



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

**Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas**

**Carrera de Turismo**

**DISEÑO DE UN CITY TOUR SENSORIAL EN  
EL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA: UNA  
EXPERIENCIA INMERSIVA PARA  
CONECTAR A LOS VISITANTES CON LA  
IDENTIDAD CUENCANA.**

Autor:

**Iván Moncayo Cárdenas**

Directora:

**Natalia Rincón Del valle**

**Cuenca – Ecuador**

**2026**

## **DEDICATORIA**

A mi madre, a mi abuelita y a mis hermanos por su apoyo incondicional desde el inicio; y a mí mismo, por mantener la confianza y la perseverancia a lo largo de este proceso.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, a mi madre, a mi abuelita y a mis hermanos, por ser un pilar fundamental en cada etapa de mi formación. Agradezco también a mis maestros y maestras, quienes fueron más allá de la transmisión de conocimientos, aportando no solo a mi formación académica, sino también a mi crecimiento personal y profesional. De manera especial agradezco a mi tutora, Lcda. Natalia María Rincón del Valle, Mgt., por su acompañamiento durante el desarrollo de esta investigación. Asimismo, agradezco a Karina Farfán, PhD., por su confianza y por su orientación en la etapa final de este proceso. Finalmente, agradezco a todas las personas que la universidad puso en mi camino a lo largo de estos cuatro años, en especial a mis amigos, quienes formaron parte esencial de esta experiencia y contribuyeron significativamente a este logro.

## RESUMEN

El turismo en el Centro Histórico de Cuenca se ha desarrollado mediante recorridos tradicionales que limitan la participación del visitante y su conexión con la identidad local. Frente a esta situación, el estudio tuvo como objetivo diseñar un city tour sensorial orientado a generar experiencias más participativas y significativas. La investigación se fundamentó en el turismo experiencial, que plantea que la activación de los sentidos fortalece el vínculo emocional con el destino. Metodológicamente, se aplicó observación participante mediante bitácoras de evaluación en tres tipos de recorridos, complementada con entrevistas a turistas, evidenciando una débil conexión con la identidad cuencana. Con base en estos resultados, se diseñó un recorrido sensorial implementado con ocho participantes. Los resultados demostraron que la integración de estímulos sensoriales fortalece la interpretación del patrimonio, el involucramiento del visitante y su conexión con la identidad cultural.

**Palabras clave:** city tour, Cuenca, experiencia turística, identidad cultural, turismo experiencial

## **ABSTRACT**

Tourism in the Historic Center of Cuenca has developed through traditional tours that limit visitor participation and their connection with local identity. In response, this study aimed to design a sensory city tour focused on creating more participatory and meaningful experiences. The research was grounded in experiential tourism, which suggests that sensory stimulation strengthens the emotional bond with the destination. Methodologically, participant observation was applied through evaluation logs across three types of tours, complemented by interviews with tourists, revealing a weak connection with Cuenca's identity. Based on these findings, a sensory-based itinerary was designed and implemented with eight participants. The results demonstrated that the integration of sensory stimuli enhances heritage interpretation, visitor engagement, and their connection with cultural identity.

**Keywords:** city tour, Cuenca, tourism experience, cultural identity, experiential tourism.

.

## Contenido

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
RESUMEN .....	iii
ABSTRACT .....	iv
CAPÍTULO I .....	1
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Turismo.....	1
1.1.1 Turismo Cultural.....	2
1.1.2 Turismo Urbano.....	4
1.2 Patrimonio Cultural.....	4
1.2.1 Identidad Cultural .....	5
1.2.2 Centro Histórico de Cuenca.....	6
1.3 Interpretación Turística.....	7
1.4 Turismo Experiencial.....	9
1.4.1 Turismo Sensorial.....	11
1.4.2 Diseño de experiencias turísticas.....	12
1.5 City Tour.....	13
1.5.1 Enfoques teóricos para el diseño de un City Tour.....	14
CAPÍTULO II.....	17
2. DISEÑO DEL GUIÓN PARA EL CITY TOUR SENSORIAL .....	17
2.1 Incorporación de hallazgos teóricos y elementos sensoriales en la narrativa turística.....	17
2.2 Estructuración del guión del recorrido sensorial .....	18
2.3 Propuesta de itinerario del <i>City Tour</i> Sensorial.....	20
2.4 Diseño técnico del itinerario del City Tour Sensorial.....	23
a) Bienvenida .....	23
b) Experiencia biofílica – flor de vida.....	23
c) Interacción cultural local.....	24
d) Catedral antigua .....	24
e) Activación sensorial urbana.....	25
f) Degustación Paccari.....	25
g) Plaza de las Flores.....	26
h) Activación sensorial visual .....	26
i) Momento wow .....	27

j)	Cierre.....	28
2.5	Guión operativo del City Tour Sensorial .....	28
A.	Iglesia de todos santos .....	28
B.	Caminata consciente .....	30
C.	Plazoleta de la Merced .....	30
D.	Garasa .....	31
E.	Catedral antigua .....	31
F.	Parque Calderón.....	36
G.	Camino a Paccari .....	37
H.	Paccari.....	38
I.	Plaza de las Flores.....	38
J.	Catedral Nueva.....	40
K.	Casa Yangoe .....	42
L.	Cierre.....	42
2.7	Presupuesto .....	43
CAPÍTULO 3	.....	44
3.	METODOLOGÍA .....	44
3.1	Diagnóstico de los recorridos turísticos en el Centro Histórico de Cuenca.....	48
3.1.1	Caracterización de los recorridos turísticos tradicionales.....	49
3.1.2	Análisis de la narrativa, interacción y dinámica de los recorridos .....	52
3.1.3	Perspectivas de innovación y tendencias en los recorridos turísticos.....	54
CAPÍTULO IV	.....	56
4.	RESULTADOS.....	56
4.1	Experiencia previa en recorridos sensoriales .....	56
4.1.1	Nivel de involucramiento sensorial durante la experiencia.....	57
4.1.2	Conexión emocional generada por los espacios visitados.....	58
4.1.3	Evaluación de la organización logística del recorrido .....	59
4.1.4	Percepción del valor agregado de la experiencia.....	60
4.1.5	Momentos de mayor impacto durante el recorrido.....	61
4.2	Discusión de resultados .....	62
5.	CONCLUSIONES.....	65
REFERENCIAS	.....	74

## Índice de tablas

Tabla 1 Cuadro comparativo de componentes para el diseño de un City Tour .....	16
Tabla 2 Itinerario del City Tour Sensorial .....	21
Tabla 3 Costos del recorrido sensorial.....	43
Tabla 4 Instrumento utilizado para la evaluación de los tours.....	45
Tabla 5 Entrevistas a turistas posterior a la experiencia turística .....	46
Tabla 6 Entrevista a actores turísticos con el objetivo de conocer su punto de vista en relación con la implementación de estímulos sensoriales en el Centro Histórico de Cuenca	47
Tabla 7 Resultados de la evaluación de los tours .....	51
Tabla 8 Nivel de integración sensorial por tipo de tour.....	52
Tabla 9 Nivel de impacto emocional percibido .....	54
Tabla 10 ¿Ha participado previamente en un tour que incluya experiencias sensoriales (uso intencionado de los sentidos como parte del recorrido)? .....	57
Tabla 11 Durante el recorrido sentí que se activaron varios de mis sentidos .....	58
Tabla 12 El recorrido logró conectar mis emociones con los lugares visitados .....	59
Tabla 13 La organización del recorrido (tiempos, logística, secuencia) fue adecuada.....	60
Tabla 14 Considero que esta experiencia aporta valor diferente a un city tour tradicional ...	61
Tabla 15 ¿Qué momento le impactó más? .....	62

## Índice de figuras

Figura 1 Infografía del city tour sensorial.....	64
--	----

## Índice de anexos

Anexo 1 Modelo de bitácora de evaluación del city tour (sección inicial).....	67
Anexo 2 Modelo de bitácora de evaluación del city tour (registro de observaciones) .....	68
Anexo 3 Modelo de bitácora de evaluación del city tour (parte final) .....	69
Anexo 4 Formato de consentimiento informado (página 1) .....	70
Anexo 5 Formato de consentimiento informado (página 2) .....	71
Anexo 6 Registro del pilotaje del city tour sensorial en el punto inicial del recorrido (Todos Santos).....	72
Anexo 7 Registro del pilotaje del city tour sensorial en la fase final de la experiencia (Casa Yangoe).....	72
Anexo 8 Evidencia de la encuesta post-experiencia aplicada a los participantes del city tour sensorial .....	73

# **CAPÍTULO I**

## **1. MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Turismo**

El turismo ha sido objeto de estudio desde varias disciplinas, lo que ha permitido desarrollar definiciones que contribuyen a explicar su complejidad. Por una parte, se entiende por turismo al conjunto de actividades realizadas por personas que viajan y permanecen temporalmente fuera de su entorno habitual durante un período inferior a un año, siempre que no exista una relación laboral en el destino visitado (Naciones Unidas, 2010). Por otra parte, desde enfoques teóricos más amplios, el turismo también es analizado como un fenómeno social y territorial. En este sentido, Mathieson y Wall (1982) lo describen como el movimiento temporal de personas hacia destinos específicos, junto con las actividades que allí se llevan a cabo, poniendo énfasis en la relación que se establece entre los visitantes, las comunidades anfitrionas y el entorno. Del mismo modo, Cooper et al. (2008) proponen una visión del turismo como un sistema compuesto por la interacción entre la demanda, la oferta, la intermediación y el espacio del destino.

En la actualidad, el estudio del turismo ha evolucionado hacia un enfoque centrado en la experiencia del viajero, desplazando el interés por la prestación de servicios. Este cambio, conocido como economía de la experiencia, plantea que el valor turístico se articula a partir de experiencias significativas, diseñadas para generar vínculos emocionales con el visitante. Como resultado, la experiencia se convierte en el principal componente del producto turístico, más allá del simple consumo de bienes o servicios (Pine & Gilmore, 1998).

Este concepto corresponde a una visión más contemporánea de la actividad turística. Robinson et al. (2020) enfatizan que el turismo es un proceso que no corresponde únicamente a la estancia en el destino, sino que incluye el desplazamiento y el tránsito del viajero como partes fundamentales de la experiencia. Adicionalmente, los autores destacan que el turismo es una actividad caracterizada por su intangibilidad, heterogeneidad, inseparabilidad y caducidad, es decir, que la experiencia turística no puede almacenarse, repetirse de forma idéntica ni separarse del lugar en el que se produce.

Bajo esta perspectiva, el turismo se manifiesta a través de diversas modalidades que responden a las motivaciones particulares del viajero. Entre estas, destaca aquella que utiliza la identidad y el legado de los pueblos como eje central, dando paso al análisis del turismo cultural.

### **1.1.1 Turismo Cultural**

Partiendo de la definición general de la actividad turística, es fundamental abordar el turismo cultural como una de sus dimensiones más significativas. Así, la Organización Mundial de Turismo [ONU Turismo] (2017) define al turismo cultural como una modalidad de actividad turística en la que la principal motivación del visitante está orientada al aprendizaje, descubrimiento y vivencia de los atractivos y productos culturales, tanto materiales como inmateriales, presentes en el destino. El abordaje de esta modalidad resulta de suma importancia, ya que contribuye a la preservación y valorización del patrimonio cultural, al permitir que los elementos heredados se mantengan con vida y significado en el contexto actual.

De manera complementaria, la Fundación Botín (2025) señala que el turismo cultural se fundamenta en el reconocimiento, protección y cuidado del patrimonio cultural, entendido como el conjunto de expresiones que reflejan la historia y la identidad de una sociedad. Estas expresiones fortalecen la memoria colectiva y se constituyen en un atractivo relevante para los visitantes interesados en conocer y experimentar la diversidad cultural del destino.

No obstante, Fyall y Garrod (1998) coinciden en que el turismo cultural posee un carácter multifuncional, ya que puede integrarse con otras modalidades del turismo, desempeñando tanto un rol central en el desplazamiento del visitante como una función secundaria que enriquece la experiencia turística. Es decir, el turismo cultural puede entenderse como una actividad que se apoya en el aprovechamiento de otros recursos de un territorio con el fin de atraer visitantes. En relación con lo anterior, el proceso experiencial, en este marco, se articula con otras prácticas como la gastronomía, las compras o con el turismo de naturaleza. En determinados casos, la cultura constituye la principal motivación del viaje, mientras que en otros actúa como un elemento adicional que aporta valor a la experiencia.

Además de entender al turismo cultural como consumo de patrimonio, Mousavi et al. (2016) aportan una mirada más actualizada al señalar que la cultura no es algo fijo que simplemente se muestra al visitante, sino un proceso que tiene la capacidad de construirse aprovechando los beneficios del turismo. En este sentido, la cultura deja de ser herencia del pasado y pasa a convertirse en una práctica viva. Esta visión permite comprender al turismo cultural no solo como una actividad económica, sino como un mecanismo social que incide en la construcción de la identidad cultural de los territorios. Comprender la dimensión cultural del turismo conduce a analizar el espacio donde estas manifestaciones se articulan y se experimentan, la urbe.

### **1.1.2 Turismo Urbano**

La ciudad se configura como el panorama donde la cultura se vive y se proyecta hacia el visitante, dando paso a lo que diversos autores conceptualizan como turismo urbano. Dicha modalidad se concibe como una forma de actividad turística que se desarrolla en el ámbito de la ciudad, donde el espacio urbano adquiere un papel fundamental dentro de la experiencia del visitante. Desde esta perspectiva, Judd (2003) plantea que el turismo urbano no se limita exclusivamente a la visita de atractivos puntuales, sino que es el resultado de la relación entre el visitante con la estructura espacial, social y funcional del destino, en la que convergen áreas turísticas planificadas y espacios asociados a la vida cotidiana urbana.

Este enfoque se integra con lo expuesto por ONU Turismo (2025), que considera al turismo urbano como una actividad que tiene lugar en espacios urbanos caracterizados por una economía predominantemente no agrícola, sustentada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios. En este aspecto, los destinos urbanos se distinguen por ofrecer una amplia y diversa gama de experiencias, que incluyen manifestaciones culturales, arquitectónicas, sociales, tecnológicas y naturales.

A partir de lo anterior, Bertonecello e Iuso (2016) mencionan que el turismo urbano no se limita al centro histórico o tradicional de la ciudad, sino que también se vincula a las distintas localidades que conforman un área metropolitana. En estos espacios, la infraestructura urbana, la disponibilidad de servicios y la concentración de atractivos contribuyen a la consolidación del destino. La experiencia urbana se fundamenta en los valores patrimoniales que forman la identidad y el significado del territorio.

## 1.2 Patrimonio Cultural

"El patrimonio es el legado que heredamos del pasado, con el que vivimos hoy en día, y que transmitiremos a las generaciones futuras. Nuestro patrimonio cultural y natural constituye una fuente irremplazable de vida y de inspiración" (UNESCO, 1972, p. 1).

Bajo este punto de vista, Prats (2000) sostiene que el patrimonio cultural no debe ser considerado como un conjunto de bienes que existen de manera espontánea, sino como consecuencia de una construcción social basada en decisiones colectivas. A través de este proceso, las sociedades seleccionan, reconocen y asignan valor a determinados elementos culturales, al considerarlos significativos y merecedores de conservación, independientemente de su utilidad.

Así, el patrimonio no existe de manera autónoma, sino que adquiere sentido a través de discursos y prácticas sociales que lo interpretan, lo legitiman y lo consolidan como una representación cultural común. Asimismo, Rodríguez (2010) interpreta el patrimonio cultural como una construcción social e histórica que no responde a una realidad fija u objetiva, sino a la selección dinámica de bienes a los que las sociedades otorgan valor en función de sus dinámicas cambiantes.

Tradicionalmente, el patrimonio cultural se clasifica en dos grandes categorías: patrimonio cultural tangible y patrimonio cultural intangible. En relación con este último, la UNESCO (1972) indica que el patrimonio cultural intangible está conformado por saberes, tradiciones, expresiones, técnicas y prácticas que individuos, grupos y comunidades reconocen como parte de su identidad. Estas manifestaciones no se limitan a conocimientos o costumbres, sino que incluyen también a los objetos, herramientas y espacios que les dan soporte y significado. Por lo tanto, se caracterizan por transmitirse de generación en generación y por adaptarse de manera constante a los cambios del territorio.

Por su parte, el patrimonio cultural tangible comprende aquellas expresiones culturales que se materializan en bienes físicos. Este tipo de patrimonio se subdivide en dos categorías principales. El patrimonio tangible mueble incluye los objetos que pueden ser trasladados de un lugar a otro, como pinturas, esculturas, manuscritos, utensilios, objetos religiosos y vestigios arqueológicos.

En contraste, el patrimonio tangible inmueble está constituido por bienes que no pueden ser desplazados debido a su naturaleza, tales como catedrales, conventos, palacios, bibliotecas, archivos, centros históricos, museos y sitios arqueológicos, cuyo valor reside en el escenario territorial en el que se encuentran (*Tipos de Patrimonio Cultural*, 2024).

En el contexto ecuatoriano, la UNESCO reconoce varios elementos como parte del Patrimonio Cultural de la Humanidad:

- San Francisco de Quito (1978).
- Santa Ana de los Ríos de Cuenca (1999).
- Un sistema vial: Qhapaq Ñan o sistema vial andino (2014) categoría itinerario cultural.
- El tejido tradicional de Paja Toquilla Ecuatoriano (2012)
- El Patrimonio Oral y las Manifestaciones Culturales del Pueblo Zapara (2008), Música de Marimba Cantos y Danzas Tradicionales de la Provincia de Esmeraldas (2015) patrimonio inmaterial. (García, 2022)

Este estudio se centra en el Centro Histórico de Cuenca, ya que es el lugar donde se encuentra gran parte de su riqueza patrimonial y donde se encuentra la mayor actividad turística de la ciudad. También, este espacio representa un símbolo de identidad para los cuencanos. Por ello, se considera el escenario más apropiado para la implementación del *city tour* propuesto. Los valores patrimoniales adquieren significado en la medida que son asumidos por la comunidad, dando lugar a procesos de construcción de identidad cultural. La valorización social del patrimonio se relaciona directamente con la configuración de la identidad cultural de los territorios.

### **1.2.1 Identidad Cultural**

Según Vallespir (1999) la identidad cultural es el resultado de un proceso mediante el cual los individuos construyen un sentido de pertenencia a través de valores, tradiciones, creencias, costumbres y formas de vida compartidas. Esto no es algo estático ni definitivo, sino que se va configurando y transformando con el tiempo. Este sentido de pertenencia permite que los grupos se reconozcan dentro de una comunidad y se relacionen con otros grupos sin perder sus referentes propios.

En contraste, Aponte (2003) afirma que la identidad cultural no se refiere únicamente al conjunto de tradiciones, valores o expresiones simbólicas, sino también a la relación cotidiana que las personas establecen con el sistema territorial en el que habitan. En consecuencia, el territorio influye de manera directa en la forma en que los individuos perciben el mundo, se reconocen como parte de una comunidad y desarrollan sentidos de pertenencia y orgullo colectivo.

Desde una mirada más contemporánea, de acuerdo con Campos-Winter (2018), la identidad cultural se comprende como una construcción que se forma a través de relatos, memorias e imaginarios compartidos dentro de una sociedad. Más que un conjunto fijo de rasgos heredados, la identidad se expresa en la manera en que una comunidad se reconoce, se presenta y se proyecta, integrando experiencias del pasado con realidades del presente. La identidad cultural requiere de un soporte territorial y simbólico que permita su manifestación y permanencia en el tiempo. En el caso de Cuenca, ese lugar es su corazón urbano, el centro histórico.

### **1.2.2 Centro Histórico de Cuenca**

Uno de los escenarios donde la identidad cultural adquiere mayor visibilidad es el centro histórico de la ciudad, espacio estructurado como un entorno simbólico donde confluyen expresiones patrimoniales y dinámicas sociales. En particular, el Centro Histórico de Cuenca, reconocido oficialmente como Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 1999, constituye un espacio urbano de alto valor histórico y cultural, en el que convergen elementos arquitectónicos, sociales y simbólicos que evidencian más de cuatro siglos de desarrollo sociocultural. Este sector de la ciudad se distingue por conservar su trazado urbano original, así como por la presencia de calles, plazas y edificaciones que reflejan estilos de construcción que abarcan desde el período colonial hasta la etapa republicana, convirtiéndolo en un referente del proceso de mestizaje entre tradiciones indígenas y europeas. El centro histórico se constituye como un espacio dinámico en el que la cotidianidad y la memoria colectiva interactúan constantemente (UNESCO, 1999).

Igualmente, Trail Forth Journal (2025) argumenta que este espacio se caracteriza por la preservación de su arquitectura combinada con una diversidad de actividades sociales, comerciales y culturales que aportan vitalidad al paisaje urbano. Esta mezcla posiciona al centro histórico como un escenario urbano donde la historia y la modernidad coexisten e interactúan.

Desde una perspectiva más crítica, Cabrera (2020) expresa que este espacio debe entenderse como un entorno patrimonial vivo, en el que las políticas de conservación han priorizado la protección física de la arquitectura y los bienes materiales, generando al mismo tiempo impactos en las prácticas sociales y en la vida de los residentes. Esto genera que el turismo desempeñe un rol activo al impulsar procesos de conservación.

Reconocer al Centro Histórico de Cuenca como un espacio vivo implica asumir el reto de comunicar su riqueza sin dejar de lado su esencia. Sin embargo, cabe mencionar que este centro histórico está contextualizado con algunas problemáticas, derivadas del uso intensivo del turismo, tales como la gentrificación y la turistificación que pueden ser elementos que puedan coadyuvar en la experiencia turística. Para que el patrimonio supere su dimensión física y se convierta en una experiencia significativa, se requieren de estrategias capaces de traducir su historia desde un enfoque ético y sostenible, que priorice el bienestar de la comunidad local y contribuya a mitigar los efectos asociados a los problemas mencionados.

### **1.3 Interpretación Turística**

Contar la historia de un lugar, consecuentemente, exige algo más que la simple transmisión de datos, implica construir vínculos entre el pasado y el presente. De acuerdo con Perera y Betancourt (2016), la interpretación turística es una disciplina aplicada y una herramienta de gestión orientada a comunicar y poner en valor el significado del patrimonio cultural y natural, superando la transmisión de información descriptiva. Su propósito no se limita a informar al visitante, sino a facilitar procesos de comprensión y vinculación entre las personas y el destino, a través del uso de técnicas que fomentan la participación, despiertan emociones y mantienen el interés durante la experiencia. La interpretación se conforma como un mecanismo que dinamiza el patrimonio, favoreciendo tanto su conservación como su aprovechamiento turístico.

Por ello, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2021) manifiesta que la interpretación turística es una herramienta destinada a transformar contenidos técnicos o complejos en mensajes comprensibles para el público. Mediante este proceso, se logra transmitir de manera significativa el valor del patrimonio. De esta forma, la interpretación no se reduce a un acto informativo, sino que estimula la participación activa del visitante, favoreciendo una experiencia más consciente y significativa.

Desde una aproximación moderna, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2019) aporta una definición más funcional orientada a la planificación turística, al entender al *city tour* como un producto turístico organizado, cuya eficacia no depende únicamente del recorrido, sino del modo en que se estructura la experiencia. En este enfoque, se le agrega valor al *city tour* cuando se diseña a partir del análisis del territorio, la jerarquización de atractivos y la articulación entre actividades, servicios y accesibilidad, integrados en un itinerario lógico y comprensible para el visitante.

En la actualidad, el turismo ya no se limita a ofrecer recorridos donde se enumeran datos históricos o se describen características, los visitantes buscan experiencias que les permitan comprender, sentir y conectar con el destino. En este escenario, la interpretación adquiere un papel central dentro de la experiencia. Tal como señalan Mendoza et al. (2011), la interpretación turística es una forma de comunicación especializada que tiene como finalidad revelar el significado real de los recursos patrimoniales ante un público no cautivo.

A diferencia del modelo tradicional de guianza, basado en la repetición de fechas, nombres y datos, la interpretación propone una experiencia más participativa, en la que el visitante deja de ser un oyente pasivo a convertirse en protagonista de su propio descubrimiento. Su efectividad depende del equilibrio entre el conocimiento de los recursos, la comprensión de las características e intereses de la audiencia y el uso adecuado de las técnicas interpretativas. Desde esta perspectiva, se entiende a la interpretación como el eje que le da coherencia y sentido a la experiencia turística, ya que a través de ella el patrimonio deja de ser un escenario y se convierte en una vivencia capaz de crear valor con intención.

Por lo tanto, la interpretación turística actúa como el mecanismo que traduce los valores patrimoniales en experiencias comprensibles, facilitando que el destino sea vivido más allá de su configuración espacial.

#### **1.4 Turismo Experiencial**

Para que un destino sea verdaderamente experimentado y no únicamente recorrido, debe ofrecer estímulos que activen los distintos canales de percepción del visitante, ya que el turismo experiencial se aborda como una modalidad turística que sitúa la experiencia del visitante como eje central de la actividad, desplazando el enfoque tradicional centrado en la oferta de servicios o productos estandarizados. Desde este punto de vista, el turista no busca únicamente desplazarse o consumir servicios, sino vivir experiencias auténticas y significativas, que tengan la capacidad de generar emociones y aprendizajes, lo que se traduce en un vínculo más fuerte con el destino visitado, caracterizándose además por fomentar una interacción cercana entre el visitante y el entorno, favoreciendo el contacto directo con la población local. Cabe destacar que la experiencia se origina mediante una combinación de sensaciones físicas, percepciones sensoriales, emociones y procesos reflexivos, y que igualmente se encuentra relacionado con principios de responsabilidad al promover prácticas más conscientes, pausadas y respetuosas, haciendo que el visitante asuma un rol activo, transformando el viaje en una oportunidad de aprendizaje, autoconocimiento y encuentro con otras realidades socioculturales (Rodríguez García & Roldán Tapia, 2013).

En este sentido, Benseny (2021) establece que el turismo experiencial surge como una respuesta a la transformación del perfil del turista contemporáneo, quien deja de desempeñar un papel pasivo para convertirse en un elemento activo. Así, la experiencia no se condiciona al disfrute del destino, sino que implica un proceso de construcción personal. De igual manera, enfatiza que el turismo experiencial se integra desde la conexión entre cultura y territorio, donde el patrimonio, el paisaje y las condiciones de vida de los residentes resultan insumos fundamentales de la experiencia.

De igual manera, (Campos et al., 2018) mencionan que la importancia de la co-creación en las experiencias turísticas radica en la capacidad del turista para involucrarse activamente en todas las fases del viaje. Los autores destacan que la co-creación no ocurre únicamente durante la visita, sino también antes y después del viaje, mediante procesos como la planificación, la participación en actividades y la posterior reinterpretación de lo vivido. Así, el turista deja de ser un consumidor para convertirse en un actor que aporta recursos propios como conocimientos, habilidades y emociones que influyen directamente en el valor de la experiencia. Destacando como esta construcción se da a través de interacciones tanto con el entorno como con los actores, incluyendo residentes, prestadores de servicios y otros visitantes, lo que convierte a la experiencia en un fenómeno dinámico, social y participativo.

Bajo esta misma línea de análisis, (Tung & Ritchie, 2011) es entender la experiencia turística como un proceso ligado a la memoria y a la forma en que cada persona interpreta lo vivido. Los autores señalan que la experiencia no se limita al momento en el destino, sino que se construye antes, durante y después del viaje, especialmente a través del recuerdo. En este sentido, se trata de un fenómeno subjetivo que no puede ser entregado directamente por el destino, sino que cada visitante lo construye a partir de su interacción con el entorno. Igualmente se identifican cuatro elementos que influyen en que una experiencia sea memorable: las emociones que genera, las expectativas previas, el impacto o significado personal que deja y la forma en que se recuerda con el tiempo.

El turismo experiencial se caracteriza por fomentar una interacción real entre el visitante y la comunidad local. Es por ello que aparece un concepto que explica cómo estos momentos de vínculo son cruciales en la experiencia de los usuarios porque es la que marca un antes y después en su percepción del valor percibido. De acuerdo con Lopes de Lima (2021), el denominado “*momento wow*” se produce cuando la experiencia que recibe el cliente no solo cumple con lo esperado, sino que logra sorprenderlo favorablemente, generando una sensación de satisfacción, capaz de provocar una emoción positiva que marque la experiencia como algo memorable. Como resultado, la construcción de experiencias adquiere una mayor profundidad cuando involucra los sentidos, dando paso al turismo sensorial.

El turismo experiencial funciona como una especie de paraguas en el que se encuentran varias categorías orientadas a enriquecer la vivencia del visitante, entre las cuales destaca el turismo sensorial. Este enfoque enfatiza la estimulación de los sentidos como un medio para intensificar la experiencia y fortalecer su carácter memorable, al generar una conexión más profunda entre el individuo y el entorno. Por lo tanto, el turismo, el turismo sensorial no solo complementa al turismo experiencial, sino que lo fortalece al aportar herramientas para diseñar experiencias más inmersivas, lo que ayuda a consolidarse como un elemento clave en la diferenciación y competitividad.

#### **1.4.1 Turismo Sensorial**

Bajo esta lógica, el cuerpo se convierte en el principal medio a través del cual el visitante percibe, interpreta y asimila la historia y la cultura del lugar. Por este motivo, Chérrez Bahamonde et al. (2025) argumentan que el turismo sensorial es una propuesta innovadora dentro de la actividad turística, orientada a enriquecer la experiencia del visitante mediante la estimulación intencional de los cinco sentidos. Se diferencia de las formas convencionales de turismo ya que promueve una vivencia más profunda e integral, en la que la vista, el oído, el gusto, el olfato y el tacto interactúan de manera conjunta.

Por esta razón, los estímulos sensoriales se articulan con los elementos naturales y culturales propios del destino. Mediante paisajes, sonidos, aromas, texturas y sabores característicos, el visitante establece una conexión emocional más estrecha con el entorno, lo que favorece la creación de recuerdos duraderos y la recomendación del destino.

Por otro lado, Landeta-Bejarano et al. (2018) sostienen que el turismo sensorial no debe ser entendido como una experiencia perceptiva, sino como una forma de aprendizaje. Esta modalidad permite que el visitante participe directamente en las actividades del destino, involucrándose en procesos productivos, culturales o cotidianos del lugar visitado. Así, los sentidos y emociones van más allá de su función recreativa y se convierten en vehículos para la transmisión de conocimientos.

Esta modalidad favorece una conexión más profunda con el territorio, ya que integra la experiencia sensorial con valores educativos, ecológicos y culturales, contribuyendo a la revalorización de la identidad local y al fortalecimiento de un turismo más consciente y responsable.

Sin embargo, para que todos estos estímulos no se queden en impresiones aisladas, hace falta una estructura que de sentido. No basta con que el visitante sienta, es necesario que esos sentimientos formen parte de una historia bien contada. Eso conduce al proceso estratégico de dar forma a cada momento del viaje, dando paso al diseño de experiencias.

#### **1.4.2 Diseño de experiencias turísticas**

Crear un recuerdo que perdure en la memoria requiere entender que cada detalle cuenta y que la satisfacción del viajero se construye paso a paso. Actualmente, el concepto de experiencia es relevante en la estructuración de productos y servicios turísticos, ya que el visitante no solo busca consumir un servicio, sino vivir algo significativo. Desde la perspectiva de la economía de la experiencia, Pine y Gilmore (1998) plantean que las organizaciones deben ir más allá de la simple oferta de bienes y servicios, orientándose al diseño de propuestas que logren involucrar al consumidor. En este sentido, sostienen que las experiencias se configuran a partir de cuatro dimensiones esenciales: entretenimiento, educación, estética y escapismo, las cuales, al integrarse de manera equilibrada, favorecen una mayor inmersión y conexión emocional con el producto turístico.

Complementariamente, el marketing experiencial resalta que las experiencias deben diseñarse considerando estímulos sensoriales, emocionales y cognitivos. Schmitt (1999), propone que las experiencias pueden diseñarse a partir de etapas que abarcan dimensiones sensoriales (*sense*), emociones (*feel*), cognitivas (*think*), conductuales (*act*) y relacionales (*relate*). A través de esta integración, las organizaciones tienen la posibilidad de influir en la percepción que el consumidor construye sobre un servicio.

Al planificar un recorrido no basta con transmitir información, también es necesario generar emociones, propiciar la participación y fomentar una conexión auténtica entre el visitante y el entorno, es por ello que este planteamiento es de suma importancia.

Desde una perspectiva específica de la actividad turística, Otto y Ritchie (1996) señalan que la experiencia del visitante no se mide exclusivamente por la eficiencia del servicio. Más allá de lo operativo, consideran aspectos subjetivos como el disfrute, el grado de involucramiento, la tranquilidad y el reconocimiento personal que el viajero experimenta. En este sentido, enfatizan que la vivencia incorpora una dimensión emocional que influye decisivamente en la satisfacción del visitante y en la valoración del destino.

Kim et al. (2012) profundizan en el concepto de experiencias turísticas memorables, las cuales, según su planteamiento, se conforman mediante dimensiones como la novedad, el aprendizaje, la integración de la cultura local, el significado personal, la participación activa y el disfrute. Los autores sostienen que cuando estas dimensiones se incorporan en la planificación de la experiencia, aumenta la posibilidad de que la vivencia sea recordada y adquiera valor en la memoria del visitante. En este marco, el *city tour* se configura como una aplicación de estos principios, al requerir una planificación que articule experiencia, territorio y significado.

## **1.5 City Tour**

Más que un simple paseo, esta forma de explorar el entorno busca que el viajero se lleve una imagen completa de la ciudad. Como lo establece HOSTELTUR (2025), el *city tour* se interpreta como una modalidad de experiencia turística que consiste en recorrer y conocer los principales espacios y atractivos de una ciudad resaltando la importancia del itinerario previamente planificado. Este tipo de recorrido permite al visitante obtener una visión global del paisaje urbano integrando contenidos históricos, culturales y patrimoniales, facilitando una comprensión general del destino en un período de tiempo muy reducido.

Esta modalidad está dirigida tanto a viajeros como a residentes, quienes encuentran en ella una alternativa para descubrir o redescubrir la ciudad. Habitualmente, estos recorridos se desarrollan con el apoyo de guías profesionales, permitiendo contextualizar los espacios. Respecto a su formato, pueden realizarse a pie o mediante diversos medios de transporte como bicicletas, vehículos privados o Buses panorámicos.

En una línea similar, Luna (2012) postula una visión más experiencial del *city tour*, al entenderlo como un proceso de descubrimiento de la ciudad, en el que el visitante no se limita a la observación pasiva, al contrario, es libre de relacionarse con el espacio urbano. Por esta razón, se trata de una experiencia flexible capaz de adaptarse a la naturaleza del recorrido y a las motivaciones del viajero. Cuando esta persona puede vincularse con el espacio desde sus propios intereses, la visita deja de ser una simple secuencia de paradas y se convierte en una experiencia con sentido. En este sentido, el *city tour* requiere un sustento teórico que oriente la estructura y garantice una planificación que responda a criterios técnicos.

### **1.5.1 Enfoques teóricos para el diseño de un City Tour**

El Enfoque de Desarrollo de Producto Turístico planteado por ONU Turismo (2019) entiende al tour como un producto estructurado que articula elementos tangibles e intangibles en torno a un eje temático o centro de interés. Asimismo, se señala que un producto turístico integra atractivos, servicios, accesibilidad y facilidades complementarias con el propósito de responder a necesidades específicas del mercado. El diseño de un *city tour* trasciende la simple elección de puntos de visita, ya que implica construir una propuesta que determine con claridad qué se ofrece, a qué público está dirigida, cómo será la operación y bajo qué condiciones será comercializada.

En el caso específico del recorrido urbano, este enfoque exige la definición exacta de un tema central (patrimonial, gastronómico, arquitectónico cultural), la identificación y organización de los recursos y la incorporación de servicios de apoyo como transporte, accesibilidad y tiempos de operación.

Adicionalmente, se debe planificar el itinerario, establecer criterios de calidad, seguridad y sostenibilidad. Cabe destacar que la propuesta debe ser sometida a procesos de validación y mejora continua que permitan ajustarla antes de la implementación definitiva.

El Enfoque de Interpretación del Patrimonio sostiene que la función del guía va más allá de proporcionar datos, sino que consiste en facilitar la comprensión profunda de los lugares visitados. Interpretar implica revelar los significados utilizando experiencias y recursos que permitan al visitante comprender y sentir el valor del patrimonio.

Bajo este punto de vista, el diseño del recorrido implica definir previamente un tema interpretativo que otorgue sentido al itinerario y organizar las paradas siguiendo una secuencia estructurada que facilite la comprensión del visitante (Tilden et al., 2008).

El *Service Blueprinting*, planteado por Bitner et al. (2008), propone diseñar el servicio turístico como un proceso estructurado, diferenciando las acciones visibles para el cliente (*frontstage*) de los procesos internos que lo respaldan (*backstage*). En el contexto de un *city tour*, este enfoque resulta clave para organizar las etapas del recorrido, identificar las responsabilidades del guía, coordinar apoyo y anticipar posibles eventualidades. De esta manera, el diseño no solo contempla el contenido del tour, sino también su correcta ejecución, fluidez y capacidad de respuesta.

De acuerdo con el Manual para la Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (2019), un *city tour* se elabora como un producto estructurado a partir de cuatro etapas: analizar, diseñar, implementar y monitorear. En primer lugar, se realiza un análisis del destino que incluye la evaluación de la oferta (atractivos, servicios y accesibilidad) y de la demanda (perfil del visitante, motivaciones y comportamiento). Luego, en la fase de diseño, se articulan los componentes del producto: accesibilidad, atractivos, facilidades, actividades, servicios y productos complementarios, además de definir el nombre del tour, su concepto, duración, distancia, dificultad, temperatura, programa cronológico, recomendaciones y mapa de georreferenciación.

Posteriormente, se ejecuta la implementación mediante coordinación con actores locales, capacitación y promoción del recorrido. Finalmente se establecen indicadores para monitorear su funcionamiento y realizar mejoras continuas.

En la tabla número 1 se sintetiza y contrasta los métodos analizados previamente para la estructura de un *city tour*, facilitando una comparación de sus fundamentos y aplicaciones.

Tabla 1 Cuadro comparativo de componentes para el diseño de un City Tour

<b>Componentes clave del city tour</b>	<b>Desarrollo de Producto Turístico (ONU Turismo)</b>	<b>Interpretación del Patrimonio (Tilden)</b>	<b>Service Blueprinting (Bitner et al.)</b>	<b>Manual MINTUR</b>
<b>Segmento</b>	Definición del mercado objetivo y sus necesidades específicas.	Adaptación del discurso interpretativo según el perfil del visitante.	Expectativas del cliente y puntos críticos de contacto.	Análisis de la demanda: motivaciones, perfil, comportamiento y gasto del visitante.
<b>Centro de interés/ propuesta de valor</b>	Eje temático que estructura el producto turístico.	Tema interpretativo que da coherencia narrativa al recorrido.	Momentos clave del servicio que generan valor.	Definición del concepto del producto y su valor diferencial.
<b>Itinerario</b>	Organización técnica y operativa del recorrido.	Secuencia narrativa con inicio, desarrollo y cierre.	Flujo detallado del servicio desde la llegada hasta el cierre.	Programa cronológico y actividades definidas.
<b>Interpretación</b>	Parte intangible que aporta valor al producto.	Revelación de significados y conexión emocional con el patrimonio.	Acción visible del guía.	Descripción del producto y experiencia que se transmite al visitante.
<b>Recursos y atractivos</b>	Inventario, jerarquización y articulación de recursos turísticos.	Selección por relevancia simbólica y capacidad de generar significado.	Identificación de puntos de contacto y coordinación operativa.	Atractivos, actividades y productos complementarios.
<b>Logística</b>	Integración de accesibilidad y facilidades para garantizar viabilidad.	Apoyo operativo que permite desarrollar la experiencia interpretativa.	Diferenciación entre procesos visibles (frontstage) e internos (backstage).	Información técnica: distancia, duración, dificultad, temperatura y georreferenciación.
<b>Calidad, seguridad y contingencia</b>	Establecimiento de parámetros de calidad y sostenibilidad.	Condiciones adecuadas para facilitar comprensión y reflexión.	Gestión de imprevistos	Implementación, capacitación y validación previa del producto.
<b>Precio y comercialización</b>	Condiciones de operación y comercialización del producto.	Comunicación coherente con el tema central del recorrido.	Evidencias físicas y puntos de interacción con el cliente.	Estrategias de promoción y canales de comercialización.
<b>Evaluación y mejora continua</b>	Ajustes mediante pruebas piloto y retroalimentación.	Evaluación del impacto del mensaje interpretativo.	Rediseño del proceso según fallos detectados.	Monitoreo mediante indicadores (satisfacción, gasto, quejas y estándares de calidad).

*Nota: Elaborado a partir de la revisión de los planteamientos de ONU Turismo (2019), Tilden (1977), Bitner et al. (2008) y el Ministerio del Ecuador (2019).*

## CAPÍTULO II

### 2. DISEÑO DEL GUIÓN PARA EL CITY TOUR SENSORIAL

#### 2.1 Incorporación de hallazgos teóricos y elementos sensoriales en la narrativa turística

El turismo sensorial plantea que la experiencia turística no debe limitarse únicamente a la observación, sino que debe construirse a partir de la estimulación intencional de los cinco sentidos. Esto permite que el visitante no solo recorra un destino, sino que lo sienta, lo viva y lo recuerde de manera más profunda.

Sin embargo, a partir del diagnóstico realizado, se identificó que en los recorridos turísticos del Centro Histórico de Cuenca la incorporación de estímulos sensoriales es limitada y poco planificada. En la mayoría de casos, predomina el sentido de la vista, mientras que otros sentidos como el olfato, el tacto, y el gusto tienen una presencia mínima o superficial.

Por ejemplo, aunque en ciertos recorridos se incluyen degustaciones o referencias a la gastronomía local, estas no forman parte de una narrativa estructurada, lo que reduce su potencial para generar experiencias significativas. De igual manera, el uso del olfato y del tacto es casi inexistente, evidenciando una oportunidad clara de mejora dentro de la oferta actual.

Además, se observa que los estímulos sensoriales aparecen de manera aislada, sin integrarse en una historia que les dé sentido dentro del recorrido. Esto limita la capacidad de generar conexión emocional con el visitante y reduce la posibilidad de crear recuerdos duraderos.

En este contexto, se evidencia que la oferta turística actual no logra consolidar una experiencia multisensorial completa, lo que afecta su nivel de diferenciación.

Frente a esta realidad, la propuesta del *city tour* sensorial plantea la incorporación planificada de los cinco sentidos, integrándolos dentro de una narrativa interpretativa coherente. Para ello, se propone organizar los estímulos de la siguiente manera:

- Vista: observación de detalles arquitectónicos y simbólicos específicos.
- Oído: uso intencionado de sonidos del entorno.
- Olfato: incorporación de aromas vinculados a la identidad local.
- Tacto: interacción con materiales, objetos, y texturas.
- Gusto: degustaciones integradas dentro de la experiencia cultural.

Asimismo, se plantea una secuencia sensorial, en la que los estímulos se distribuyen a lo largo del recorrido para evitar la saturación y mantener el interés del visitante. Cada estímulo se vincula a un elemento cultural o simbólico, permitiendo que la percepción sensorial tenga un significado dentro de la experiencia.

De esta manera, el recorrido deja de ser una suma de actividades aisladas y se transforma en una experiencia integral, donde los sentidos actúan como un puente entre el visitante y la identidad del destino.

## **2.2 Estructuración del guión del recorrido sensorial**

La construcción de un recorrido turístico no debe centrarse únicamente en la organización logística, sino también en la forma en que se cuenta la experiencia. Un tour bien diseñado requiere una narrativa clara que guíe al visitante y le permita conectar con el destino.

A partir del diagnóstico realizado, se identificó que los recorridos existentes presentan una estructura básica, pero con un enfoque principalmente expositivo. Es decir, se transmite información, pero no siempre se logra generar una conexión emocional con el visitante.

En el caso del recorrido en el Bus panorámico, la interacción es prácticamente inexistente. La experiencia se limita a un trayecto panorámico, en el que el visitante observa el entorno sin posibilidad de interactuar con él. No se evidencian actividades como degustaciones de productos locales, interacción con elementos representativos de la ciudad ni contacto con la población local, lo que reduce significativamente el nivel de inmersión en el destino.

Por otro lado, en los recorridos a pie se identificó un mayor acercamiento al territorio y a su dinámica social. Sin embargo, a pesar de esta ventaja, la experiencia continúa siendo en gran medida expositiva. No se observaron actividades diseñadas específicamente para activar los sentidos, ni espacios que promuevan la participación activa del visitante. En este contexto, el tour sigue centrado en transmitir información, más que generar experiencias.

Asimismo, se evidenció la ausencia de elementos clave como degustaciones de productos locales, interacción con oficios tradicionales p actividades que permitan al visitante relacionarse directamente con la cultura viva de la ciudad. Tampoco se promueve el contacto con personas locales, lo que limita la autenticidad de la experiencia.

De igual forma, se determina la ausencia de un cierre emocional o reflexivo, lo cual es importante, ya que los momentos finales influyen directamente en la manera en la que la experiencia es recordada.

Frente a esto, se plantea la necesidad de estructurar el recorrido desde una lógica narrativa y sensorial, en la que cada momento tenga un propósito claro dentro de la experiencia.

En este sentido, el guión del *city tour* sensorial se organiza en seis fases:

- Bienvenida: primer contacto con el visitante, orientado a generar expectativa.
- Activación sensorial inicial: introducción a la percepción consciente del entorno.
- Inmersión cultural: desarrollo del contenido del recorrido.
- Interacción participativa: involucramiento activo del visitante.
- Momento wow: punto culminante que genera impacto emocional.
- Cierre emocional: reflexión final que consolida la experiencia.

Cada parada del recorrido se diseña considerando elementos clave como el objetivo, el sentido que se activa, la actividad del visitante y el mensaje que se desea transmitir. Esto permite mantener coherencia en toda la experiencia.

Del mismo modo, se incorpora el concepto de ritmo del recorrido, basado en la variación entre estímulos, pausas y momentos de reflexión, evitando la saturación y facilitando que el visitante procese lo vivido.

De esta manera, el guión se convierte en una herramienta estratégica que integra contenido, emoción y participación, logrando que el recorrido sea más significativo y memorable.

### **2.3 Propuesta de itinerario del *City Tour Sensorial***

A continuación, se plantea el itinerario del *City Tour Sensorial*, considerando los fundamentos teóricos y metodológicos previamente desarrollados, así como los elementos sensoriales y experienciales definidos en los apartados anteriores. La propuesta se organiza bajo la modalidad de un *half day walking tour* en el Centro Histórico de Cuenca, lo que permite generar una interacción más cercana, pausada y significativa con el entorno urbano, cultural y social. Este tipo de recorrido a pie facilita la inmersión del visitante y la activación de los sentidos, promoviendo una experiencia más consciente y participativa. En la Tabla 2 se detalla el itinerario propuesto, incluyendo las paradas establecidas y las actividades previstas en cada una de ellas.

Tabla 2 Itinerario del City Tour Sensorial

<b>Fase del recorrido</b>	<b>Lugar</b>	<b>Tiempo estimado</b>	<b>Sentidos activados</b>	<b>Actividad principal</b>	<b>Recurso utilizado</b>	<b>Objetivo interpretativo</b>
<b>Bienvenida</b>	Iglesia de Todos Santos + Santo Pan panadería	09:00 – 09:40	Gusto + Oído + Vista	Entrega de pan tradicional + bienvenida experiencial vinculada al oficio panadero del barrio	Pan tradicional + entorno barrial	Introducir al visitante en la identidad local desde los oficios tradicionales
<b>Experiencia biofílica – flor de vida</b>	Borde del río Tomebamba + Puente Roto	09:45 – 10:30	Oído + Tacto	Caminata consciente guiada + conexión con el entorno natural	Entorno natural + guía especializado	Iniciar el recorrido desde la conexión con la naturaleza y el bienestar
<b>Interacción cultural local</b>	Garasa (tienda de diseño)	10:45 – 11:00	Vista + Oído + tacto	Visita a tienda de diseño local + interacción con emprendimiento cuencano y explicación de productos inspirados en identidad local	Emprendimiento local + productos de diseño	Fomentar el contacto con actores locales y reconocer la reinterpretación contemporánea de la cultura
<b>Catedral antigua</b>	Criptas de la Iglesia del Sagrario (Catedral Antigua)	11:10 – 12:10	Olfato + Oído	Apagado de luces + experiencia con aromas de plantas medicinales utilizadas en rituales como la limpia + relato simbólico	Plantas medicinales + espacio patrimonial	Conectar con la memoria, lo ancestral y las prácticas culturales locales
<b>Activación sensorial urbana</b>	Parque Calderón	12:15 – 12:20	Vista	Observación guiada de dinámicas sociales, oficios y vida cotidiana en el parque	Entorno urbano y social	Comprender la dinámica social y cultural del espacio central de la ciudad
<b>Degustación Paccari</b>	Paccari	12:30 – 13:30	Gusto + Olfato	Degustación guiada de chocolate a cargo de Verónica Peralta (texturas, aromas, origen)	Productos de cacao	Resaltar el valor del producto local y su proyección nacional e internacional
<b>Plaza de las Flores</b>	Plaza de las Flores	13:45 – 14:00	Vista + Olfato + Gusto	Identificación de aromas florales + degustación de agua de pítimas tradicional	Flores + bebida tradicional	Vincular el espacio con prácticas comerciales y tradiciones locales
<b>Activación sensorial visual</b>	Catedral Nueva	14:05 – 14:10	Vista	Observación guiada intencionada de	Fachada arquitectónica	Desarrollar una percepción consciente del

				la fachada, identificando detalles arquitectónicos, símbolos y elementos poco visibles a simple vista		patrimonio a través de la observación activa
<b>Momento wow-Casa Yangoe</b>	Casa Yangoe	14:15 en adelante	Todos	Recorrido por espacios con artesanías + cena de 3 tiempos con elementos tradicionales de la amazonía ecuatoriana	Artesanías + gastronomía	Integrar la experiencia local dentro del contexto cultural del Ecuador
<b>Cierre</b>	Casa Yangoe	—	—	Evaluación final de la experiencia mediante cuestionario y cierre de experiencia.	Discurso del guía	“Cuenca no es un lugar, es una experiencia que se queda contigo”

*Nota: Elaboración propia*

## **2.4 Diseño técnico del itinerario del City Tour Sensorial**

### **a) Bienvenida**

**Lugar:** Iglesia de Todos Santos + Santo Pan panadería

**Tiempo:** 09:00 – 09:40

**Sentidos:** gusto + oído + vista

**Actividad:**

Entrega de pan tradicional + bienvenida experiencial vinculada al oficio panadero del barrio

**Objetivo:**

Introducir al visitante en la identidad local desde los oficios tradicionales

**Descripción:**

El *city tour* sensorial se desarrollará el 19 de abril de 2026, teniendo como punto de encuentro y partida la iglesia de Todos Santos. El recorrido dará inicio a las 09:00 con una bienvenida a los participantes, seguida de una breve introducción sobre la identidad del barrio y sus orígenes, a cargo del guía.

Posteriormente, el grupo se dirigirá hacia “Santo Pan”, una panadería ubicada a un costado de la iglesia, donde los turistas vivirán su primera experiencia sensorial. En este espacio, un profesional explicará de manera detallada el proceso de elaboración del pan en un horno tradicional característico de Todos Santos. A continuación, se realizará una degustación de los productos elaborados, dando así cierre a este primer momento de la experiencia.

### **b) Experiencia biofílica – flor de vida**

**Lugar:** Borde del río Tomebamba + Puente roto

**Tiempo:** 09:45 – 10:30

**Sentidos:** oído + tacto

**Actividad:**

Caminata consciente guiada + conexión con el entorno natural

**Objetivo:**

Iniciar el recorrido desde la conexión con la naturaleza y el bienestar

**Descripción:**

El recorrido continuará hacia el Puente Roto, donde el grupo se encontrará con Xavier Parra, profesional en el área de la psicología, quien estará a cargo de guiar una caminata consciente. Esta se desarrollará a lo largo del tramo del río que conecta el puente mencionado con las escalinatas del Puente Vivas.

Esta experiencia está diseñada como un espacio de calma y conexión personal, permitiendo a los participantes tener un momento consigo mismos. De esta manera, la caminata funciona como un preámbulo que prepara a los turistas para el desarrollo del resto de la experiencia sensorial.

### **c) Interacción cultural local**

**Lugar:** Garasa (tienda de diseño)

**Tiempo:** 10:45 – 11:00

**Sentidos:** vista + oído + tacto

**Actividad:**

Visita a tienda de diseño local + interacción con emprendimiento cuencano y explicación de productos inspirados en identidad local

**Objetivo:**

Fomentar el contacto con actores locales y reconocer la reinterpretación contemporánea de la cultura

**Descripción:**

El siguiente punto a visitar será “Garasa”, una tienda de diseño creada por emprendedores cuencanos. Este espacio ha sido incluido en el recorrido con el objetivo de que la persona a cargo del emprendimiento comparta cómo el ícono de la marca, representado por un cuy, ha contribuido a su posicionamiento a nivel local.

### **d) Catedral antigua**

**Lugar:** Criptas de la Iglesia del Sagrario (Catedral Antigua)

**Tiempo:** 11:10 – 12:10

**Sentidos:** olfato + oído

**Actividad:**

Apagado de luces + experiencia con aromas de plantas medicinales utilizadas en rituales como la limpia + relato simbólico

**Objetivo:**

Conectar con la memoria, lo ancestral y las prácticas culturales locales

**Descripción:**

Siguiendo con el recorrido, el siguiente punto a visitar será la Catedral Antigua. En este espacio, el guía compartirá información relevante sobre la importancia de este lugar para comprender la vida previa a la llegada de los españoles, funcionando como una introducción a la actividad principal.

Posteriormente, se aprovechará una de las criptas para desarrollar una experiencia a ciegas, en la que los turistas podrán percibir los aromas de diversas plantas utilizadas en las llamadas “limpias”, rituales ancestrales practicados por habitantes de la ciudad. Esta actividad busca generar una conexión sensorial con las tradiciones locales desde una perspectiva más íntima y vivencial.

**e) Activación sensorial urbana**

**Lugar:** Parque Calderón

**Tiempo:** 12:15 – 12:20

**Sentidos:** vista

**Actividad:**

Observación guiada de dinámicas sociales, oficios y vida cotidiana en el parque

**Objetivo:**

Comprender la dinámica social y cultural del espacio central de la ciudad

**Descripción:**

Después de la actividad en la Catedral Antigua, se propone una dinámica de observación activa en el parque, enfocada en los distintos estilos de vida de las personas que lo habitan. Además de la explicación detallada del lugar por parte del guía, se invita a los participantes a identificar y reflexionar sobre las diversas dinámicas sociales que conviven en este espacio.

**f) Degustación Paccari**

**Lugar:** Paccari

**Tiempo:** 12:30 – 13:30

**Sentidos:** gusto + olfato

**Actividad:**

Degustación guiada de chocolate a cargo de Verónica Peralta (texturas, aromas, origen)

**Objetivo:**

Resaltar el valor del producto local y su proyección nacional e internacional

**Descripción:**

Verónica Peralta, representante de Paccari, será la encargada de dirigir una degustación especial en esta actividad. Durante la experiencia, además de realizar una cata de chocolates, se pondrá énfasis en la esencia cuencana presente en los productos, destacando su valor cultural, ambiental y social.

**g) Plaza de las Flores**

**Lugar:** Plaza de las Flores

**Tiempo:** 13:45 – 14:00

**Sentidos:** vista + olfato + gusto

**Actividad:**

Identificación de aromas florales + degustación de agua de pítimas tradicional

**Objetivo:**

Vincular el espacio con prácticas comerciales y tradiciones locales

**Descripción:**

La experiencia planteada en este espacio tiene como objetivo visibilizar la relevancia de las personas que trabajan en el lugar. Para ello, se desarrollará un ejercicio sensorial en el que los turistas, con la vista limitada, percibirán distintos aromas característicos de la plaza. A partir de esta experiencia, el guía introducirá la explicación sobre el agua de pítimas, generando una conexión entre los estímulos percibidos y su significado cultural. Posteriormente, se realizará la degustación de esta bebida tradicional.

**h) Activación sensorial visual**

**Lugar:** Catedral Nueva

**Tiempo:** 14:05 – 14:10

**Sentidos:** vista

**Actividad:**

Observación guiada intencionada de la fachada, identificando detalles arquitectónicos, símbolos y elementos poco visibles a simple vista

**Objetivo:**

Desarrollar una percepción consciente del patrimonio a través de la observación activa

**Descripción:**

La Catedral de la Inmaculada Concepción de Cuenca, conocida como la Catedral Nueva, es uno de los símbolos más representativos de la ciudad. Por ello, se propone que los visitantes dirijan su atención hacia aquellos detalles que suelen pasar desapercibidos en la cotidianidad. A diferencia de los *city tours* tradicionales, que priorizan la explicación histórica o arquitectónica, esta experiencia invita a una observación más consciente y sensorial del espacio, permitiendo redescubrir la catedral desde una perspectiva distinta.

**i) Momento wow**

**Lugar:** Casa Yangoe

**Tiempo:** 14:15 en adelante

**Sentidos:** todos

**Actividad:**

Recorrido por espacios con artesanías + cena de 3 tiempos con elementos tradicionales de la amazonía ecuatoriana

**Objetivo:**

Integrar la experiencia local dentro del contexto cultural del Ecuador

**Descripción:**

El último punto del recorrido será Casa Yangoe, un espacio concebido para que diversos emprendedores exhiban y comercialicen sus productos. En este lugar, los turistas tendrán la oportunidad de ubicar a la ciudad dentro del contexto nacional, ya que convergen propuestas provenientes de distintas regiones del Ecuador. De esta manera, se busca que los participantes reconozcan la diversidad e identidad cultural del país a través de una variedad de productos.

El recorrido por el espacio será guiado por Gabriel Arias, administrador del lugar, quien ha accedido a dirigir este breve recorrido mientras se realizan degustaciones de productos elaborados por los propios emprendedores.

El punto culminante de esta experiencia será un almuerzo de tres tiempos, elaborado con ingredientes y preparaciones típicas de la Amazonía ecuatoriana, ofreciendo así un cierre gastronómico representativo y memorable.

## **j) Cierre**

**Lugar:** Casa Yangoe

**Tiempo:** —

**Sentidos:** —

**Actividad:**

Evaluación final de la experiencia mediante cuestionario y cierre de experiencia.

**Objetivo:**

“Cuenca no es un lugar, es una experiencia que se queda contigo”

**Descripción:**

Una vez finalizada la experiencia, se solicitará a los visitantes completar un cuestionario digital con el objetivo de conocer su percepción en cuanto a la calidad del recorrido y el nivel de involucramiento de los sentidos. De esta manera, se busca evaluar si la propuesta presenta diferencias frente a la oferta turística consolidada.

Tras completar el formulario, se dará cierre a la experiencia mediante una despedida a cargo del guía, concluyendo así el recorrido.

## **2.5 Guión operativo del City Tour Sensorial**

### **A. Iglesia de todos santos**

Buenos días, mi nombre es Iván Moncayo, el día de hoy seré su guía. Quiero agradecerles por acompañarme en esta experiencia que tendrá una duración aproximada de seis horas.

Hoy no realizaremos un *city tour* tradicional. Esta experiencia ha sido diseñada para reconectar con la ciudad a través de algo que muchas veces dejamos de lado: los sentidos. Vamos a mirar, escuchar, oler, tocar y sentir Cuenca de una manera distinta, más consciente, más profunda.

Antes de comenzar nuestro recorrido, es importante ubicarnos un poco en la historia de la ciudad. Cuenca, oficialmente Santa Ana de los Ríos de Cuenca, fue fundada el 12 de abril de 1557 por Gil Ramírez Dávalos, sobre antiguos asentamientos cañaris e incas. Esto hace que la ciudad tenga una base histórica mucho más antigua que la época colonial.

Además, es una ciudad profundamente religiosa; tradicionalmente se dice que tiene 52 iglesias, una por cada semana del año. Gracias a su excelente estado de conservación, su Centro Histórico fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

Nos encontramos en uno de los sectores más antiguos de la ciudad: el barrio de Todos Santos. Antes de que este lugar funcione como iglesia, este espacio ya tenía una gran importancia. Se dice que aquí existió un templo ceremonial inca, debido a su cercanía con Pumapungo. Este punto era estratégico, no solo por su visibilidad del territorio, sino también por su relación con el agua, un elemento fundamental para las civilizaciones andinas.

En este lugar existía lo que se conoce como un *ushnu*, un espacio ceremonial utilizado para rituales y observación.

Con la llegada de los españoles, este espacio fue transformado: el templo indígena fue destruido y en su lugar se construyó una pequeña capilla llamada San Marcos.

Un dato muy importante es que aquí, en este mismo lugar, se celebró la misa de fundación de Cuenca el 12 de abril de 1557, lo que lo convierte en uno de los espacios religiosos más antiguos de la ciudad.

Posteriormente, con el paso del tiempo, se construye la actual Iglesia de Todos Santos.

Debajo de la iglesia existe incluso un enterramiento indígena, posiblemente de una madre y su hijo, lo que evidencia que este espacio ya tenía un uso simbólico y ritual antes de la llegada de los españoles.

Esto nos muestra claramente cómo en Cuenca conviven distintas capas de historia en un mismo lugar.

Ahora, si observamos la fachada, hay varios elementos interesantes:

En la torre podemos ver la imagen del **Sagrado Corazón de Jesús**, colocada en la parte alta como símbolo de bienvenida a la ciudad.

Esto se relaciona con un hecho histórico importante: la consagración del Ecuador a esta devoción durante el gobierno de Gabriel García Moreno.

La imagen fue colocada en 1923–1924 y representa esa idea de protección espiritual sobre quienes ingresaban a la ciudad.

Otro elemento clave es la cruz.

Durante la época colonial, Cuenca estaba delimitada por cruces en puntos como Todos Santos, San Sebastián, El Vado y San Blas. Estas marcaban los límites de la ciudad.

La cruz que vemos actualmente es una réplica, ya que la original fue robada, aunque se conserva una parte en el museo.

Y ahora, si conectamos todo lo que hemos visto: el agua, el territorio, la historia, las transformaciones; llegamos a algo muy interesante...

Durante la colonia, este sector adquirió gran importancia por la presencia de molinos hidráulicos, aprovechando la fuerza del Río Tomebamba.

Esto permitió la producción de harina y dio origen a una tradición que sigue viva hasta hoy.

Este lugar también está vinculado a la presencia de la Orden de las Oblatas, quienes además de dedicarse a la educación, jugaron un papel importante en la elaboración de pan.

De hecho, aquí se encuentra lo que se conoce como el “**horno madre**”, ya que desde este espacio se enseñó a los habitantes del barrio a hacer pan, convirtiendo a Todos Santos en un reconocido barrio panadero.

Y justamente, esa historia es la que vamos a experimentar ahora...

Vamos a iniciar nuestra primera actividad con un pequeño taller junto a David Pesántez, donde podremos ver cómo se elabora el pan en horno de leña, una técnica tradicional que nos conecta directamente con la identidad de este barrio.

## **B. Caminata consciente**

El Puente Roto es uno de los símbolos más representativos de la ciudad. Fue construido a mediados del siglo XX y parcialmente destruido por una fuerte crecida del río en 1950, lo que lo convirtió en un símbolo de memoria y resiliencia urbana.

Por otro lado, el Puente Vivas conecta zonas tradicionales de la ciudad y forma parte del sistema de circulación histórica junto al río.

Antes de iniciar, quiero invitarles a cambiar un poco el ritmo.

A partir de este momento, esta caminata no se trata de llegar rápido, sino de estar presentes.

Vamos a caminar junto al río, escuchando su sonido, sintiendo el entorno, reconectando con la naturaleza dentro de la ciudad.

El río Tomebamba no solo ha sido un elemento geográfico, ha sido un eje de vida, identidad y desarrollo para Cuenca.

Hoy vamos a permitirnos sentirlo.

## **C. Plazoleta de la Merced**

Esta iglesia forma parte del conjunto colonial del centro histórico, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1999.

Aquí quiero invitarles a observar un detalle muy particular...

En varias iglesias de Cuenca, como esta y también la Iglesia del Cenáculo, podemos encontrar inscripciones en latín en sus fachadas o entradas.

Estas frases generalmente tienen un carácter religioso, como bendiciones o mensajes de protección.

El latín era la lengua oficial de la Iglesia Católica durante siglos, por lo que estos mensajes reflejan autoridad, espiritualidad y universalidad.

- El mensaje en latín en la parte central superior de la Iglesia de La Merced en Cuenca es "Ave María, *Redemtrix Captivorum*", lo que se traduce al español como "Ave María, Redentora de los Cautivos". Esta inscripción hace referencia a la advocación mariana de la Virgen de la Merced, centrada en la misericordia y la liberación de cristiano.

#### **D. Garasa**

Ahora vamos a ingresar a un espacio diferente, pero profundamente conectado con la identidad cuencana.

Garasa es una marca de diseño que busca reinterpretar elementos tradicionales de la cultura local a través de un lenguaje contemporáneo.

Aquí veremos cómo símbolos cotidianos, como el cuy, pueden convertirse en íconos culturales resignificados.

Les invito a observar cómo el diseño también puede ser una forma de narrar la identidad de una ciudad.

#### **E. Catedral antigua**

Esta iglesia, conocida como El Sagrario, fue la primera catedral de Cuenca. Su construcción inició en 1557, el mismo año de la fundación de la ciudad, y durante siglos fue el principal centro religioso.

Se levantó utilizando materiales provenientes de Pumapungo, lo que refleja cómo los españoles reutilizaron estructuras de las culturas que ya habitaban este territorio.

Siglos después, este lugar fue testigo indirecto de uno de los acontecimientos científicos más importantes del mundo:

Entre 1736 y 1739, Cuenca formó parte de uno de los hitos científicos más importantes del mundo: la Misión Geodésica Francesa.

Su objetivo era medir el arco del meridiano en la línea ecuatorial para determinar la forma de la Tierra. De este episodio nace el término “morlacos”, inicialmente usado de forma despectiva, pero que hoy representa orgullo, fuerza e identidad cuencana, y esta es la historia: En 1739, la Misión Geodésica Francesa se encontraba en Cuenca realizando mediciones científicas para determinar la forma de la Tierra. Entre los miembros del grupo estaban los franceses Charles Marie de La Condamine, Pierre Bouguer, Louis Godin, y el médico Jean Seniergues, junto con los españoles Antonio de Ulloa y Jorge Juan.

Durante su estadía, el doctor Jean Seniergues —un hombre culto y respetado, aunque de carácter altivo— conoció a una joven cuencana llamada Manuela Quesada, conocida como “La Cusinga”, mientras atendía a su padre enfermo.

Entre ambos surgió una relación amistosa que fue interpretada por la sociedad cuencana como un romance prohibido, debido a que ella había estado comprometida con un caballero local, don Diego León, quien rompió el compromiso para casarse con la hija del alcalde por conveniencia.

El hecho causó un gran escándalo en la conservadora sociedad cuencana del siglo XVIII. León, ofendido por los rumores y alentado por un grupo de notables (entre ellos Neira y el alcalde Serrano), comenzó a enfrentarse abiertamente con Seniergues. Los pleitos verbales crecieron hasta llegar a duelos y acusaciones de “amancebamiento público”, incluso con intervención de un sacerdote jesuita.

La tensión alcanzó su punto máximo durante una corrida de toros en la Plaza de San Sebastián, a la que asistió toda la comitiva francesa.

Seniergues, desafiando las habladurías, apareció públicamente junto a Manuela Quesada, lo que enfureció a los vecinos más conservadores. En plena corrida, se produjo un altercado entre los criollos cuencanos y los franceses, instigado por Neira y León.

Entre gritos de “¡Muera el francés!”, la multitud, ya exaltada, atacó el palco donde estaban los científicos. Seniergues intentó escapar, pero fue apedreado, acuchillado y finalmente asesinado en una de las salidas de la plaza, mientras trataba de abrir una puerta para huir.

Se dice que la estocada final la dio el propio Neira, aunque nunca se esclareció oficialmente quién fue el asesino.

Los otros miembros de la Misión, La Condamine, Jorge Juan y Antonio de Ulloa, también fueron atacados, aunque lograron sobrevivir. En sus cartas, La Condamine se refirió al episodio con gran indignación, señalando cómo la “plebe cuencana” se había levantado en violencia y descontrol.

El crimen nunca fue esclarecido. Las autoridades locales intentaron minimizarlo, temiendo represalias de Francia y de la Corona Española.

Sin embargo, el hecho causó una profunda impresión en los franceses y marcó el nombre de Cuenca en sus relatos.

En adelante, los miembros de la Misión —especialmente La Condamine— describieron a los cuencanos como “morlacos”, comparándolos con toros bravos y salvajes, por la manera violenta con la que defendieron su honor local.

El término, inicialmente usado de forma despectiva, fue adoptado con el tiempo por los cuencanos como símbolo de fuerza, orgullo y bravura, hasta convertirse en uno de los apelativos más representativos de la identidad cuencana actual.

Pero mucho antes de la colonia y de estos episodios, este territorio ya tenía una forma propia de entender el mundo.

Las culturas originarias no separaban lo espiritual de lo natural.

Todo estaba conectado: la tierra, las plantas, el agua y el ser humano.

Su objetivo era medir el arco del meridiano en la línea ecuatorial para determinar la forma de la Tierra.

Y es en este contexto donde nace uno de los términos más representativos de la identidad cuencana: “morlacos”.

“Desde ese momento, los cuencanos fueron descritos como morlacos, comparados con toros bravos por su carácter fuerte... un término que hoy, lejos de ser ofensivo, se ha convertido en símbolo de orgullo e identidad.”

Ahora, antes de entrar, hay algo importante que entender...

En la época colonial, las iglesias no solo eran espacios religiosos... también eran espacios de entierro.

Se creía que mientras más cerca del altar estaba una persona, más rápido su alma llegaría al cielo.

Por eso:

- Los sacerdotes eran enterrados bajo el altar
- La élite en criptas
- Y quienes no podían pagar, en los patios

Aquí existen dos criptas principales:

- Una bajo el altar
- Otra bajo la capilla del Santísimo

Incluso se han encontrado osamentas bajo la nave central, lo que nos indica que todo este espacio fue utilizado como cementerio.

Y ahora quiero que se fijen en algo muy interesante antes de continuar...

A simple vista, esta iglesia parece estar construida completamente en piedra...

Pero no es así.

Las paredes son de adobe

Y los pilares que ven... son de madera

Esta técnica se conoce como “**trampantojo**”, o “trampa al ojo”.

Es decir, algo que parece una cosa... pero en realidad es otra.

Y aquí es donde todo empieza a conectarse...

Porque mucho antes de la llegada de los españoles, este territorio ya tenía una forma propia de entender el mundo.

Las culturas andinas no separaban lo espiritual de lo natural.

Todo estaba conectado: la tierra, el agua, las plantas... y el ser humano.

Ellos entendían el mundo en tres niveles:

- Hanan Pacha: el mundo de arriba
- Kay Pacha: el mundo terrenal
- Uku Pacha: el mundo de los muertos

Y si lo pensamos bien...

Esta iglesia también está organizada así:

- Arriba: lo divino
- Aquí: lo humano
- Abajo: las criptas

Esto es un claro ejemplo de sincretismo, la mezcla entre creencias indígenas y españolas.

### Limpias

Las limpias son rituales ancestrales andinos que buscan armonizar la energía del cuerpo y del espíritu. Se utilizan plantas medicinales que no solo tienen propiedades físicas, sino también simbólicas.

Dentro de la cosmovisión andina combinan dos dimensiones:

- **Simbólica/espiritual** (energía, protección, armonización)
- **Práctica/medicinal** (propiedades reales de las plantas)

### Plantas comunes:

#### Ruda

La ruda se utiliza porque, además de su fuerte aroma, históricamente ha sido considerada una planta protectora. En las limpias se cree que ayuda a alejar energías negativas, y su intensidad incluso genera una respuesta física en el cuerpo. Se cree que absorbe y corta envidias, mal de ojo y energías pesadas. Su olor fuerte "espanta lo malo". Esta planta hay que manejarla con cuidado porque es abortiva, y se la utiliza en casas para no dejar entrar las malas vibras.

#### Eucalipto

El eucalipto no solo limpia simbólicamente, también lo hace físicamente. Su aroma ayuda a abrir las vías respiratorias, generando una sensación de alivio y renovación.

#### Romero

El romero se relaciona con la claridad mental. Su aroma activa la mente, por eso en las limpias se usa para ayudar a equilibrar pensamientos y emociones.

#### Santa maría

Hojas grandes y amargas. Se usa para calmar el susto, nervios y espantar espíritus. "Recoge" la mala energía del cuerpo. A esta hay que respirarla u olerla fuerte para que despierte a la persona.

#### Altamisa/marco

Para sacar el mal aire y el frío del cuerpo. Tiene propiedades protectoras y se usa mucho en niños con susto.

### **Chilca**

Planta nativa del Azuay. Se usa para "barrer" enfermedades y dolores del cuerpo. Es desinflamante y limpiadora.

### **Trinitaria/flor de cristo**

A veces se añade para "endulzar" después de sacar lo malo. Atrae buena suerte y amor.

### **Poleo y cedrón**

Para calmar nervios, ansiedad y susto. Su aroma relaja y "asienta" a la persona después de la limpia.

- En Cuenca es parte de la medicina tradicional. La gente va por susto, mala racha, estrés o cuando "se siente pesada".
- Lo interesante de estas plantas es que no solo funcionan desde lo simbólico. Muchas de ellas tienen efectos reales en el cuerpo.
- Por eso, en la cosmovisión andina, no existe una separación entre lo físico y lo espiritual... todo está conectado.

## **F. Parque Calderón**

Este parque es el corazón del Centro Histórico de Cuenca. En la época colonial se lo conocía como la Plaza Mayor y aquí se concentraba todo: la vida política, la religiosa y la social. Era el lugar donde se daban las proclamaciones importantes, las celebraciones y también los encuentros cotidianos.

Hoy en día sigue cumpliendo esa función. Es un espacio donde se reúnen los cuencanos. Rodeado por los edificios más importantes de la ciudad, el Parque Calderón representa claramente la idea de que Cuenca no es un museo al aire libre, sino una ciudad viva, habitada y en constante movimiento.

Este espacio es más que un parque, es un punto de encuentro.

Les invito a observar:

¿Quiénes están aquí?

¿Cómo usan este espacio?

¿Qué significa para ustedes?

Y si observamos con más atención, nos vamos a dar cuenta de algo muy interesante...

Aquí no hay un solo tipo de persona, ni una sola forma de habitar el espacio. Conviven familias, adultos mayores, jóvenes, trabajadores, turistas... todos compartiendo el mismo lugar, pero cada uno dándole un significado distinto.

Este parque ha sido, y sigue siendo, un verdadero escenario de la vida cuencana. Aquí se celebran fiestas, se realizan marchas, se expresan protestas, se hacen encuentros... es un espacio donde la ciudad se manifiesta.

Por eso, más que un punto turístico, este lugar refleja algo mucho más profundo: la forma en la que una comunidad se reúne, se expresa y construye su identidad en colectivo. Y quizás lo más importante es eso...

que este espacio no sería lo que es sin la gente que lo habita.

Porque al final, una ciudad no se define solo por su arquitectura o su historia, sino por las personas que le dan vida todos los días.

### **G. Camino a Paccari**

Calle Simón Bolívar

Mientras avanzamos por la calle Simón Bolívar, es interesante levantar un poco la mirada y dejar que la ciudad nos cuente su historia a través de sus detalles.

A ambos lados podemos observar una arquitectura de estilo republicano, que refleja el crecimiento y la transformación de Cuenca después de la época colonial. Son edificaciones que mantienen una armonía en sus proporciones, con fachadas sobrias pero elegantes, donde cada elemento cumple una función tanto estética como práctica.

Si nos fijamos con atención, destacan los balcones de madera, característicos de la ciudad. Estos no solo cumplían un rol arquitectónico, sino también social: eran espacios desde donde las familias observaban la vida cotidiana, participaban indirectamente en celebraciones o simplemente dejaban pasar el tiempo viendo la calle.

A nivel de calle, el comercio tradicional sigue presente. Pequeños locales, tiendas familiares y negocios que han pasado de generación en generación mantienen viva una dinámica que conecta el pasado con el presente. Aquí no solo se venden productos, también se transmiten historias, costumbres y formas de vida.

Y entre estos elementos urbanos, aparecen también espacios religiosos como la Iglesia del Cenáculo, donde podemos encontrar detalles muy particulares, como inscripciones en latín en sus fachadas o accesos. Este tipo de elementos nos recuerda la fuerte influencia de la Iglesia en la configuración histórica de la ciudad, y cómo incluso en los pequeños detalles se esconden mensajes que han perdurado a lo largo del tiempo.

- El mensaje en latín de la Iglesia del Santo Cenáculo en Cuenca, Ecuador, comúnmente asociado a la imagen del ángel sobre la puerta principal, hace referencia a la Eucaristía y la adoración perpetua, centralizando la frase bíblica: ***SACHAMENTO CONCHA PENITENS ETDEVOTA***, cuya traducción sería: Sacramento del penitente y del devoto

## **H. Paccari**

Paccari es una marca ecuatoriana reconocida internacionalmente por su enfoque en chocolate orgánico y comercio justo. Aquí tendremos una degustación guiada donde exploraremos el cacao no solo como alimento, sino como parte de la identidad del Ecuador.

## **I. Plaza de las Flores**

Iglesia del Carmen de la Asunción

Nos encontramos frente a uno de los espacios más tradicionales y simbólicos de la ciudad.

La Iglesia del Carmen de la Asunción forma parte de un conjunto religioso que pertenece a la orden de las Carmelitas Descalzas, establecida en Cuenca durante el siglo XVII (alrededor de 1682 según registros históricos de la ciudad y estudios patrimoniales locales).

Este convento se caracteriza por ser de clausura, lo que significa que las religiosas viven en un espacio cerrado, dedicado a la vida contemplativa, el recogimiento espiritual y la oración. Este tipo de organización responde a las normas de la orden carmelita, originada en Europa y expandida durante la época colonial en América.

A pesar de esta vida en aislamiento, las monjas han mantenido una conexión indirecta con la comunidad a través de prácticas tradicionales, especialmente la elaboración de productos artesanales como dulces, jarabes y aguas medicinales.

Este tipo de prácticas ha sido documentado en estudios sobre patrimonio cultural inmaterial en el Ecuador, donde se reconoce el rol de los conventos como espacios de preservación de saberes tradicionales (referencias: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador y estudios de religiosidad colonial andina).

Junto a la iglesia se encuentra uno de los espacios más vivos del centro histórico: la conocida Plaza de las Flores.

Este lugar ha funcionado durante décadas como un punto tradicional de comercio, especialmente de flores, lo cual responde a una práctica histórica en muchas ciudades andinas donde los espacios cercanos a iglesias se convierten en lugares de intercambio económico y social.

Las flores aquí no son solo un producto comercial.

Tienen un profundo valor cultural y simbólico:

- Están ligadas a celebraciones religiosas
- Forman parte de rituales y ofrendas
- Representan afecto, memoria y tradición

Además, este espacio evidencia cómo la economía local se articula con la vida cotidiana. Muchas de las vendedoras han heredado este oficio por generaciones, convirtiendo este lugar en un ejemplo claro de economía popular y tradición viva.

Estudios urbanos y patrimoniales, como los relacionados con el Centro Histórico de Cuenca, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, destacan precisamente este tipo de espacios como fundamentales para entender que el patrimonio no es solo arquitectura, sino también prácticas sociales vivas.

De hecho, esta riqueza cultural y cotidiana ha sido reconocida también a nivel internacional por medios como National Geographic, declarando a este lugar en abril de 2014 como el mejor mercado de flores al aire libre del mundo

Aquí, en la conocida Plaza de las Flores, la ciudad se llena de vida. Colores, movimiento, voces... y, sobre todo, aromas.

Este espacio no solo es un punto de comercio, es un lugar donde la naturaleza forma parte de la vida cotidiana. Las flores, las plantas, las hierbas... todas tienen un significado, ya sea en celebraciones, rituales o en el bienestar diario de las personas.

Y justamente, quiero invitarles a conectar con este lugar desde un sentido que muchas veces dejamos de lado: el olfato.

Si pueden, cierren los ojos por un momento...

Respiren profundo.

Intenten identificar los aromas que están presentes aquí: flores frescas, plantas, el ambiente mismo de la plaza...

Ahora, vamos a llevar esta experiencia un poco más allá.

Les voy a compartir una bebida tradicional conocida como agua de pítimas.

Esta es una infusión elaborada a base de diferentes hierbas medicinales, muchas de las cuales se pueden encontrar aquí mismo, en los mercados y espacios tradicionales de la ciudad.

Más allá de su sabor, lo interesante de esta bebida está en su aroma.

Antes de probarla, acérquenla y perciban...

¿Qué sienten?

¿Les resulta familiar?

¿Les genera alguna emoción o recuerdo?

El agua de pítimas no solo se consume por gusto, sino también por sus propiedades. Tradicionalmente se ha utilizado para el bienestar del cuerpo, especialmente para relajar, aliviar malestares leves o simplemente reconectar con lo natural.

Y aquí es donde todo se conecta...

Así como en las limpias utilizábamos plantas para armonizar el cuerpo y el espíritu, aquí esas mismas plantas se transforman en una bebida que también busca equilibrio, pero desde lo cotidiano.

Porque en la cosmovisión andina, no existe una separación entre lo espiritual y lo diario... lo que sana también se bebe, se huele, se siente.

## **J. Catedral Nueva**

Frente a nosotros se encuentra la Catedral Nueva, oficialmente llamada Catedral de la Inmaculada Concepción, diseñada por el arquitecto Juan Bautista Stiehle. Su construcción inició en 1885 y se prolongó durante varias décadas, lo que explica la combinación de técnicas y materiales. Su estilo es ecléctico, es decir que reúne varios estilos.

La Catedral de la Inmaculada Concepción de Cuenca (Catedral Nueva) es una mezcla de estilos arquitectónicos, destacando principalmente el neorrománico, junto con influencias del gótico y el renacentista. Diseñada por el fraile alemán Juan Bautista Stiehle e iniciada en 1885, se inspira en la Basílica de San Pedro de Roma, con sus icónicas tres cúpulas azules y detalles en mármol.

## **Estilos Principales:**

### **Neorrománico**

Considerado el estilo predominante en la estructura general, visible en la robustez y los arcos de medio punto.

### **Gótico/renacentista**

Se fusionan en su diseño, con influencias góticas en su altura y el renacentismo visible en la estructura inspirada en San Pedro

.

### **Barroco (baldaquino)**

El interior alberga un imponente baldaquino sobre el altar mayor, inspirado en el de San Pedro en El Vaticano, de ahí su influencia renacentista.

La catedral fue construida con materiales como mármol, piedra y alabastro, y refleja el auge económico que vivió la ciudad a finales del siglo XIX y principios del XX. Además de su valor arquitectónico, este templo sigue siendo un espacio religioso activo, utilizado para las celebraciones más importantes de la ciudad, lo que demuestra la vigencia de la fe en la vida cuencana.

Pero esta vez... no quiero que solo la vean.

Quiero que la descubran.

Vamos a hacer algo diferente.

Les voy a dar unos segundos para observar la fachada en silencio...

pero con una misión.

Intenten encontrar detalles que normalmente pasarían desapercibidos.

1. Miren hacia arriba...

¿Notan algo extraño en las cúpulas?

Exacto... no están completamente terminadas como se había planeado.

Originalmente iban a ser más altas, pero por problemas estructurales se decidió detener su construcción.

A veces, lo que parece un error... en realidad cuenta una historia.

2. Ahora viene el reto más interesante...

Busquen en la fachada figuras, rostros o símbolos.

Muchas veces están ahí, pero no las vemos porque pasamos rápido.

¿Alguien encontró algo?

Las uvas en la fachada de la Catedral de la Inmaculada Concepción en Cuenca, Ecuador, junto a los 12 apóstoles, son un motivo decorativo religioso y simbólico. Estas representan el viñedo del Señor y la Eucaristía, donde la uva se convierte en el vino, simbolizando la sangre de Cristo y la vida eterna, integrándose en los capiteles de los arcos que enmarcan a los apóstoles. Las grietas, figura de Jesús en eucaristía vista desde abajo

### **K. Casa Yangoe**

Este espacio nos ayuda a entender que Cuenca no está sola, sino que forma parte de un país muy diverso como Ecuador.

Aquí, a través del arte y la gastronomía, podemos ver un poco de otras regiones, especialmente de la Amazonía, con sus colores, materiales y formas de ver el mundo.

Lo bonito es que, sin salir de este lugar, ya empezamos a conocer el país.

Cada obra nos da una pequeña pista de lo que hay afuera.

Y quizá eso despierta la curiosidad... de querer seguir explorando, viajando y entendiendo todo lo que Ecuador tiene por mostrar.

### **L. Cierre**

Quiero agradecerles por haber sido parte de esta experiencia.

Hoy no solo recorrimos la ciudad... la sentimos.

Y espero que, a partir de ahora, cada vez que caminen por Cuenca, lo hagan con más atención, más conexión y más sentido.

Antes de finalizar, les pediría su apoyo llenando una breve encuesta.

Su opinión es muy importante para seguir mejorando esta experiencia.

## 2.7 Presupuesto

El siguiente presupuesto detalla los costos asociados a la implementación del city tour sensorial en el Centro Histórico de Cuenca, considerando los servicios, actividades y recursos necesarios para el desarrollo de la experiencia. Se incluyen tanto los costos directos por participante (PAX) como aquellos gestionados mediante alianzas estratégicas sin costo. Finalmente, se establece el precio de venta al público (PVP), incorporando un margen del 30% correspondiente al servicio de guianza.

Tabla 3 Costos del recorrido sensorial

<b>Actividad / Servicio</b>	<b>Costo (USD)</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Bienvenida y degustación en Todos Santos</b>	\$0,35	Insumos para experiencia inicial
<b>Caminata consciente</b>	\$0,00	Actividad sin costo (proveedor aliado)
<b>Actividad olfativa en Catedral Antigua</b>	\$0,00	Espacio facilitado sin costo
<b>Ramo de plantas para limpias</b>	\$3,00	Material para actividad sensorial
<b>Degustación en Paccari</b>	\$15,00	Experiencia gastronómica guiada
<b>Experiencia Casa Yangoe</b>	\$25,00	Actividad cultural y gastronómica
<b>Total costo por PAX</b>	<b>\$43,35</b>	
<b>PVP (incluye 30% guianza)</b>	<b>\$56,36</b>	Precio final por participante

## CAPÍTULO 3

### 3. METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo y exploratorio y de corte transversal, orientado a comprender cómo se desarrollan los recorridos turísticos en el Centro Histórico de Cuenca y que tipo de experiencias generan en los visitantes.

Para el levantamiento de información, se aplicaron técnicas de observación participante y entrevistas, permitiendo obtener una visión integral desde la experiencia directa y la percepción de los actores involucrados.

Se realizó un proceso de observación participante en tres recorridos turísticos representativos de la ciudad:

- (i) Bus panorámico
- (ii) Free Walking Tour
- (iii) Free Biking Tour

La selección de estos recorridos responde a su alta presencia en la oferta turística local y a la diversidad de formatos que presentan (transporte, caminata y recorrido en bicicleta), lo que permitió comparar distintas dinámicas de experiencia turística.

Durante la observación, se utilizó un formulario de evaluación previamente diseñado, el cual permitió registrar de manera sistemática aspectos relacionados con la narrativa de los guías, la interacción con los turistas, la estructura del recorrido y la presencia de estímulos sensoriales. Este facilitó la comparación entre los distintos recorridos analizados. Este enfoque permitió comprender cómo se desarrollan actualmente los recorridos turísticos en el Centro Histórico de Cuenca, así como analizar las experiencias que generan en los visitantes y las posibilidades de innovación desde una perspectiva sensorial.

Tabla 4 Instrumento utilizado para la evaluación de los tours

<b>TOURS</b>	
Estructura general del recorrido	Existe presentación inicial del guía
	Se explica el objetivo del recorrido
	Existe narrativa estructurada (inicio–desarrollo–cierre)
	Se promueve interacción con los turistas
	Se generan momentos participativos
	Existe cierre reflexivo o emocional
Aplicación de los sentidos en el recorrido	<b>Vista</b>
	Se destacan elementos visuales específicos
	El guía invita a observar con atención detalles particulares
	Se utilizan recursos visuales complementarios
	Se generan momentos de contemplación intencionada
	<b>Oído</b>
	El guía utiliza cambios de tono y ritmo narrativo
	Se incorporan sonidos del entorno como parte del discurso
	Se incluyen relatos, música o sonidos representativos
	Se fomenta el silencio para percibir el ambiente
	<b>Olfato</b>
	Se mencionan aromas característicos del lugar
	Se realizan paradas con estímulos olfativos
	El guía invita conscientemente a percibir aromas
	Se integran productos aromáticos
	<b>Tacto</b>
	Se permite interactuar con materiales o texturas
	Se incentiva el contacto físico con elementos del entorno
	Se incorporan objetos manipulables
	Se describen sensaciones térmicas o materiales
	<b>Gusto</b>
	Se incluyen degustaciones
	Se mencionan sabores tradicionales
	Se explica el valor cultural de alimentos o bebidas
	La experiencia gastronómica está integrada en la narrativa
	<b>Nivel de integración sensorial</b>
	No se evidencia aplicación sensorial
	Se aplican sentidos de forma superficial
	Existe intención parcial de experiencia multisensorial

Se percibe una experiencia sensorial integrada
<b>Reacción de los participantes</b>
Participación activa
Expresiones emocionales visibles (sorpresa, interés, disfrute)
Uso constante de fotografías
Preguntas frecuentes al guía
Conducta pasiva o desinterés

*Nota: Elaboración propia*

De manera complementaria, se realizaron entrevistas a turistas que participaron en los recorridos observados, con el objetivo de conocer sus percepciones, sensaciones y valoraciones de la experiencia vivida. Estas entrevistas permitieron recoger información directa sobre el nivel de satisfacción, los elementos más recordados y las emociones generadas durante el recorrido.

*Tabla 5 Entrevistas a turistas posterior a la experiencia turística*

Técnica	Actor	Objetivo	Pregunta
<b>Entrevista</b>	Turistas	Identificar percepciones y emociones	En general, ¿cómo describiría la experiencia que vivió durante el city tour?
			¿Hubo algún momento que le haya parecido especialmente memorable o significativo? ¿Qué hizo que fuera así?
			¿Cómo percibió la manera en que el guía compartió la información y narró la historia del lugar?
			A nivel visual, ¿hubo algún elemento que le llamara especialmente la atención durante el recorrido?
			Pensando en el ambiente, ¿recuerda algún sonido, aroma o detalle del entorno que haya influido en su experiencia?
			¿Tuvo la oportunidad de interactuar con algún elemento (tocar, probar o manipular algo)? ¿Cómo influyó esto en su experiencia?
			Desde su percepción, ¿la experiencia involucró varios sentidos o se centró principalmente en la explicación verbal?
			¿Qué emoción predominó en usted durante el recorrido?
			¿Considera que incorporar más estímulos sensoriales podría hacer el tour más interesante o memorable? ¿Por qué?
			Finalmente, si pudiera mejorar algún aspecto del tour, ¿qué sugeriría?

*Nota: Elaboración propia*

Asimismo, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas a dos guías nacionales de turismo de la ciudad de Cuenca y a dos operadoras turísticas locales. La selección de estos actores responde a su experiencia directa en el diseño y ejecución de recorridos turísticos, lo que permitió obtener una visión profesional sobre la oferta actual, las prácticas existentes y las posibilidades de innovación. Estas entrevistas tuvieron como finalidad analizar sus perspectivas sobre los recorridos tradicionales y explorar su opinión respecto a la incorporación de elementos sensoriales en la experiencia turística.

Las entrevistas realizadas se justifican en la necesidad de comprender el fenómeno desde diferentes actores: por un lado, los turistas como receptores de la experiencia, y por otro, los guías y operadores como diseñadores y ejecutores de los recorridos. Esta triangulación de fuentes permitió enriquecer el análisis y fortalecer la validez de los resultados.

*Tabla 6 Entrevista a actores turísticos con el objetivo de conocer su punto de vista en relación con la implementación de estímulos sensoriales en el Centro Histórico de Cuenca*

Técnica	Actor	Objetivo	Pregunta
<b>Entrevista semiestructurada</b>	Guías y operadores turísticos	Analizar la oferta actual y perspectivas de innovación	Desde su experiencia como guía u operador turístico en el Centro Histórico de Cuenca, ¿cómo describiría la oferta actual de city tours en la ciudad?
		Analizar fortalezas y debilidades	¿Cuáles considera que son las principales fortalezas y debilidades de los city tours tradicionales que se realizan actualmente (walking tours, bus panorámico, bicicleta)?
		Identificar experiencias ofertadas	En los recorridos que usted realiza u opera, ¿qué tipo de experiencias o actividades se incluyen para enriquecer la experiencia del turista?
		Identificar valor percibido por turistas	Desde su experiencia, ¿qué aspectos del tour son los que más valoran los turistas durante los recorridos por el Centro Histórico?
	Guías y operadores turísticos	Analizar tendencias de demanda	¿Considera que los turistas actualmente buscan experiencias más participativas o inmersivas durante los city tours? ¿Por qué?
		Evaluar incorporación sensorial	En su opinión, ¿cree que incorporar elementos sensoriales como sonidos, aromas, degustaciones o interacción cultural podría mejorar la experiencia del visitante?
		Analizar viabilidad	Desde el punto de vista operativo, ¿qué tan viable considera implementar un city tour sensorial en el Centro Histórico de Cuenca?
		Identificar limitaciones	¿Qué limitaciones o dificultades podrían presentarse al desarrollar un tour sensorial (logística, permisos, costos, coordinación)?

<b>Entrevista semiestructurada</b>	Identificar actores clave	¿Qué actores locales deberían involucrarse en el desarrollo de un city tour sensorial (artesanos, cafeterías, músicos, museos, etc.)?
	Analizar diferenciación	Desde su perspectiva profesional, ¿cree que un city tour sensorial podría aportar a la diferenciación de la oferta turística del Centro Histórico de Cuenca?
	Caracterizar oferta	Finalmente, ¿podría indicar el nombre del tour que opera, el precio aproximado, el perfil del mercado (edad y procedencia) y el tipo de visitante más frecuente?

*Nota: Elaboración propia*

### **3.1 Diagnóstico de los recorridos turísticos en el Centro Histórico de Cuenca**

El diagnóstico de los recorridos turísticos en el Centro Histórico de Cuenca se desarrolló a partir de la aplicación de técnicas de observación participante y de entrevistas realizadas a turistas, guías y operadores turísticos. Este proceso metodológico permitió analizar la oferta actual de *city tours* de manera integral, ya que consideró tanto la experiencia vivida por los visitantes como la visión de los actores que intervienen en el diseño y ejecución de los recorridos.

El análisis se focalizó en tres recorridos representativos: el Bus panorámico, el Free Walking Tour y el Free Biking Tour. Estos fueron seleccionados por su presencia relevante dentro de la oferta turística y por la diversidad de formatos que presentan, lo cual facilitó la comparación de distintas dinámicas, niveles de interacción y maneras de construir la experiencia turística en la ciudad.

A partir de la información recolectada, se identificaron elementos esenciales vinculados con la estructura de los recorridos, la narrativa desarrollada por los guías, el grado de interacción con los turistas y la incorporación de estímulos sensoriales durante la experiencia. Además, se analizaron las percepciones, emociones y valoraciones expresadas por los visitantes, lo cual permitió comprender el nivel de satisfacción general y los aspectos más destacados de cada recorrido.

De manera complementaria, las entrevistas realizadas a guías y operadores turísticos posibilitaron identificar tanto las fortalezas y debilidades predominantes en la oferta actual,

como las tendencias emergentes y las oportunidades de innovación detectadas en los recorridos turísticos del Centro Histórico de Cuenca.

En este contexto, el diagnóstico se organiza en tres dimensiones de análisis fundamentales: la caracterización de los recorridos turísticos tradicionales, el estudio de la narrativa, la interacción y la dinámica de los recorridos, y finalmente, la exploración de las perspectivas de innovación y tendencias dentro de la oferta turística. Estas dimensiones permiten comprender de manera detallada el estado actual de los *city tours* y constituyen una base sólida para el diseño de propuestas innovadoras, como la implementación de un recorrido sensorial en el Centro Histórico de Cuenca.

### **3.1.1 Caracterización de los recorridos turísticos tradicionales**

A partir de la observación participante realizada en los recorridos Bus panorámico, Free Walking Tour y Free Biking Tour, se identificaron diferencias significativas en la estructura, dinámica y nivel de interacción de cada experiencia.

En cuanto a la estructura general del recorrido, se evidenció que el Free Walking Tour y el Free Biking Tour presentan una mayor organización en términos de inicio y cierre, incorporando una presentación inicial del guía y, en algunos casos, un cierre con componentes reflexivos o emocionales. En contraste, el Bus panorámico muestra una menor presencia de estos elementos, limitándose principalmente a una narrativa informativa sin un inicio o cierre claramente definidos.

Respecto a la narrativa, los tres recorridos presentan una estructura básica de inicio, desarrollo y cierre; sin embargo, esta se caracteriza por ser predominantemente expositiva. No obstante, los walking tours destacan por promover mayor interacción con los turistas, generando momentos participativos que enriquecen la experiencia. Por el contrario, el recorrido en Bus panorámico tiende a ser más pasivo, con menor involucramiento del visitante.

En relación con la aplicación de los sentidos, se identificó que el sentido de la vista es el más utilizado en los tres recorridos, destacando elementos visuales del entorno urbano. Sin embargo, el Free Walking Tour y el Free Biking Tour incorporan de manera más activa la invitación a observar detalles específicos y generar momentos de contemplación, lo que no se evidencia en el recorrido en Bus panorámico.

En el caso del sentido del oído, se observa que los recorridos a pie y en bicicleta utilizan variaciones en el tono narrativo del guía, mientras que el Bus panorámico incorpora sonidos del entorno y relatos como parte de su discurso. No obstante, no se evidencia una intencionalidad clara en el uso del silencio o de estímulos auditivos como recurso interpretativo.

Por otro lado, la incorporación de otros sentidos como el olfato y el tacto es limitada en los tres recorridos. El Free Walking Tour presenta algunos intentos de integración sensorial mediante estímulos olfativos y oportunidades de interacción con elementos, mientras que en el resto de recorridos estos aspectos son prácticamente inexistentes.

En cuanto al sentido del gusto, se identificó la inclusión de degustaciones en los recorridos a pie y en bicicleta, así como la mención de sabores tradicionales en los tres casos. Sin embargo, la experiencia gastronómica no se encuentra plenamente integrada dentro de la narrativa del recorrido.

A nivel general, se evidencia que no existe una aplicación sensorial estructurada en el Bus panorámico, mientras que en los recorridos a pie y en bicicleta se observa una intención parcial de generar experiencias multisensoriales, aunque estas aún son limitadas y poco sistematizadas.

Finalmente, en relación con la reacción de los participantes, se identificó que los walking tours generan mayor participación activa y preguntas hacia el guía, mientras que el uso constante de fotografías se presenta en todos los recorridos, especialmente en el Bus panorámico y el Free Walking Tour. Asimismo, se evidencian expresiones emocionales en los recorridos a pie y en bus, aunque en este último se mantiene una actitud más pasiva por parte de los turistas.

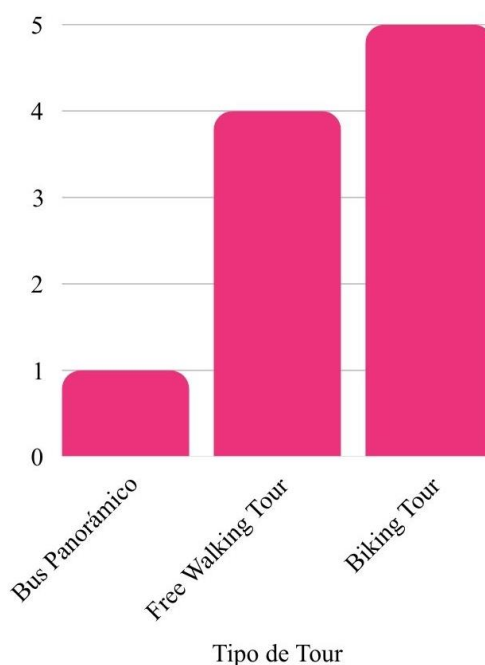
Tabla 7 Resultados de la evaluación de los tours

<b>TOURS</b>		<b>Bus panorámico</b>	<b>Free walking tour</b>	<b>Free biking tour</b>
<b>Estructura general del recorrido</b>	Existe presentación inicial del guía		X	X
	Se explica el objetivo del recorrido			
	Existe narrativa estructurada (inicio–desarrollo–cierre)	X	X	X
	Se promueve interacción con los turistas		X	
	Se generan momentos participativos		X	
	Existe cierre reflexivo o emocional		X	X
<b>Aplicación de los sentidos en el recorrido</b>	<b>Vista</b>			
	Se destacan elementos visuales específicos	X	X	X
	El guía invita a observar con atención detalles particulares		X	X
	Se utilizan recursos visuales complementarios		X	
	Se generan momentos de contemplación intencionada		X	
	<b>Oído</b>			
	El guía utiliza cambios de tono y ritmo narrativo		X	X
	Se incorporan sonidos del entorno como parte del discurso	X		
	Se incluyen relatos, música o sonidos representativos	X		
	Se fomenta el silencio para percibir el ambiente			
	<b>Olfato</b>			
	Se mencionan aromas característicos del lugar			
	Se realizan paradas con estímulos olfativos		X	
	El guía invita conscientemente a percibir aromas		X	
	Se integran productos aromáticos			
	<b>Tacto</b>			
	Se permite interactuar con materiales o texturas		X	X
	Se incentiva el contacto físico con elementos del entorno			
	Se incorporan objetos manipulables			
	Se describen sensaciones térmicas o materiales			
	<b>Gusto</b>			
	Se incluyen degustaciones		X	X
	Se mencionan sabores tradicionales	X	X	X
	Se explica el valor cultural de alimentos o bebidas			
	La experiencia gastronómica está integrada en la narrativa		X	
	<b>Nivel de integración sensorial</b>			
	No se evidencia aplicación sensorial	X		
	Se aplican sentidos de forma superficial			
Existe intención parcial de experiencia multisensorial		X	X	
Se percibe una experiencia sensorial integrada				
<b>Reacción de los participantes</b>				

Participación activa		X	
Expresiones emocionales visibles (sorpresa, interés, disfrute)	X		X
Uso constante de fotografías	X	X	
Preguntas frecuentes al guía		X	
Conducta pasiva o desinterés			

*Nota: Elaboración propia*

*Tabla 8 Nivel de integración sensorial por tipo de tour*



Como se observa en la figura, el Bus panorámico presenta una integración sensorial limitada, centrada principalmente en los sentidos de la vista y el oído. En contraste, el Free Walking Tour y el Free Biking Tour evidencian una mayor incorporación de estímulos sensoriales, aunque de forma parcial, lo que refleja una intención incipiente de generar experiencias más inmersivas.

### **3.1.2 Análisis de la narrativa, interacción y dinámica de los recorridos**

A partir de las entrevistas realizadas a turistas que participaron en los recorridos analizados, se identificaron diferencias claras en la forma en que se construye la experiencia turística, especialmente en relación con la narrativa, el nivel de interacción y la participación del visitante.

En el caso del Bus panorámico, los participantes coinciden en que la experiencia se caracteriza por ser principalmente visual y descriptiva, con una limitada interacción. La utilización de audios grabados en lugar de guías en vivo reduce la conexión con el visitante, generando una experiencia menos personalizada.

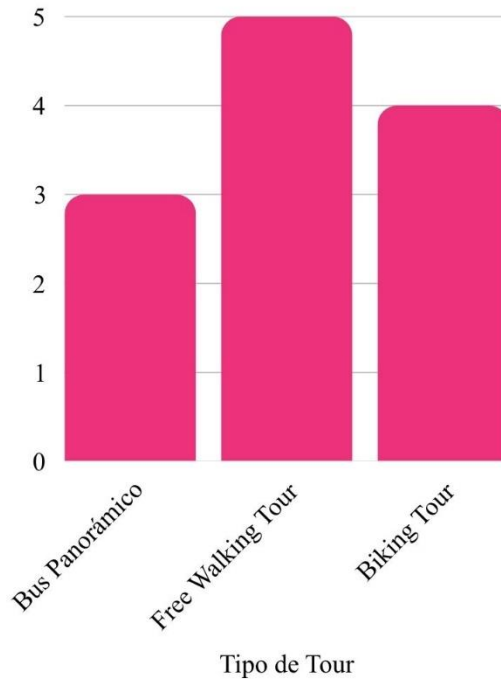
Como se evidencia en los testimonios, los turistas valoran la posibilidad de observar la ciudad desde una perspectiva panorámica; sin embargo, identifican una ausencia de contacto humano y de elementos que permitan una mayor inmersión en la experiencia.

Por el contrario, en el Free Walking Tour se evidencia una narrativa más dinámica, participativa y cercana. Los turistas destacan la capacidad del guía para generar interacción, incorporar preguntas y establecer un diálogo constante durante el recorrido. Esta dinámica favorece una mayor conexión emocional con el destino, así como una comprensión más profunda de la historia y cultura local. Además, se identifican momentos significativos asociados a experiencias concretas, como el acceso a espacios no convencionales o la interacción con elementos culturales.

En el caso del Free Biking Tour, la experiencia se caracteriza por una combinación equilibrada entre información, movilidad y contacto con el entorno. Los participantes destacan la diversidad de estímulos presentes durante el recorrido, como el contacto con la naturaleza, la gastronomía y los espacios urbanos, lo que genera una experiencia más integral. A diferencia del tour en Bus panorámico, este tipo de recorrido permite una mayor participación activa del turista, favoreciendo una experiencia más inmersiva.

De manera general, los resultados evidencian que los recorridos que incorporan interacción, participación y contacto directo con el entorno generan mayores niveles de satisfacción, recordación y conexión emocional. En contraste, los recorridos más pasivos y centrados en la observación presentan limitaciones en la construcción de experiencias significativas.

Tabla 9 Nivel de impacto emocional percibido



### 3.1.3 Perspectivas de innovación y tendencias en los recorridos turísticos

A partir de las entrevistas realizadas a guías y operadores turísticos, se identificaron importantes cambios en la forma en que se conciben y desarrollan los *city tours* en el Centro Histórico de Cuenca, así como una apertura hacia nuevas formas de innovación en la experiencia turística.

En primer lugar, los actores coinciden en que la oferta actual de *city tours* se encuentra consolidada, con diferentes modalidades que responden a distintos segmentos de mercado, como los tours tradicionales, los Buses panorámicos y los free walking tours. Sin embargo, también se evidencia una creciente competencia entre estas modalidades, especialmente debido a la presencia de opciones de bajo costo, lo que ha generado cambios en la dinámica del mercado turístico.

En relación con las fortalezas, se destaca el valor patrimonial de la ciudad, su arquitectura, historia, gastronomía y seguridad, aspectos que continúan siendo altamente valorados por los turistas. No obstante, también se identifican debilidades, como la repetición de los mismos recorridos, la falta de innovación en algunos servicios y la limitada diversificación de experiencias dentro de la oferta actual.

Un aspecto relevante identificado es el cambio en las expectativas del turista. Según los entrevistados, el visitante actual ya no busca únicamente información, sino experiencias más participativas, personalizadas e inmersivas. Este cambio se asocia, en gran medida, al acceso a información previa a través de medios digitales, lo que ha transformado el comportamiento del turista y su forma de consumir experiencias turísticas.

En este contexto, la incorporación de estímulos sensoriales es percibida como una estrategia viable y pertinente para enriquecer la experiencia turística. Los guías y operadores coinciden en que el uso de elementos como la gastronomía, el contacto con artesanos, la interacción con el entorno y la participación en actividades culturales permite generar experiencias más memorables y significativas.

Sin embargo, también se identifican algunas limitaciones, principalmente relacionadas con la competencia en precios, la estandarización de la oferta, la logística y la necesidad de coordinación con actores locales. A pesar de ello, existe consenso en que el desarrollo de propuestas innovadoras, como un *city tour* sensorial, representa una oportunidad para diferenciar la oferta turística de la ciudad y responder a las nuevas demandas del mercado.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS

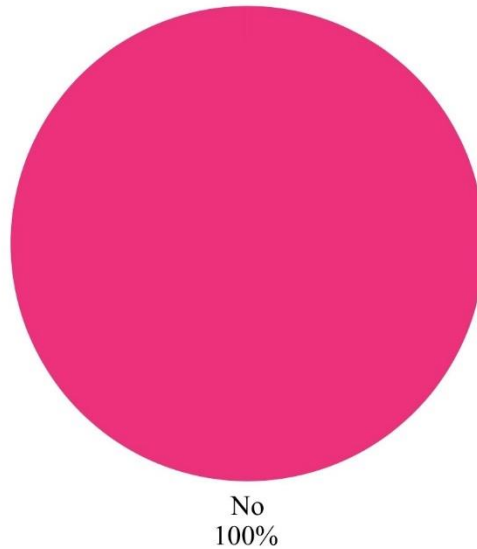
Los resultados presentados a continuación corresponden al pilotaje del city tour sensorial realizado en el Centro Histórico de Cuenca, con la participación de ocho personas. La información fue recolectada mediante la aplicación de un cuestionario de evaluación diseñado en Google Forms, el cual combinó principalmente preguntas cuantitativas estructuradas en escala de Likert de 1 a 5, donde 5 representó la valoración más alta, junto con un número reducido de preguntas de carácter cualitativo orientadas a complementar la percepción de los participantes.

#### 4.1 Experiencia previa en recorridos sensoriales

En relación con la experiencia previa de los participantes, se identificó que ninguno había participado anteriormente en un *city tour* con estímulos sensoriales. Tal como se presenta en la tabla 10, la totalidad del grupo experimentó por primera vez a este tipo de actividades, sin registro de participación previa en actividades con características similares

Este comportamiento se observó de manera uniforme en todos los encuestados, sin presencia de respuestas intermedias. La información recopilada permitió establecer que, dentro del grupo evaluado, no existieron antecedentes vinculados a recorridos turísticos con enfoque sensorial.

Tabla 10 ¿Ha participado previamente en un tour que incluya experiencias sensoriales (uso intencionado de los sentidos como parte del recorrido)?

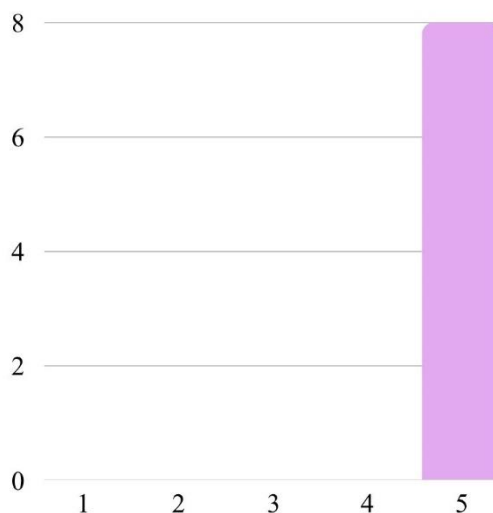


#### 4.1.1 Nivel de involucramiento sensorial durante la experiencia

A partir de este contexto de primera aproximación, se registró un alto nivel de involucramiento sensorial durante el desarrollo del recorrido. De acuerdo con lo presentado en la tabla 11, las respuestas presentaron una concentración en el rango superior de la escala.

La distribución de las respuestas permitió identificar que los recursos incorporados en el diseño del recorrido favorecieron la activación de distintos canales sensoriales. Esta dinámica contribuyó a una interacción más directa con el entorno, manteniéndose además una valoración estable entre los participantes en torno al carácter sensorial de la experiencia.

Tabla 11 Durante el recorrido sentí que se activaron varios de mis sentidos

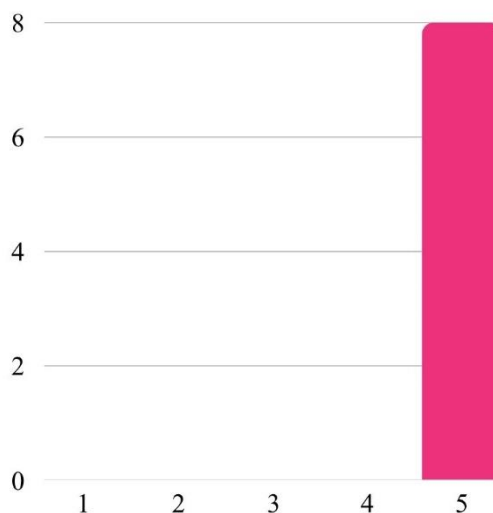


#### 4.1.2 Conexión emocional generada por los espacios visitados

En relación con la conexión emocional generada por los espacios visitados, la totalidad de los participantes calificó este componente en el nivel más alto. Como se muestra en la tabla 12, no se registraron diferencias en las respuestas, manteniéndose en un mismo criterio en todo el grupo evaluado.

En el caso de la dimensión emocional, los datos obtenidos muestran que los espacios incluidos en el recorrido generaron una respuesta clara en los participantes. La presencia de estímulos en cada punto del itinerario facilitó la vinculación entre la vivencia y el lugar, fortaleciendo su posterior recordación.

Tabla 12 El recorrido logró conectar mis emociones con los lugares visitados

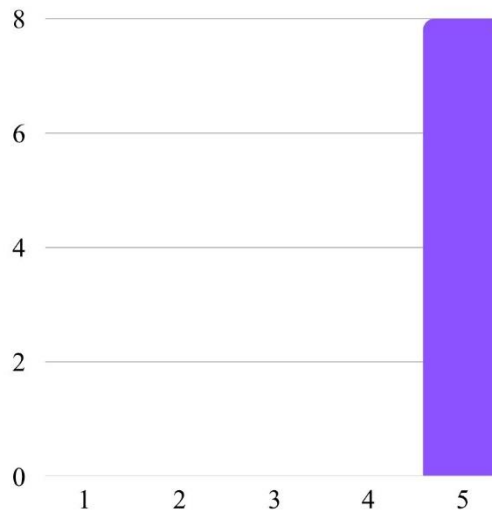


#### 4.1.3 Evaluación de la organización logística del recorrido

En cuanto a la organización logística, se registró una tendencia en las respuestas de los participantes, manteniéndose en una misma valoración en todo el grupo. Como se observa en la tabla 13, no se identificaron variaciones en este componente a lo largo de las evaluaciones realizadas.

Respecto a la organización logística, los resultados dan cuenta de un desarrollo ordenado del recorrido, en el que se cumplieron los tiempos establecidos y se mantuvo una secuencia coherente entre las actividades. De igual forma, la información proporcionada durante el tour se presentó de manera clara, lo que contribuyó a una experiencia continua y sin interrupciones en su desarrollo.

Tabla 13 La organización del recorrido (tiempos, logística, secuencia) fue adecuada

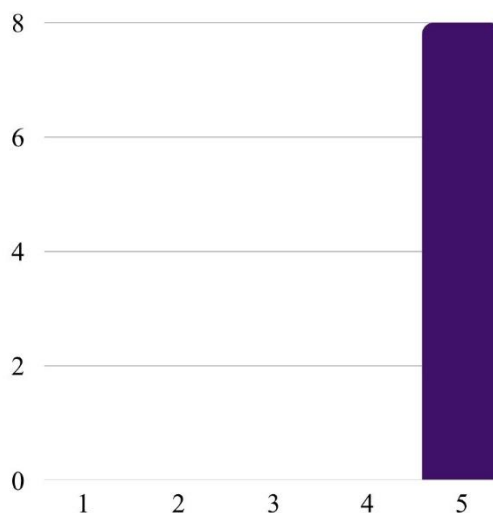


#### 4.1.4 Percepción del valor agregado de la experiencia

Finalmente, en relación con el valor diferencial del city tour sensorial, se observó una coincidencia total en la forma en que los participantes evaluaron este componente. Como se aprecia en la tabla 14, las respuestas se mantuvieron alineadas en todo el grupo, sin variaciones en los criterios de valoración.

En cuanto al valor diferencial, los resultados permiten reconocer que la propuesta fue percibida como distinta dentro del conjunto de experiencias turísticas previas de los participantes. La incorporación del componente sensorial a lo largo del recorrido aportó un rasgo particular, facilitando su identificación como una experiencia diferenciada.

Tabla 14 Considero que esta experiencia aporta valor diferente a un city tour tradicional



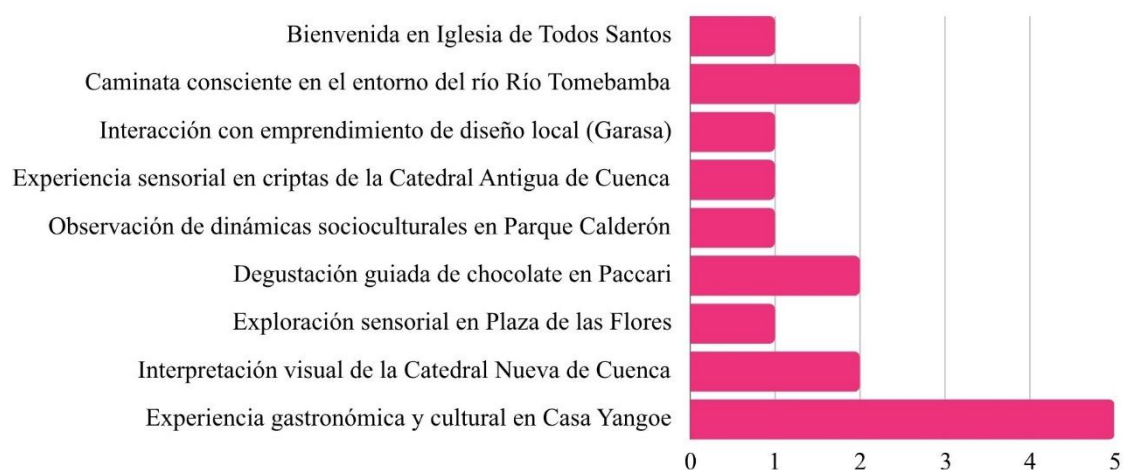
#### 4.1.5 Momentos de mayor impacto durante el recorrido

En relación con los momentos de mayor impacto durante el recorrido, se identificaron diferencias en las preferencias de los participantes. Como se observa en la tabla 15, la actividad que registró mayor selección fue la experiencia gastronómica y cultural en Casa Yangoe, destacándose por encima del resto de los puntos evaluados.

En segundo nivel, se ubicaron la caminata consciente en el entorno del río Tomebamba, la degustación guiada de chocolate y la interpretación visual de la Catedral Nueva, las cuales también concentraron varias elecciones dentro del grupo. Por su parte, las demás actividades fueron seleccionadas de manera puntual, sin presentar una tendencia predominante.

Estos resultados permiten reconocer que los momentos asociados a experiencias sensoriales integrales, especialmente aquellas que combinan elementos gastronómicos y culturales, generaron un mayor impacto en los participantes durante el desarrollo del recorrido.

Tabla 15 ¿Qué momento le impactó más?



## 4.2 Discusión de resultados

Los resultados obtenidos en el pilotaje del city tour sensorial permiten establecer una relación directa con los planteamientos teóricos desarrollados en el marco conceptual, particularmente en lo referente al turismo experiencial y sensorial.

En primer lugar, la ausencia de experiencias previas en recorridos sensoriales por parte de los participantes evidencia una brecha dentro de la oferta turística tradicional del Centro Histórico de Cuenca. Este hallazgo se alinea con lo planteado en el diagnóstico, donde se identificó que los recorridos existentes se caracterizan por un enfoque principalmente expositivo, limitado a la transmisión de información, sin incorporar estrategias orientadas a la activación de los sentidos ni a la participación del visitante.

En este contexto, el alto nivel de involucramiento sensorial registrado durante la experiencia confirma lo expuesto por autores como Schmitt (1999) y Pine y Gilmore (1998), quienes sostienen que la integración de estímulos sensoriales y emocionales es fundamental para la construcción de experiencias significativas. La activación simultánea de varios sentidos permitió transformar el recorrido en una vivencia más dinámica, en la que el visitante dejó de ser un observador pasivo para convertirse en un participante activo.

Asimismo, la conexión emocional evidenciada en los resultados refuerza lo planteado por Tung y Ritchie (2011), quienes destacan que las experiencias turísticas memorables se construyen a partir de emociones, significados personales y procesos de recordación. En este caso, la incorporación de elementos sensoriales en espacios patrimoniales permitió que los participantes no solo comprendan el lugar, sino que establezcan un vínculo más profundo con su significado cultural.

Por otro lado, la valoración positiva de la organización logística responde a los principios del diseño de experiencias y del enfoque de producto turístico, en donde la estructura, secuencia y coherencia del recorrido son elementos fundamentales para garantizar una experiencia satisfactoria. Esto demuestra que la propuesta no solo es innovadora en su contenido, sino también viable desde una perspectiva operativa.

En relación con el valor diferencial percibido, los resultados evidencian que la integración del componente sensorial actúa como un elemento de diferenciación dentro del mercado turístico. Este aspecto se vincula directamente con lo señalado por Benseny (2021), quien plantea que el turismo experiencial responde a un cambio en el perfil del turista, orientado a la búsqueda de vivencias auténticas, participativas y emocionalmente significativas.

Finalmente, los momentos de mayor impacto identificados por los participantes, especialmente aquellos que combinan estímulos sensoriales múltiples, interacción cultural y experiencias gastronómicas, confirman que la construcción de experiencias memorables depende de la integración de distintos elementos en una narrativa coherente. Este resultado respalda la importancia del diseño intencional del recorrido, donde cada actividad cumple una función específica dentro de la experiencia global.

En conjunto, los hallazgos obtenidos permiten afirmar que el city tour sensorial constituye una alternativa innovadora frente a los recorridos tradicionales, al fortalecer la interpretación del patrimonio, el involucramiento del visitante y su conexión con la identidad local, consolidándose como una propuesta con potencial para diversificar y enriquecer la oferta turística del Centro Histórico de Cuenca.

A continuación, en la Figura 1 se presenta de forma gráfica la propuesta del city tour sensorial y los elementos que se buscó integrar en la experiencia.

Figura 1 Infografía del city tour sensorial



*Nota: Elaborada con el apoyo de inteligencia artificial.*

## 5. CONCLUSIONES

El presente estudio permitió evidenciar que la incorporación de estímulos sensoriales en el diseño de un city tour en el Centro Histórico de Cuenca generó una forma diferenciada de interacción entre los participantes y el destino, superando los enfoques tradicionales centrados principalmente en la transmisión de información. A partir del análisis de la oferta turística existente, se identificó una limitada integración de elementos sensoriales dentro de los recorridos convencionales, lo que justificó el desarrollo de una propuesta innovadora orientada hacia la experiencia, la participación activa y la conexión directa con el entorno.

Los resultados obtenidos durante el pilotaje confirmaron que el enfoque sensorial incidió de manera significativa en la forma en que los participantes percibieron el recorrido. La ausencia de experiencias previas en este tipo de actividades permitió analizar las respuestas desde una primera aproximación, evidenciando altos niveles de involucramiento sensorial a lo largo del itinerario. Este aspecto se reflejó en la activación simultánea de diversos sentidos, lo que favoreció una interacción más consciente con los espacios visitados y fortaleció la relación entre el participante y el entorno.

En este sentido, la dimensión emocional adquirió un papel relevante, ya que los participantes establecieron una conexión más cercana con los lugares incluidos en el recorrido, especialmente en aquellos que no formaban parte de su conocimiento previo o que, en condiciones habituales, pasan desapercibidos. La incorporación de estímulos sensoriales permitió resignificar estos espacios, generando nuevas interpretaciones y aportando un valor adicional a la experiencia turística, vinculado a la memoria, la percepción y la vivencia personal.

Por otra parte, los resultados evidenciaron que la organización logística del recorrido fue percibida de manera clara, ordenada y coherente, lo que permitió un desarrollo fluido de la experiencia. Elementos como el cumplimiento de los tiempos, la secuencia de actividades y la claridad en la información proporcionada contribuyeron a mantener la continuidad del recorrido, facilitando que los participantes se concentraran en la experiencia sensorial sin interferencias operativas.

En cuanto al valor agregado, la propuesta fue reconocida como una alternativa diferenciada frente a otras experiencias turísticas previamente realizadas por los participantes. La integración de componentes sensoriales, junto con actividades específicas como la experiencia gastronómica y cultural, permitió posicionar el recorrido como una propuesta innovadora dentro del contexto local, destacándose especialmente aquellos momentos que generaron mayor impacto en los participantes.

En relación con los objetivos planteados, se evidenció su cumplimiento, ya que se logró diseñar, implementar y evaluar un city tour con enfoque sensorial. Los hallazgos obtenidos aportan al campo del turismo experiencial, al demostrar que este tipo de propuestas no solo enriquecen la oferta turística, sino que también potencian la forma en que los visitantes se relacionan con el destino, generando experiencias más significativas y memorables.

No obstante, el desarrollo del estudio presentó limitaciones que deben ser consideradas en la interpretación de los resultados. El factor tiempo fue determinante, particularmente en la coordinación logística, la gestión de proveedores y la captación de participantes para el pilotaje. Asimismo, el tamaño reducido de la muestra limitó el alcance de los resultados, por lo que estos deben entenderse como una aproximación inicial al fenómeno estudiado.

Finalmente, se recomienda que futuras investigaciones amplíen el número de participantes y repliquen la experiencia en diferentes contextos y segmentos de mercado, con el fin de validar y profundizar los resultados obtenidos. De igual manera, se sugiere explorar nuevas formas de integración sensorial en productos turísticos, así como evaluar su impacto a largo plazo en la percepción, satisfacción y fidelización de los visitantes.

## ANEXOS

Anexo 1 Modelo de bitácora de evaluación del city tour (sección inicial)

### FICHA DE OBSERVACIÓN

#### ANÁLISIS DE CITYTOURS

Fecha: 3/3/26

Nombre del tour / Agencia: Free walking tour / Inside Cuenca Tours

Duración: 4 h.

Número aproximado de participantes: 4

#### 1. Estructura general del recorrido

- Existe presentación inicial del guía
- Se explica el objetivo del recorrido
- Existe narrativa estructurada (inicio-desarrollo-cierre)
- Se promueve interacción con los turistas
- Se generan momentos participativos
- Existe cierre reflexivo o emocional

Observaciones:

me parece muy interesante la forma en la que el guía llevó a cabo el tour, las dinámicas de participación, las dinámicas sensoriales, el sentido del humor y el dominio del tema me gustó.

#### 2. Aplicación de los sentidos en el recorrido

Vista

- Se destacan elementos visuales específicos
- El guía invita a observar con atención detalles particulares
- Se utilizan recursos visuales complementarios
- Se generan momentos de contemplación intencionada

Observaciones: El guía puso énfasis en elementos visuales presentes en el entorno y cuando estos no estaban presentes, el guía mostraba fotos, explicaba, señalaba. Siendo honesto hay ciertos detalles de la arquitectura del Centro Histórico que no sabía que estaban ahí, no me había fijado y gracias al guía, ahora los tengo en cuenta.

### Oído

- El guía utiliza cambios de tono y ritmo narrativo
- Se incorporan sonidos del entorno como parte del discurso
- Se incluyen relatos, música o sonidos representativos
- Se fomenta el silencio para percibir el ambiente

Observaciones: Al ser un walking tour tuvimos la oportunidad de escuchar la vida cotidiana del centro histórico, los comercios, la quilla, el tráfico, incluso los sonidos de la reconstrucción del Parque Calderón, pero en ningún momento el guía nos pidió que nos fijemos en eso. Tampoco hubo momentos de silencio.

### Olfato

- Se mencionan aromas característicos del lugar
- Se realizan paradas con estímulos olfativos
- El guía invita conscientemente a percibir aromas
- Se integran productos aromáticos

Observaciones: Una de las paradas fue una cafetería en la calle Benigno Malo en donde se muele el café entonces allí el guía trabajó bastante el tema olfativo para después pasar a comer una humita con café sin embargo, no hubo mucho más men en la plaza de los Placeres.

### Tacto

- Se permite interactuar con materiales o texturas
- Se incentiva el contacto físico con elementos del entorno
- Se incorporan objetos manipulables
- Se describen sensaciones térmicas o materiales

Observaciones: Los únicos elementos con los que interactuamos, o bien fueron los dos muelles en la plaza de las Flores el guía les regaló una rosa y tuvieron la oportunidad de ver y tocar y claro, manipular la de su elección. Por otro lado, todos pudimos manipular un poco los elementos del sombrero de paja en el museo del mismo.

**Gusto**

- Se incluyen degustaciones
- Se mencionan sabores tradicionales
- Se explica el valor cultural de alimentos o bebidas
- La experiencia gastronómica está integrada en la narrativa

Observaciones: Me gustó la parte en la que comimos humita con café pero como tal no hubo una explicación de lo tradicional o tampoco hubo más degustaciones a pesar de haber pasado por el mercado. Al final tomamos una cerveza pero fue ya como "premio" ya para finalizar.

**3. Nivel de integración sensorial**

- No se evidencia aplicación sensorial
- Se aplican sentidos de forma superficial
- Existe intención parcial de experiencia multisensorial
- Se percibe una experiencia sensorial integrada

**4. Reacción de los participantes**

- Participación activa
- Expresiones emocionales visibles (sorpresa, interés, disfrute)
- Uso constante de fotografías
- Preguntas frecuentes al guía
- Conducta pasiva o desinterés

## ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA POST EXPERIENCIA TURÍSTICA

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Entrevista sobre el Tour de Free Walking Tour en Cuenca

Yo, Martina Huber, con número de identificación AP1780680, declaro que he sido informado(a) sobre la realización de una entrevista relacionada con el tour sobre Free Walking Tour en la ciudad de Cuenca.

He sido informado(a) de que:

La entrevista tiene como finalidad recopilar información sobre la experiencia, historia, aspectos culturales y/o turísticos relacionados con el tour.

Mi participación es completamente voluntaria.

Puedo negarme a responder cualquier pregunta o retirar mi participación en cualquier momento, sin que esto implique ninguna consecuencia.

La información proporcionada podrá ser utilizada con fines académicos, investigativos, turísticos o de difusión cultural (según corresponda).

Se me ha informado si la entrevista será grabada en audio y/o video:

Sí

No

En caso de grabación, autorizo el uso del material únicamente para los fines previamente indicados:

Sí autorizo

No autorizo

Se me ha explicado cómo se protegerá mi identidad:

Se mantendrá en confidencialidad


Autorizo el uso de mi nombre

Declaro que he leído (o me ha sido leído) el presente documento, que comprendo su contenido y que acepto participar libremente en esta entrevista.

Firma del participante: M. Huber

Nombre completo: MARTINA HUBER

Fecha: 03 / 03 / 2026

Firma del entrevistador/a: 

Nombre del entrevistador/a: Iván Morcayo

Anexo 6 Registro del pilotaje del city tour sensorial en el punto inicial del recorrido (Todos Santos)



Anexo 7 Registro del pilotaje del city tour sensorial en la fase final de la experiencia (Casa Yangoe)



*Anexo 8 Evidencia de la encuesta post-experiencia aplicada a los participantes del city tour sensorial*

<https://forms.gle/Fe43MURYCSq9HdJA8>

## REFERENCIAS

- Aponte, G. (2003). *PAISAJE E IDENTIDAD CULTURAL*.  
<https://revistas.universidadmayor.edu.co/index.php/tabularasa/article/view/1687/2183>
- Benseny, G. (2021). *ESPACIOS TURÍSTICOS AMERICANOS TURISMO EXPERIENCIAL*.  
<https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3505/1/u4-benseny-2021.pdf>
- Bertoncello, R. V., & Iuso, R. (2016). Turismo urbano en contexto metropolitano: Tigre como destino turístico en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 25(2), 107.  
<https://doi.org/10.15446/rcdg.v25n2.56905>
- Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation. *California Management Review*, 50(3), 66–94.  
<https://doi.org/10.2307/41166446>
- Cabrera, N. (2020). El Centro Histórico de Cuenca: Conservación y turismo frente a las dinámicas populares. *Universidad-Verdad*, (76), 8–21.  
<https://doi.org/10.33324/uv.vi76.260>
- Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O. D., & Scott, N. (2018). Co-creation of tourist experiences: A literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369–400.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1081158>
- Campos-Winter, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Cinta de Moebio*, (62), 199–212.  
<https://doi.org/10.4067/S0717-554X2018000200199>
- Chérrez Bahamonde, R. C., Torres García, G. A., Méndez Lema, S. J., & Méndez Lema, J. E. (2025). Turismo sensorial en el Ecuador, estrategias para la estimulación de la percepción multisensorial en experiencias turísticas. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 7(3), 235–243.  
<https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v7i3.1490>
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2025). *TOURISM: PRINCIPLES AND PRACTICE THIRD EDITION*. 3.  
<https://es.scribd.com/document/826905436/Tourism-Principles-and-Practice-Cooper-Fletcher-Gilbert-Fyall-Wanhill>
- Fundación Botín. (2025). *Tendencia hacia el turismo cultural: ¿qué motiva a los viajeros hoy en día?* <https://fundacionbotin.org/sala-de-prensa/turismo-cultural/>
- Fyall, A., & Garrod, B. (1998). Heritage tourism: At what price? *Managing Leisure*, 3(4), 213–228. <https://doi.org/10.1080/136067198375996>
- García, C. (2022). *Una breve revisión a la gestión del patrimonio edificado en Ecuador*. 5.  
<https://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/85/190>
- HOSTELTUR. (2025). *CityTour*. <https://www.hosteltur.com/hosteltur-responde/city-tour>
- Judd, D. R. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *EURE (Santiago)*, 29(87).  
<https://doi.org/10.4067/S0250-71612003008700004>
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.  
<https://doi.org/10.1177/0047287510385467>

- Landeta-Bejarano, N., Vásquez, B., & Ullauri-Donoso, N. (2018). *Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales: Ecuador*. 4. [https://www.researchgate.net/profile/Nathalie-Landeta/publication/329246573\\_Turismo\\_sensorial\\_y\\_agroturismo\\_Un\\_acercamiento\\_al\\_mundo\\_rural\\_y\\_sus\\_saberes\\_ancestrales/links/5bfeb86d45851523d151c3f2/Turismo-sensorial-y-agroturismo-Un-acercamiento-al-mundo-rural-y-sus-saberes-ancestrales.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nathalie-Landeta/publication/329246573_Turismo_sensorial_y_agroturismo_Un_acercamiento_al_mundo_rural_y_sus_saberes_ancestrales/links/5bfeb86d45851523d151c3f2/Turismo-sensorial-y-agroturismo-Un-acercamiento-al-mundo-rural-y-sus-saberes-ancestrales.pdf)
- Lopes de Lima, J. (2021). *Magazine Luiza, Marketing 4.0 y Momento WOW: un estudio de caso en el comercio electrónico brasileño*. <https://revistas.faculdedamas.edu.br/index.php/academico/article/view/2322/1745>
- Luna, V. (2012). *City tour: Un recorrido a la carta*. <https://todoparaviajar.com/noticia/city-tour-un-recorrido-a-la-carta>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. London, New York: Longman. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-01/SEMANA2/IntroduccionaTurismo.Pag.%20215-254.pdf>
- Mendoza, M., Umbral, E., & Arévalo, M. (2011). *La interpretación del patrimonio, una herramienta para el profesional del turismo*. [https://d1wqtxs1xzle7.cloudfront.net/95711109/4046088-libre.pdf?1670948230=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa\\_interpretacion\\_del\\_aptrimonio\\_una\\_her.pdf&Expires=1771604402&Signature=R54Z9MIYHuRIP3SnE8xcE4PNbIDrZu7ptKE72cyN2e~RO~WQeqCJO9xPOdm9HSmQRRfDZRGACA97EtmSOccyJGfCRpNaHliOUwY40J-uvOtE1nci4k9T67zLNsmBDuo-t6ikLEUXIhSaiEeHiybZ9X3CX3XACHoLuHyFZV1RjnlxGTy7KzWMtxvzvjqwkhLxxBkJg5COqMuisR~OV5ZtOHbz9HeMCEO7vzoHU2KCSGRG98rf6T2Cb7yjkR5ScuL2vWkWILP1h2nlpmCCYZcqs1oAB3vBjZAM0p1egp-OOoVd~9jEz9tgTaBNAoZsy4p47WjqHY8Cg-Vf9Jt5NKoXCg\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxs1xzle7.cloudfront.net/95711109/4046088-libre.pdf?1670948230=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_interpretacion_del_aptrimonio_una_her.pdf&Expires=1771604402&Signature=R54Z9MIYHuRIP3SnE8xcE4PNbIDrZu7ptKE72cyN2e~RO~WQeqCJO9xPOdm9HSmQRRfDZRGACA97EtmSOccyJGfCRpNaHliOUwY40J-uvOtE1nci4k9T67zLNsmBDuo-t6ikLEUXIhSaiEeHiybZ9X3CX3XACHoLuHyFZV1RjnlxGTy7KzWMtxvzvjqwkhLxxBkJg5COqMuisR~OV5ZtOHbz9HeMCEO7vzoHU2KCSGRG98rf6T2Cb7yjkR5ScuL2vWkWILP1h2nlpmCCYZcqs1oAB3vBjZAM0p1egp-OOoVd~9jEz9tgTaBNAoZsy4p47WjqHY8Cg-Vf9Jt5NKoXCg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *MANUAL GEREACIÓN DE RUTAS E ITINERARIOS*. [https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual\\_generacion\\_rutas\\_itinerarios\\_sub2021\\_compressed.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual_generacion_rutas_itinerarios_sub2021_compressed.pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *MANUAL CENTRO DE INTERPRETACIÓN Y CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES*. [https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/ENERO-2021-MANUAL-DE-INTERPRETACION\\_compressed.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/ENERO-2021-MANUAL-DE-INTERPRETACION_compressed.pdf)
- Mousavi, S., Doratli, N., Nima, M., & Moradiahari, F. (2016). *Defining Cultural Tourism*. <https://blog.americansforthearts.org/sites/default/files/DefiningCulTourism.pdf>
- Naciones Unidas. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789211615210>
- ONU Turismo. (2017). *Turismo y Cultura*. <https://www.untourism.int/es/turismo-y-cultura>
- ONU Turismo. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/unwto-tourism-definitions.pdf>
- ONU Turismo. (2025). *Turismo Urbano*. <https://www.untourism.int/es/turismo-urbano>
- Otto, J. E., & Ritchie, J. R. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165–174. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(96\)00003-9](https://doi.org/10.1016/0261-5177(96)00003-9)
- Perera, G., & Betancourt, E. (2016). *Técnicas de interpretación para la gestión turística en los recorridos de ciudad: El caso de la ciudad de Camagüey*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n1/rdir07116.pdf>

- Pine, J., & Gilmore, J. (1998). *Economía de la Experiencia*.  
<https://books.google.es/books?id=-ECn14xHSWgC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Prats, L. (2000). *Concepto de Patrimonio Cultural*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7174790>
- Robinson, P., Luck, M., & Smith, S. (2020). *TOURISM* (2a ed.).  
[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=cDvqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=tourism&ots=-VMbiqq1R-&sig=R5sTV3hAFKNoanZwXaZAhulDN80&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=cDvqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=tourism&ots=-VMbiqq1R-&sig=R5sTV3hAFKNoanZwXaZAhulDN80&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Rodríguez, ignacio. (2010). *Sobre el Patrimonio Cultural*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/297/29719717005.pdf>
- Rodríguez García, L., & Roldán Tapia, A. R. (2013). *Relaciones interculturales en la diversidad*. Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Tilden, F., Craig, R. B., & Dickenson, R. E. (2008). *Interpreting our heritage* (4th ed., expanded and updated). Univ. of North Carolina Press.
- Trail Forth Journal. (2025). *Centro Histórico de Cuenca: Descubre el Patrimonio de la UNESCO en Ecuador*. <https://trailforthjournal.com/es/cultura/centro-historico-cuenca/>
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367–1386.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- UNESCO. (1972a). *Patrimonio Mundial*. <https://www.unesco.org/es/world-heritage>
- UNESCO. (1972b). *¿Qué es el Patrimonio Cultural Inmaterial?*  
<https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003>
- UNESCO. (1999). *Historic Centre of Santa Ana de los Ríos de Cuenca*.  
<https://whc.unesco.org/en/list/863>
- Universidad Internacional de La Rioja. (2024). *Tipos de Patrimonio Cultural*.  
<https://www.unir.net/revista/humanidades/tipos-patrimonio-cultural/>
- Vallespir, J. (1999). *Interculturalismo e identidad cultural*.  
<http://hdl.handle.net/10201/131397>