultura intangible presente en las tradiciones, costumbres y forma de ser de los habitantes.

Además, las relaciones construidas con los residentes y los atractivos turísticos de la ciudad son factores que motivan una disposición de retorno. Como acompañantes de viaje, los STM regresarían por turismo a Cuenca principalmente con su familia/pareja, o

con sus amigos por un periodo de entre 5 a 14 días. En caso de volver en una misión de corto plazo de nuevo, los STM permanecerían por un periodo mayor: de 3 semanas a 3 meses.

Este mercado potencial debería motivar a los operadores turísticos a desarrollar paquetes o rutas que satisfagan estas expectativas de los STM. Puesto que la demanda no es estacional, se pueden prever experiencias para cualquier época del año tomando en cuenta sus preferencias de uso de tiempo libre. Por ello se recomienda que:

Se oferten experiencias al aire libre para senderismo, montañismo y escalada en pro del turismo de naturaleza, en el Parque Nacional El Cajas y también en otras áreas naturales. Se promueva la accesibilidad en bicicleta a los sitios turísticos de la ciudad y a su vez que se generen rutas turísticas de ciclismo en las parroquias rurales del cantón Cuenca.

En la parte cultural se recomienda capacitar a las agencias misioneras e iglesias receptoras con una orientación de la valor cultural y natural del territorio, proveyéndoles información sobre los principales atractivos turísticos a visitar dentro de la ciudad y a su vez contactos de guías locales para que los STM puedan aprovechar su tiempo libre explorando la ciudad con conocimiento de los lugares a visitar y/o con el acompañamiento de un profesional de turismo.

Finalmente, se recomienda fomentar una oferta lingüística, promoviendo espacios en los cuales los STM puedan aprender o practicar su español con la gente local, promoviendo un ambiente lúdico e interactivo y hasta deslocalizado aprovechando dichos espacios de gran valor cultural y natural. En este sentido, se puede ofertar paquetes de clases de español y actividades culturales en escuelas como AMAUTA Spanish School o Estudio Sampere.

Los viajes misioneros de corto plazo si bien no corresponden a una motivación turística principal, aprovechan los espacios de tiempo libre para realizar actividades de ocio y recreación, lo cual fomenta la actividad turística y la puesta en valor de los atractivos naturales y culturales del territorio. Por tanto, dicho fenómeno invita a establecer una propuesta y revisión de diversas teorías turísticas que contribuyan a establecer líneas innovadoras en dicho ámbito.

REFERENCIAS

- Bandeira-de-Mello, R. y Cunha, C. (2006) "Grounded Theory". En: Godoi, C.; Bandeira-de-Mello, R. & Silva, A. Pesquisa qualitativa em organizações: Paradigmas, estratégias e métodos. Ed. Saraiva, São Paulo, pp. 241-266
- Bataille, Georges (2018). Teoría de la Religión. Dualismo y Moral. Penguin Random House, España.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=OzRvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=religion&ots=EY2cc8tVng&sig=CqDQcgyHlew3P-bncFWsIb4LYY#v=onepage&q&f=false>
- Bideci, M., y Albayrak, T. (2016). *Motivations of the Russian and German tourists visiting pilgrimage site of Saint Nicholas Church*. Tourism Management Perspectives.
- Blanco, C. y Castro, A. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. Nure investigación, 27, 10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7779030>
- Bond, N. y J. Falk. (2013). Tourism and identity-related motivations: why am I here (and not there)? International Journal of Tourism Research, (15), 430-442.
- Calvino, Juan (2005). Institución de la religión cristiana. Universidad de La Sabana. p.130. <http://www.spiritual-minds.com/religion/philosophy/Calvino,%20Juan%20%20Institucion%20De%20La%20Religion%20Cristiana.pdf>
- Cárdenas, A (2020). EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS EXPATS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE CUENCA-ECUADOR. Recuperado el 20 de noviembre de 2023, de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9968/1/15598.pdf>
- Carrasco (2015) Explotación de cascarillas. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/la-explotacion-de-cascarillas-o-quinas-tuvo-su-auge-en-los-siglos-xix-y-xx>
- Corbett, S. y Fikkert, B. (2014). Helping Without Hurting in Short-Term Missions: Leader's Guide. Chicago, IL: Moody Publishers.

- Cuenca, J. (2012). *El valor de la experiencia de ocio en la modernidad tardía*. Obtenido de Deusto Publicaciones: <http://www.deusto-publicaciones.es/index.php/main/libro/969>
- Debbage, K. y D. Ioannides. 2004. *The Cultural Turn? Toward a More Critical Economic Geography of Tourism*. Blackwell Publishing Ltd. London, U.K.
- Deci y Ryan (2000). *La Teoría de la Autodeterminación y la Facilitación de la Motivación Intrínseca, el Desarrollo Social, y el Bienestar*. Obtenido de University of Rochester. https://kibbutz.es/wp-content/uploads/2000_ryandeci_spanishampsysh.pdf
- El Universo, (2016). Iglesia recuerda 120 años de llegada de misioneros. <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/07/05/nota/5673735/iglesia-recuerda-120-anos-llegada-misioneros/>
- Fundación Municipal de Turismo para Cuenca (s.f.) <http://cuencaecuador.com.ec/>
- Gascón, G; García, P; y Hernández, C. (2009). Vía para la diversificación de un destino turístico alternativo. *Retos turísticos*. (3)6, 28-29. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- González et al. (1999): “La incidencia de los Estilos de Vida en la Segmentación de los Mercados Turísticos: Aplicación a la Población Urbana de castilla León”, *Revista de Investigación Económica y Social de Castilla y León*, núm. 2, 41-56.
- González, P. A., y Molina, Ó. (2007). La segmentación de la demanda turística española. *Metodología De Encuestas*, 9(1), 57–92. <http://casus.usal.es/pkp/index.php/MdE/article/download/981/922>
- Grimshaw, M. (2013). *Sheilas on The Move Religion, Spirituality, and Tourism*. *Journal of Religious History*, 37, (4), 541-552.
- Hesselgrave, David J. *Paradigms in Conflict: 10 Key Questions in Christian Missions Today*. Grand Rapids, MI: Kregel Publications, 2005.
- Hesselgrave, David J. y Ed Stetzer. *Missionshift (2010): Global Mission Issues in the Third Millennium*. Nashville, TN: B&H Publishing Group.

- Hurd et al., (2021). Kraus' recreation and leisure in modern society (12th ed.). Jones and Bartlett. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=x-g3EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=leisure+and+recreation+theory&ots=OzihsXE9t&sig=mpagJ_IHIXrQNypfhKr6htHM0Ao#v=onepage&q=leisure%20and%20recreation%20theory&f=false
- INEC, (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas: <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIU%204.0.pdf>
- INEC. (2022). Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2021/Documentos_ESI_DIREJ/Principales%20Resultados%20ESI%202021.pdf
- Jiménez, L y Barbosa, W. (2013). Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliounesp/detail.action?docID=3211625>
- Johnson, Gina y A. Zurlo (2020) "World Christianity, 1900–2050", in: *World Christian Encyclopedia Online*. Consulted online on 12 April 2023 http://dx.doi.org/10.1163/2666-6855_WCEO_COM_0102
- Joshua Project (2023). *Estadísticas mundiales*. joshuaproject.net
- Jurowski, C., Cumbow, M. W., Uysal, M., & Noe, F. P. (1996). The effects of instrumental and expressive factors on overall satisfaction in a park environment. *Journal of Environmental System*, 24(1): 47–67.
- Kountz, M. (2021). Bettering Short-term Missions [a dissertation submitted to the faculty of Midwestern Baptist Theological Seminary in candidacy for the degree of Doctor of Ministry]. In Office of Doctoral Studies. <https://www.proquest.com/openview/304f0ad2958730491d2eaea2e545421d/1?cbl=18750&diss=y&parentsessionid=bslcic7vemh0g5cqy%20>
- León, Amparo (2005). Teorías y conceptos asociados al estudio de las migraciones internacionales. Recuperado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/tsocial/article/view/8476/9120>

- Maslow (1993).: El hombre autorrealizado. Hacia una psicología del ser (trad. de R. Ribé). Kairós, Barcelona.
- Matos, A. (2019). Turismo no convencional. Universidad Nacional de Educación.
- McCabe, A.S. (2000). Tourism motivation process. *Annals of Tourism Research*, 27 (4): 1049-1052.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio (s.f), *Ciudades Patrimonio Cultural del Ecuador – Ministerio de Cultura y Patrimonio*. Gob.ec. Recuperado el 7 de septiembre de 2023, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/ciudades-patrimonio-cultural-del-ecuador/>
- MINISTERIO DE TURISMO (2023), Ranking de entradas y salidas internacionales, <https://servicios.turismo.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales>
- Miranda, Ángel (2020). Reconstrucción de la función de la actividad musical de la Primera Iglesia Bautista de Cuenca desde su fundación el 2 de agosto de 1972 hasta el 2017
- Monteagudo (2004). Para una excelente revisión del origen, la evolución y las implicaciones del concepto de «beneficios» en el campo del ocio, «Los beneficios del ocio, ¿qué son y para qué sirven?», en ADOZ. *Revista de Estudios de Ocio* (28). 2004, pp. 63-72.
- Oficina de Información Diplomática. (2023). Ficha País. Retrieved June 5, 2023, from https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/ecuador_ficha%20pais.pdf
- OMS. (1948). ¿Cómo define la OMS la salud? Preguntas más frecuentes. <https://www.who.int/es/about/frequently-asked-questions#:~:text=%C2%BFC%C3%B3mo%20define%20la%20OMS%20la,ausencia%20de%20afecciones%20o%20enfermedades%C2%BB>
- Operation World (2023). Pray: For Ecuador. Retrieved June 5, 2023, from <https://operationworld.org/locations/ecuador/>

- Palma, R. (2019). “TURISMO ESPIRITUAL: ¿UNA MODA PASAJERA O UNA PRÁCTICA PERMANENTE EN EL VIAJERO DE HOY?” [TESIS DOCTORAL]. Universitat de les Illes Balears.
- Pazmiño et al. (2023). El turismo como factor de desarrollo económico en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *ConcienciaDigital*, 6(1.3), 97-121. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i1.3.2525>
- PDOT (2022). Diagnóstico del Cantón Cuenca. [/https://www.cuenca.gob.ec/sites/default/files/planificacion/dic2022/2_1_Diagnostico.pdf](https://www.cuenca.gob.ec/sites/default/files/planificacion/dic2022/2_1_Diagnostico.pdf)
- Piper, J. (2007). Alégrese las Naciones. Desiring God. https://cdn.desiringgod.org/website_uploads/documents/books-content/Nations-Spanish.pdf
- Piper, J. (2021). What is a baptist? Desiring God. <https://www.desiringgod.org/interviews/what-is-a-baptist>
- Prayag y Ryan. (2011). The relationship between the ‘push’ and ‘pull’ factors of a tourist destination: The role of nationality – an analytical qualitative research approach. *Current Issues in Tourism*, 14(2), 121–143.
- Séneca. (2008). *Diálogos* (J. M. Isidro, Trans.). Editorial Gredos.
- Som, A. (2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12).
- Sooksai, T. (2019). Push-pull factors and behaviors of tourists to Tongchom Market, Mae La Noi District, Mae Hong Son Province, Thailand. *Tourism and Leisure*, 8.
- Tolman, E. C. (1959). Performance vectors: A theoretical and experimental attack upon emphasis, effect, and repression. *American Psychologist*, 14(1), 1–7. <https://doi.org/10.1037/h0044061>
- Tribe, J. (2020). The economics of recreation, leisure and tourism the economics of recreation, leisure and tourism (6th ed.). Routledge. <https://books.google.at/books?id=9mEPEAAAQBAJ>

- Torrecillas y Segura (2019). INFLUENCIA EN LA PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES DE OCIO SOBRE LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS CON DIVERSIDAD FUNCIONAL. In Salud y ciclo vital (pp. 51–58). Dykinson. <https://www.torrossa.com/en/resources/an/4494742>
- Torres, A. (2015). *Teoría de la Gestalt: leyes y principios fundamentales*. Psicologiaymente.com. <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-gestalt>
- UNESCO *World Heritage Centre*. (1999). Centro del Patrimonio Mundial. UNESCO World Heritage Centre. Recuperado el 7 de septiembre de 2023, de <https://whc.unesco.org/es/list/863>
- Uysal, M. y Hagan, L. A. R. (1993) "Motivations of pleasure travel and tourism". En: A VNR'S encyclopedia of hospitality and tourism. Van Nostrand Reinhold, New York, pp. 798-810
- Varela, L. A. y Ron, S. R. (2018). Geografía y clima del Ecuador. BIOWEB. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Disponible en <<https://bioweb.bio/geografiaClima.html>> Consulta: 31 de enero 2019.
- Vukonic, B. (1996). *Tourism and Religion*. Oxford, UK: Pergamon Press.

ANEXOS

Anexo 1. Consentimiento de información y preguntas propuestas como instrumento evaluativo para los grupos focales presenciales y vía zoom:

Leisure, recreation and tourism: analysis of the motivations of protestant evangelical missionaries that come to Cuenca

In-person Focus Group

This research aims to determine and analyze the tourist motivations and use of free time of the evangelical Protestant missionaries who arrive in the city of Cuenca in a short-term mission. This information will provide data bases for more specific studies on this market segment and its relationship with tourist activity in the city.

In the framework of this research, you have been selected to participate in a focus group because of your experience in the topic to be addressed. Your participation is completely voluntary. You can choose not to answer specific questions. Likewise, you will not be asked for information that you consider confidential or sensitive. All information associated with this focus group will be stored securely and confidentially and will be used for academic purposes only.

If you have any questions or concerns about the nature of the research, you can contact Jorge Amaya (+593 992597935) jamaya@uazuay.edu.ec

Overall Objective:

Determine the tourist motivations of evangelical Protestant missionaries arriving in the city of Cuenca – Ecuador

Specific Objectives

- 1.-Identify the tourist profile of Protestant evangelical missionaries arriving in the city of Cuenca
- 2.-Analyze the free time preferences of Protestant evangelical missionaries arriving in the city of Cuenca in the tourist field
- 3.-Relate the free time preferences of Protestant evangelical missionaries with opportunities within the tourist offer in the city of Cuenca

Demographic questions (1 obj.)

Name:

Age:

Nationality:

Occupation:

Religious denomination:

e-mail:

Push

1. **What did you know about Cuenca before coming?**

1. Which are your principal motivations to come to Ecuador on a short-term mission program? (2 obj.)
2. What are your expectations with this trip? (1 obj.)

Pull

3. What would you like to do on your free time during your stay in Cuenca? (2 obj.)
4. Which would be your preference to visit in Cuenca (2 & 3 obj.)
 - a. -Historical city
 - b. -Rivers and nature
 - c. -Culture and traditions
 - d. -Others
5. Would you return to Cuenca for touristic purposes? What would you like to do? How long would you like to stay? With whom would you like to travel? (1 & 3 obj.)
6. Would you like to visit other places in Ecuador? (1 obj.)

Leisure, recreation and tourism: analysis of the motivations of protestant evangelical missionaries that come to Cuenca

Zoom Focus Group

This research aims to determine and analyze the tourist motivations and use of free time of the evangelical Protestant missionaries who arrive in the city of Cuenca in a short-term mission. This information will provide data bases for more specific studies on this market segment and its relationship with tourist activity in the city.

In the framework of this research, you have been selected to participate in a focus group because of your experience in the topic to be addressed. Your participation is completely voluntary. You can choose not to answer specific questions. Likewise, you will not be asked for information that you consider confidential or sensitive. All information associated with this focus group will be stored securely and confidentially and will be used for academic purposes only.

If you have any questions or concerns about the nature of the research, you can contact Jorge Amaya (+593 992597935) jamaya@uazuay.edu.ec

Overall Objective:

Determine the tourist motivations of evangelical Protestant missionaries arriving in the city of Cuenca – Ecuador

Specific Objectives

- 1.-Identify the tourist profile of Protestant evangelical missionaries arriving in the city of Cuenca
- 2.-Analyze the free time preferences of Protestant evangelical missionaries arriving in the city of Cuenca in the tourist field
- 3.-Relate the free time preferences of Protestant evangelical missionaries with opportunities within the tourist offer in the city of Cuenca

Demographic questions (1 obj.)

Name:

Age:

Nationality:

Occupation:

Religious denomination:

e-mail:

Push

1. Which were your principal motivations to come to Ecuador on a short-term mission program? (2 obj.)

1. What did you like to do on your free time during your stay? (2 obj.)
2. What did you enjoy the most of your experience in Ecuador?
3. What things you did not like about the trip?

Pull

4. Which do you think are the most interest attractions in Cuenca? (2 & 3 obj.)
5. Based on your experience, would you return to Cuenca for touristic purposes? What would you like to do? How long would you like to stay? With whom would you like to travel? (1 & 3 obj.)
6. Would you like to visit other places in Ecuador? (1 obj.)

Anexo 2. Fichas de potencialidades de los principales atractivos turísticos de Cuenca:

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	001
NOMBRE DEL ATRACTIVO	PARQUE CALDERÓN
	
DESCRIPCIÓN	EL PARQUE CALDERÓN ES LA PLAZA CENTRAL DE LA CIUDAD, ALREDEDOR DEL CUAL SE ENCUENTRAN LOS PODERES DEL ESTADO SEGÚN LA CONFIGURACIÓN ARQUITECTÓNICA DEL DAMERO: LA IGLESIA, EL MUNICIPIO, LA GOBERNACIÓN PROVINCIAL. EN EL CENTRO DEL PARQUE HAY UNA ESTATUA DEL HÉROE CUENCANO ABDON CALDERÓN. A SU ALREDEDOR SE ENCUENTRAN ÁRBOLES DE ARAUCARIA TRAÍDOS DESDE CHILE POR EL PRESIDENTE LUIS CORDERO.
LOCALIDAD	CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA
UBICACIÓN	2° 53.849'S 79° 0.270'O
ALTITUD	2.552 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	HISTÓRICA
SUBTIPO	SECTOR HISTÓRICO
JERARQUIZACIÓN	IV
ESTADO DEL ATRACTIVO	CONSERVADO
AMENAZAS	CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	002
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEDRAL DE LA INMACULADA CONCEPCIÓN
	
DESCRIPCIÓN	ES LA SEGUNDA CATEDRAL MÁS GRANDE DEL PAÍS, DESPUÉS DE LA BASÍLICA DEL VOTO NACIONAL EN QUITO. SU CONSTRUCCIÓN EMPEZÓ EN 1885 Y TERMINÓ EN 1975. SU ESTILO ARQUITECTÓNICO ES ECLÉCTICO: UNA MESCLA DEL GÓTICO, ROMÁNTICO Y RENACENTISTA. SUS CÚPULAS SON AZULES HACIENDO ALUSIÓN AL CIELO, EL TRONO DE DIOS. PARA ELLO SE TRAJERON AZULEJOS DE REPÚBLICA CHECA. SUS VITRALES SON ALEMANES Y EL ALTAR MAYOR ESTÁ RECUBIERTO POR PAN DE ORO Y MÁRMOL DE CARRARA.
LOCALIDAD	CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA
UBICACIÓN	2° 53.849'S 79° 0.312'O
ALTITUD	2.554 MSNM
ACCESO	GRATUITO/CÚPULAS, CATACUMBAS \$2
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	HISTÓRICA
SUBTIPO	ARQUITECTURA RELIGIOSA
JERARQUIZACIÓN	IV
ESTADO DEL ATRACTIVO	CONSERVADO
AMENAZAS	TURISTIFICACIÓN DE UN LUGAR DE CULTO DE LOS HABITANTES CUENCANOS

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	003
NOMBRE DEL ATRACTIVO	EL SAGRARIO
	
DESCRIPCIÓN	EL SAGRARIO ES TAMBIÉN CONOCIDO TAMBIÉN COMO LA CATEDRAL VIEJA POR SER LA PRIMERA IGLESIA CONSTRUIDA FRENTE A LA PLAZA CENTRAL. TIENE SU ENTRADA PRINCIPAL EN LA CALLE SUCRE. EN TIEMPOS DE LA COLONIA SOLO LA ALTA SOCIEDAD PODÍA ENTRAR A LA MISA, LOS INDÍGENAS DEBÍAN PERMANECER AFUERA EN LA PLAZOLETA. CUANDO LOS CIENTÍFICOS DE LA MISIÓN GEODÉSICA FRANCESA LLEGARON A CUENCA, UTILIZARON ESTA EDIFICACIÓN COMO OBSERVATORIO ASTRONÓMICO PARA SU MISIÓN DE MEDIR LOS MERIDIANOS TERRESTRES. ACTUALMENTE ES UN MUSEO DE ARTE RELIGIOSO Y EN SU INTERIOR SE ENCUENTRA EL PRIMER Y ÚNICO ÓRGANO CONSTUIDO EN LA PROVINCIA DEL AZUAY.
LOCALIDAD	CENTRO HISTÓRICO
UBICACIÓN	2° 53.869'S 79° 0.232'O
ALTITUD	2542 MSNM
ACCESO	§ 2
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	HISTÓRICO
SUBTIPO	ARQUITECTURA RELIGIOSA/ MUSEO RELIGIOSO
JERARQUIZACIÓN	IV
ESTADO DEL ATRACTIVO	CONSERVADO
AMENAZAS	DETERIORO DEL MOBILIARIO

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	004
NOMBRE DEL ATRACTIVO	PLAZA DE LAS FLORES
	
DESCRIPCIÓN	LA PLAZA DE LAS FLORES ES UNO DE LOS MERCADOR AL AIRE LIBRE RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE POR SU COMPONENTE HISTÓRICO-ETNOGRÁFICO. AQUÍ LAS CHOLITAS VENDEN ARREGLOS FLORALES JUNTO AL MONASTERIO DEL CARMEN DE LA ASUNCIÓN. LAS MONJAS DE ESTE CLAUSTRO PREPARAN UNA BEBIDA A BASE DE PLANTAS NATIVAS, PARA CURAR EL INSOMNIO, REDUCIR EL ESTRÉS Y AUMENTAR LAS DEFENSAS. ESTA ES LA TRADICIONAL AGUA DE PITIMAS, QUE SE VENDE A UN COSTADO DE LA PLAZA.
LOCALIDAD	CENTRO HISTÓRICO
UBICACIÓN	2° 53.863'S
	79° 0.348'O
ALTITUD	2554 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	HISTÓRICO
SUBTIPO	SECTORES HISTÓRICOS
JERARQUIZACIÓN	IV
ESTADO DEL ATRACTIVO	CONSERVADO
AMENAZAS	COMERCIO AMBULANTE

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	005
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CEMUART
	
DESCRIPCIÓN	EL CEMUART ES TAMBIÉN CONOCIDO COMO LA CASA DE LA MUJER, YA QUE NACE COMO UNA INICIATIVA DE BRINDAR UN ESPACIO PARA QUE LAS MUJERES (CUYOS MARIDOS MIGRABAN Y LAS DEJABAN SOLAS Y SIN SUSTENTO) PUEDAN VENDER SUS ARTESANÍAS Y ASÍ MANTENER A SU FAMILIA. EN LA ACTUALIDAD ESTE CENTRO ARTESANAL YA NO ES SOLO PARA MUJERES. SE PUEDEN ENCONTRAR DIVERSAS ARTESANÍAS: JOYERÍA, TEXTILES, SOMBREROS, TALABARTERÍA, BISUTERÍA CON ELEMENTOS VEGETALES, INSTRUMENTOS MUSICALES, ENTRE OTROS.
LOCALIDAD	PLAZA DE SAN FRANCISCO
UBICACIÓN	2° 53.877'S 79° 0.428'O
ALTITUD	2554 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	ETNOGRAFÍA
SUBTIPO	ARTESANÍAS
JERARQUIZACIÓN	III
ESTADO DEL ATRACTIVO	CONSERVADO

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	006
NOMBRE DEL ATRACTIVO	PLAZA ROTARY
	
DESCRIPCIÓN	LA PLAZA ROTARY ES UNO DE LOS CENTROS ARTESANALES Y DE COMERCIO MÁS REPRESENTATIVOS DE LA CIUDAD, POR SU VARIEDAD Y CALIDAD EN LA OFERTA. AQUÍ SE PUEDE ENCONTRAR ABUNDANTE CESTERÍA Y ARTESANÍAS CON FIBRAS VEGETALES, IMPLEMENTOS PARA EL HOGAR, TRABAJOS EN MADERA Y SOUVENIRS.
LOCALIDAD	CENTRO HISTÓRICO
UBICACIÓN	2° 53.706'S
	78° 59.987'O
ALTITUD	2538 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	ETNOGRAFÍA
SUBTIPO	ARTESANÍAS
JERARQUIZACIÓN	III
ESTADO DEL ATRACTIVO	CONSERVADO
AMENAZAS	DELINCUENCIA

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	007
NOMBRE DEL ATRACTIVO	MUSEO DEL SOMBRERO
	
DESCRIPCIÓN	EN ESTE MUSEO-BOUTIQUE SE ENCUENTRA LA MAQUINARÍA ANTIGUA PARA LA ELABORACIÓN DE LOS SOMBREROS DE PARA TOQUILLA. SE EXPONEN LOS DISTINTOS EJEMPLARES DE ACUERDO A LA CALIDAD DEL TEJIDO. ESTE TEJIDO ES ORIGINARIO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ Y HA SIDO RECONOCIDO POR LA UNESCO COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD. LA MATERIA PRIMA (CARLUDOVICA PALMATA) SE TRAE DESDE LA COSTA PARA TEJER MANUALMENTE LOS SOMBREROS EN EL AZUAY.
LOCALIDAD	CENTRO HISTÓRICO
UBICACIÓN	2° 54.023'S 79° 0.415'O
ALTITUD	2549 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	HISTÓRICO
SUBTIPO	MUSEO
JERARQUIZACIÓN	III
ESTADO DEL ATRACTIVO	CONSERVADO

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	008
NOMBRE DEL ATRACTIVO	MUSEO PUMAPUNGO
	
DESCRIPCIÓN	EN PUMAPUNGO SE ENCUENTRAN LAS RUINAS ARQUEOLÓGICAS MÁS IMPORTANTES DEL CANTÓN. ESTE ERA EL ANTIGUO PALACIO DE HUAYNA CÁPAC, CONOCIDO COMO LA SEGUNDA CAPITAL DEL IMPERIO INCA DESPUÉS DEL CUZCO. EL MUSEO CONSTA DE 3 PARTES: LA EXPOSICIÓN ETNOGRÁFICA, LA SALA ARQUEOLÓGICA Y EL MUSEO NUMISMÁTICO DEL BANCO CENTRAL EN EL SUBSUELO.
LOCALIDAD	CALLE LARGA Y AV. HUAYNA CAPAC
UBICACIÓN	2° 54.374'S 78° 59.799'O
ALTITUD	2523 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	HISTÓRICO
SUBTIPO	MUSEO
JERARQUIZACIÓN	IV
ESTADO DEL ATRACTIVO	CONSERVADO
AMENAZAS	DESGASTE DE LAS RUINAS ARQUEOLÓGICAS

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	009
NOMBRE DEL ATRACTIVO	LAS HERRERÍAS
	
DESCRIPCIÓN	LA CALLE DE LAS HERRERÍAS ES UNA DE LAS CALLES MÁS ANTIGUAS DE LA CIUDAD, LLAMADA ASÍ POR EL OFICIO DE LA METALURGIA QUE SE EJERCÍA EN ESTE BARRIO. POR ELLO TAMBIÉN, EN HONOR A ESTA PROFESIÓN SE ENCUENTRA LA PLAZA DE HERRERO. EN LA ACTUALIDAD SON POCOS LOS HERREROS QUE MANTIENEN SUS TALLERES EN ESTA CALLE. HA PROLIFERADO MÁS EL ATRACTIVO GASTRONÓMICO DE LAS TORTILLAS DE TUESTO.
LOCALIDAD	CALLES LAS HERRERÍAS
UBICACIÓN	2° 54.662'S 78° 59.718'O
ALTITUD	2499 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	ETNOGRÁFICO
SUBTIPO	COMIDA TÍPICA
JERARQUIZACIÓN	III
ESTADO DEL ATRACTIVO	REGULAR
AMENAZAS	CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	010
NOMBRE DEL ATRACTIVO	PARQUE NACIONAL EL CAJAS
	
DESCRIPCIÓN	EL PARQUE NACIONAL CAJAS FORMA PARTE DEL SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS Y HA SIDO RECONOCIDO COMO UNA RESERVA DE LA BIÓSFERA Y SITIO RAMSAR POR LA IMPORTANCIA DE SUS HUMEDALES. DE AQUÍ NACEN LOS 4 RÍOS QUE ATRAVIESAN CUENCA. SU ECOSISTEMA DE PÁRAMO ANDINO ALBERGA GRAN BIODIVERSIDAD Y TIENE UN GRAN POTENCIAL PARA AVITURISMO, SENDERISMO Y CAMPING.
LOCALIDAD	SAYAUSÍ, MOLLETURO
UBICACIÓN	2° 46.952'S
	79° 13.451'O
ALTITUD	4059 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	SITIO NATURAL
TIPO	BOSQUE
SUBTIPO	PÁRAMO
JERARQUIZACIÓN	IV
ESTADO DEL ATRACTIVO	VULNERABLE
AMENAZAS	CAMBIO CLIMÁTICO, CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	011
NOMBRE DEL ATRACTIVO	LAGUNA LLAVIUCU
	
DESCRIPCIÓN	LA LAGUNA DE LLAVIUCU FORMA PARTE DEL PARQUE NACIONAL CAJAS. SE LA CONOCE TAMBIÉN COMO "ZORROCUCHO". ES UN SITIO IDEAL PARA CAMINATAS LIVIANAS. EL SENDERO ALREDEDOR DE LA LAGUNA TIENE UNA DISTANCIA DE 5KM Y PERMITE LA OBSERVACIÓN DE DISTINTAS ESPECIES DE FLORA Y FAUNA LOCAL.
LOCALIDAD	SAYAUSÍ
UBICACIÓN	2° 50.569'S 79° 8.820'O
ALTITUD	3150 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	SITIO NATURAL
TIPO	AMBIENTE LACUSTRE
SUBTIPO	LAGUNA
JERARQUIZACIÓN	III
ESTADO DEL ATRACTIVO	DESCUIDADO
AMENAZAS	FALTA DE GESTIÓN DEL ATRACTIVO

FICHA DE POTENCIALIDADES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CUENCA	
FICHA N°	012
NOMBRE DEL ATRACTIVO	PASE DEL NIÑO VIAJERO
	
DESCRIPCIÓN	EL PASE DEL NIÑO VIAJERO ES UNA DE LAS MANIFESTACIONES POPULARES MÁS IMPORTANTES A NIVEL NACIONAL. SE REALIZA EL 24 DE DICIEMBRE EN HONOR AL NACIMIENTO DEL NIÑO JESÚS. EL GRAN DESFILE CUENTA CON CARROS ALEGÓRICOS, DANZAS, PRIOSTES, JINETES Y MUCHOS ADORNOS. EL DESFILE GENERALMENTE EMPIEZA A LAS 10H00 Y TERMINA EN EL PARQUE CALDERÓN. ESTA CELEBRACIÓN TUVO QUE SUSPENDERSE POR SU MAGNITUD DURANTE EL CONFINAMIENTO POR LA CRISIS SANITARIA DEL COVID-19 . POCO A POCO SE HA IDO REACTIVANDO ESTA TRADICIÓN CULTURAL.
LOCALIDAD	CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA
UBICACIÓN	2° 53.849'S 79° 0.270'O
ALTITUD	2.552 MSNM
ACCESO	GRATUITO
CATEGORÍA	MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	ETNOGRÁFICO
SUBTIPO	TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES
JERARQUIZACIÓN	IV
ESTADO DEL ATRACTIVO	EN RECUPERACIÓN
AMENAZAS	EMERGENCIAS SANITARIAS (COVID-19)