



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS
CUENCA ECUADOR

Tesis previa a la obtención del Título de Tecnólogo en Hotelería y
Turismo

AUTOR: JORGE PICON BALAREZO

DIRECTORA: Msc. NARCISA ULLAURI DONOSO

CUENCA – ECUADOR

2015



AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios padre por permitirme finalizar este trabajo, a mi esposa por estar siempre apoyándome desinteresadamente, mis más sinceros agradecimientos a mi madre ROSITA BALAREZO por todo el apoyo, Juanito Solano gracias por tus recomendaciones, María Augusta Orellana gracias por tu generosidad y a mi querida directora de tesis Narcisa quien con su carisma y sabiduría encamino este proyecto.

DEDICATORIA

A mis hijos Martín y Guillermo pilares de mi vida, a mi Padre que me dio la fortaleza para avanzar y a todos mis amigos que con sinceridad sienten mis logros como propios.



CONTENIDOS

Capítulo 1

Inventario de talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica existentes en la zona

- 1.1.1 Cuantificación de los talleres artesanales existentes en el barrio
- 1.1.2 Identificación de los talleres artesanales existentes y sus propietarios
- 1.1.3 Clasificación de los talleres existentes
- 1.1.4 Análisis FODA de los talleres artesanales existentes en el barrio
- 1.1.5 Cuantificación de los lugares de oferta gastronómica
- 1.1.6 Identificación de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona
- 1.1.7 Clasificación de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona
- 1.1.8 Análisis FODA de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona

Capítulo 2

Crear una ruta gastronómica y artesanal dentro de los city tours y como excursión única

- 2.1.1 Análisis de la percepción de los turistas con respecto a la oferta artesanal y gastronómica existente en las Herrerías
- 2.1.2 Identificación de las rutas gastronómicas y artesanales más destacadas dentro de la oferta turística urbana de la ciudad de Cuenca
- 2.1.3 Benchmarking con respecto a las rutas consideradas como principales dentro de la oferta turística urbana de la ciudad de Cuenca
- 2.1.4 Determinación de los atributos que destacan a las rutas consideradas como principales



- 2.1.5 Delimitación de la ruta diseñada en el Barrio de las Herrerías
- 2.1.6 Diseño de Modelo de Negocio y Propuesta de valor para los atractivos turísticos del Barrio Las Herrerías
- 2.1.7 Determinación de estrategias para potenciar la oferta de los talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica identificados
- 2.1.8 Conclusiones y recomendaciones

-Anexos

-Vinculos y Bibliografía



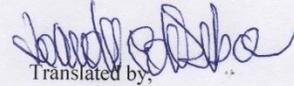
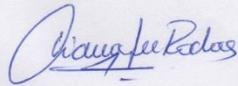
RESUMEN

En el Barrio de las Herrerías coexisten dos actividades, la una ancestral que es la forja de hierro y la otra relativamente nueva que es la venta de “envueltos” o antojitos típicos. Este cambio de actividad económica es una amenaza para la artesanía en hierro que ha dado el nombre al sector. En este documento se propone un producto turístico integrado que resalte el atributo original del lugar y que posibilite igualmente la sostenibilidad de los negocios gastronómicos. Un modelo de negocio muestra cómo la idea puede desarrollarse, además de algunas estrategias para su implementación.



ABSTRACT

In *Barrio de Las Herrerias*, a neighborhood in Cuenca, there are two activities: the first one an ancient tradition of wrought iron work, and the other one relatively new which is the sale of "tamales" or typical snacks. This change in the economic activity is a threat to iron craft that has given the name to the sector. This paper proposes an integrated tourism product that highlights the original characteristic of the place, but also enables sustainable gastronomic business. This is a business model that shows how the idea can develop, in addition to some strategies for its implementation.



Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

Capítulo 1

Inventario de talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica existentes en la zona

1.1.1 Cuantificación de los talleres artesanales existentes en el barrio

En la época colonial los habitantes de la ciudad de Cuenca se fueron ubicando de acuerdo a sus oficios, esta característica dio origen a los nombres de algunos barrios tradicionales, por ejemplo La Zuellería, El Batán, y en este caso Las Herrerías en donde la particular arquitectura de las casas (en su mayoría de una planta, con portales patios posteriores y pilares frontales) facilitaba la tarea del herraje y el recibimiento de los clientes.



I. 1 Antiguo puente Huayna Cápac e Iglesia de El Vergel



I. 2 La Iglesia de El Vergel y la Calle de Las Herrerías

El oficio de la forja del hierro en nuestra ciudad se practica desde la colonia, según lo describe Diego Arteaga¹ “ La fundición y forja de metales dentro de la tradición y usos europeos se constata en la ciudad desde los albores coloniales en sus variadas maneras de realizarlas, dependiendo si era propietario o no de las herramientas del oficio” “... lo que se quiere recalcar aquí es la importancia que tuvo la presencia de herreros..., pues no existía tradición indígena en estos menesteres ante la ausencia de ganado caballar y mular en América”, así los herreros se convierten en depositarios de una tradición ancestral que lucha por mantenerse.

La industrialización en la producción de artefactos de metal y los cambios en los medios de movilización fueron mermando la demanda de productos y por ende la recordación del Barrio y sus artesanos como un referente de tradición y destreza, hasta haberse convertido en la actualidad en un punto de importancia gastronómica. “Cuando pregunte donde puedo comer unas ricas humitas con café, me dijeron que

¹ Arteaga Diego, El Artesano en la Cuenca colonial 1557,1670.

vaya a Las Herrerías y eso me sorprendió mucho, porque hace un par de años iba a esta calle pero a ver y comprar los objetos hechos en forja”, dijo Catherine Alvarado, oriunda de Guayaquil.²

Es necesario entonces aportar con una solución integradora que garantice la sostenibilidad económica de quienes se dedican a estas dos actividades en este Barrio Tradicional.

Para conocer la cantidad de talleres artesanales existentes se aplicó un censo en un formulario³ que además permite conocer algunos otros detalles.

Como resultado tenemos que existen diez y seis talleres, ubicados tanto en calle de las Herrerías como en la Calle del Arupo, El Siglal y Acacias (calles aledañas).



I.3 Ubicación Barrio las Herrerías- Fuente Google Earth.

1.1.2 Identificación de los talleres artesanales existentes y sus propietarios

Los resultados obtenidos luego del censo aplicado a los talleres se muestran en la siguiente tabla:

² <http://www.latarde.com.ec/2012/11/09/se-pierde-la-tradicion-en-la-calle-las-herrerias/>

³ Anexo 1: Formulario de Identificación y Clasificación de Talleres Artesanales y Lugares de Oferta Gastronómica

TALLERES ARTESANALES EXISTENTES EN EL BARRIO LAS HERRERÍAS

No.	Tiempo de funcionamiento	Nombre del propietario	Nombre Comercial	¿Nació o tiene familia en el barrio?	¿Su padre o su madre se dedicaba a esta actividad?	¿De quién aprendió usted el oficio?	¿Sus hijos se dedican a esta actividad?	Motivo
1	5 años. Segunda generación.	Humberto Guerra	Taller El Herrero	Si	No	Primo Rodrigo Guerra	No	Menores de edad
2	40 años. Segunda Generación	Segundo Gallegos. Lcdo. en Periodismo	Forjando el futuro	Si	Si	Papá	No	No les gusta
3	1 año 6 meses. Primera generación	Nancy Zhingre	Andalucia	No	No	Autoeducación	No	No les gusta
4	100 años - tercera generación	Uvaldo Calle	Mecánica Calle	Si	Si	Papá	No	Menores de edad
5	100 años - tercera generación	Diego Quezada	Diego Quezada	Si	Si	Papá	No	No les gusta
6	60 años. Segunda generación	Guillermina Quezada Robles	Talleres Guerra	Si	Si	Padres	No	No les gusta
7	70 años. Segunda generación	José Joaquín Jimenez Vizhñay	Talleres Jimenez	Si	Si	Padres	No	No les gusta
8	61 años. Segunda generación.	Luis Antonio Maldonado Picón	Taller Maldonado	Si	Si	Papá	Si	
9	8 años. Segunda Generación	Javier Guerra	El Farol	Si	Si	Tío	No	Menores de edad
10	15 años. Segunda generación.	Fernando Avila	Diseño y Tallado	Si	Si	Autoformación	No	Menores de edad



11	4 años. Primera generación	Eduardo Gañan	Decor	Si	No	Primo	No	Menores de edad
12	28 años. Primera generación	Lucila Morocho	Forja artistica de Lucy	Si	No	Esposo	Si	
13	40 años. Segunda Generación	Cirilo Picón	Cirilo Picón	Si	Si	Padres	No	No les gusta
14	69 años. Primera generación.	Rosendo Palchisaca	Rosendo Palchisaca	No	No	Herrero del barrio Cornelio Hidalgo	No	No les gusta
15	60 años. Tercera generación	Juan Calle	Juan Calle	Si	Si	Papá	No	Menores de edad
16	4 años. Primera generación	Jimmy Sanchez	Jimmy Sanchez	No	No	José Jimenez	No	Menores de edad

T. 1



Doce son los artesanos de forja que tienen sus talleres en el barrio de Las Herrerías, tres de ellos pertenecen a la tercera generación estos son:

- Uvaldo Calle (quien también da empleo a una mujer), su taller es el que más conserva las características coloniales, con paredes de adobe, los tumbados de carrizo con las vigas vistas y los pisos de tierra con piedra. Don Carlos Calle fue el padre de esta persona y falleció en el año 2013, fue condecorado con la presea Gaspar Sangurima el 3 de noviembre del año 2012 y su hijo Uvaldo es quien ocupa su taller. Este último ha recibido la visita de medios de comunicación (televisivos e impresos) y de algunas personalidades que han admirado y adquirido sus productos, participó también en la elaboración del monumento que está en la Plaza del Herrero junto con Helmut Hillenkamp, artesano alemán experto en forja de hierro.



I.4 Uvaldo Calle y el autor de este documento



I.5 Detalle del tumbado de carrizo



I.6 Piso del taller empedrado



I.7 Retrato de don Carlos Calle, herrero de la segunda generación en su familia

- Los hermanos Diego, Freddy y Mauricio Quezada pertenecen también a la tercera generación. El local en el que funcionaba el taller de su padre y su abuelo se desmoronó y tuvieron que levantar una nueva construcción con características coloniales pero con materiales modernos (ladrillo y bloque). Diego fue otro de los artesanos del barrio condecorados en el año 2012 con la presea Gaspar Sangurima.



I.8 Diego Quezada al momento del levantamiento de la información



I.9 Fragua sobre cama de ladrillo y barro



I.10 Yunque con pedestal de madera

La fragua y el yunque son elementos característicos en los talleres de forja artesanal.

Siete artesanos son de la segunda generación familiar, de ellos se debe destacar al maestro Luis Maldonado cuyo taller tiene 61 años, él siguió el oficio de su padre, fue condecorado por el Cabildo Cuencano el 3 de Noviembre de 2012 con la presea Gaspar Sangurima. Hasta la actualidad se moviliza los días domingos hasta Gualaceo para vender candados, llaves, herramientas, asadores y otros artículos hechos en metal.



I.11 El maestro Luis Maldonado y su hijo Pablo durante la visita hecha a su taller



I.12 Llaves de canuto elaboradas por Luis Maldonado



I.13 Un yunque olvidado muestra la disminución en el trabajo de forja

La fuerza que se requiere para trabajar el metal no ha sido impedimento para que existan mujeres que se hayan hecho de este oficio su medio de vida tal es el caso de Inés Vizhñay quien lo aprendió de su primer esposo y luego de que éste falleciera lo ejerció para mantener a sus hijos, siguió trabajando luego de su segundo matrimonio del que enviudó nuevamente sin dejar la forja hasta el día de su muerte. Sus hijos Cirilo Picón y José Jiménez siguen con la tradición de sus padres.

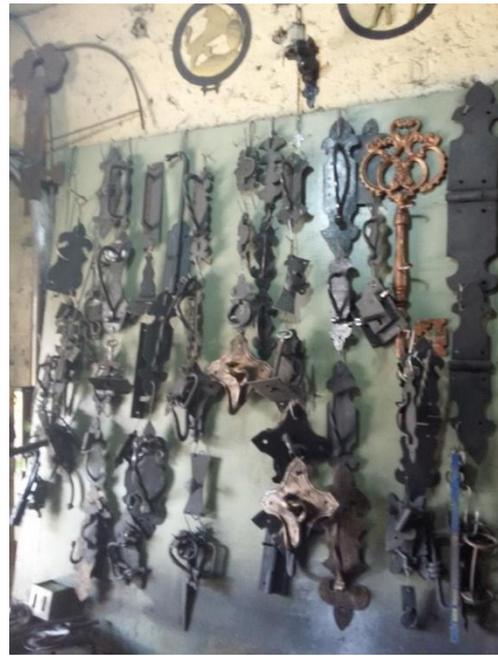


I.14 Cirilo Picón enseña sus artesanías.



I.15 José Jiménez arma un balcón elaborado bajo pedido

La Forja Artística de Lucy es de propiedad de Lucía Morocho, esposa de un herrero que no trabaja en el sector, ella y Guillermina Quezada (viuda de Rodrigo Guerra, renombrado forjador del barrio) son las únicas mujeres en el oficio. Lucía trabaja con su hijo mientras que doña Guillermina trabaja con dos personas.



I.16-17 Cruces y artesanías elaboradas por Lucila Morocho



I.18 Guillermina Quezada brinda información sobre su taller

Tres de los propietarios de talleres artesanales no han nacido ni tienen familia en el barrio, los dos dedicados a la forja fueron aprendices de maestros originarios de Las Herrerías. Dos de estos son sobrinos de Rodrigo Guerra, quien era reconocido por la calidad de su trabajo y por su habilidad, sus nombres son

Humberto y Javier Guerra, su familia es oriunda de Sayausí, sin embargo viven en el sector por la oportunidad de negocio generada. Jimmy Sánchez fue operario de José Jiménez y al igual que otros, una vez aprendió el oficio decidió montar su propio taller.

La dueña del taller Andalucía (artículos decorativos), vio en el lugar una oportunidad de ofrecer algo diferente pero que complementa la actividad artesanal del sector, igual situación se da con el taller Diseño y Tallado, especializado en complementos de decoración elaborados en madera.



I.19 Propietaria de Taller Andalucía



I.20 Piezas fabricadas en el taller
Diseño y Tallado

En siete talleres (seis de forja y uno de madera), los descendientes directos aún no están en edad de seguir con la tradición, mientras que en cinco es muy probable que el oficio desaparezca por que los hijos de los dueños no encuentran atractiva la actividad.

El sector y por tanto los negocios disponen de todos los servicios básicos, aunque algunos no tienen internet, cinco mantienen sus condiciones originales (construcciones coloniales con paredes de adobe), una es de construcción moderna (paredes de ladrillo) y una tiene estructura de madera, con decoración de estilo rústico.

En todos los casos los artesanos demostraron una actitud amable al momento del levantamiento de la información y con respecto a su acceso a programas de formación y capacitación siete no lo han tenido mientras que los demás han participado de cursos y seminarios en su mayoría técnicas de producción, ventas, servicio al cliente y seguridad industrial, sin embargo ha habido quienes sugieren que para poder dar proyección turística al barrio sería interesante poder tener formación básica en idioma inglés por ejemplo.

El proceso de calentamiento del hierro se hace en todos los talleres con carbón, excepto en uno en el que se utiliza gas, el mineral natural permite mantener el calor por más tiempo de ahí su preferencia por parte de los artesanos. En los actuales momentos el cambio de la matriz energética significa una amenaza para ellos pues el carbón corre riesgo de desaparecer como combustible.

Cabe destacar que el número de personas que trabajan en los talleres censados es de 26 lo que sumado a los 16 propietarios artesanos nos da un total de 42 puestos de empleo generados.

Durante la aplicación del formulario en los talleres se pudieron observar algunas personas adquiriendo productos cuyas edades podrían ubicarse en el rango de los 40-50 años de edad, de nivel socioeconómico medio alto, de sexo femenino o masculino.

1.1.3 Clasificación de los talleres existentes

De manera resumida los talleres del Barrio Las Herrerías se clasifican de la siguiente forma:

CLASIFICACIÓN DE LOS TALLERES EXISTENTES

Tipo de Taller	Número
Talleres de forja artesanal (utilizan y disponen de fragua para el proceso)	12
Talleres de mecánica industrial (no disponen ni utilizan fragua para el proceso)	2
Talleres artesanales de madera o cerámica	2
Total	16

T.2

1.1.4 Análisis FODA de los talleres artesanales existentes en el barrio

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • INSTALACIONES • Construcciones coloniales • Ubicación en barrio patrimonial • Barrio con tradición artesanal • Algunos talleres con lugares de venta y exhibición adecuados • HERRAMIENTAS Y EQUIPOS • Uso de herramientas tradicionales en los procesos productivos (fragua, yunque, entenalla, combos, etc.) • Inclusión limitada de nuevas tecnologías mantiene proceso productivo tradicional en su mayor parte • Tiempos de producción reducidos debido al uso de nuevas tecnologías • UBICACIÓN • Puesto de auxilio policial ubicado en el barrio • Barrio considerado como parte del Centro Histórico de Cuenca • Ubicado dentro de un importante círculo turístico, cercano al Museo de Pumapungo, Casa de Chaguarchimbana y Quinta Bolívar • Buenas vías de acceso 	<ul style="list-style-type: none"> • INSTALACIONES • Mayor vistosidad de los talleres • Mayor flujo de visitantes a la ciudad de Cuenca • Cuenca es ciudad Patrimonio de la Humanidad • Mayor impulso al turismo por parte del Gobierno nacional • Interés gubernamental por mantener el patrimonio • HERRAMIENTAS Y EQUIPOS • Herramientas de fácil adquisición y elaboración (cinceles los hacen los artesanos de forja) • Variedad de proveedores de herramientas, materias primas, insumos y demás • Proveedores brindan capacitación y asistencia técnica a los artesanos. • UBICACIÓN • Generación de nuevas rutas y productos turísticos • TALENTO HUMANO • Mejoramiento del volumen de ventas, ingresos y calidad de vida de los herreros

- Disponibilidad de transporte público para llegar al Barrio
- Includo en las guías turísticas de la Ciudad de Cuenca
- TALENTO HUMANO
- Conocimiento del proceso productivo
- Experiencia de los artesanos
- Amabilidad en el trato a los visitantes
- Artesanos que manejan diferentes materiales adecuadamente
- Algunos herreros son la tercera generación en el oficio
- Gente creativa
- Personas con ganas de superarse y capacitarse
- Mayor número de artesanos ubicados en el barrio
- PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN
- Algunos herreros procuran generar nuevos modelos de artículos
- Crean herramientas que facilitan sus procesos productivos
- Algunos herreros utilizan redes sociales para difundir su arte
- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS
- Uso de carbón como combustible contribuye a mantener el proceso productivo tradicional
- Motivar la continuación del oficio en las nuevas generaciones
- Empoderamiento de los habitantes del barrio
- Mejoramiento de las relaciones entre los habitantes del barrio
- Mejor posicionamiento del barrio
- PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN
- Redes sociales facilitan la difusión del Barrio en nuevos nichos de mercado
- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS
- Disponibilidad de servicios básicos completos
- Variedad de proveedores de materias primas, equipos y herramientas

DEBILIDADES

- INSTALACIONES
- Estructuras debilitadas por el paso del tiempo (construcciones con más de 100 años en algunos casos)
- Algunos talleres lucen desordenados
- El proceso productivo genera contaminación ambiental (uso de carbón y pinturas)
- No existen lugares adecuados de exhibición y venta de artesanías
- HERRAMIENTAS Y EQUIPOS
- Uso de herramientas y equipos eléctricos produce variaciones de voltaje en los hogares aledaños a los talleres
- UBICACIÓN
- Alto tráfico en horas pico
- Saturación de parqueo en la calle
- TALENTO HUMANO
- Escaso interés de seguir con el oficio

AMENAZAS

- INSTALACIONES
- Estricto control municipal para permisos de construcción o remodelación
- Altos costos en mantenimiento
- Turistas más informados exigen mejor calidad
- Escaso apoyo por parte de las entidades públicas
- HERRAMIENTAS Y EQUIPOS
- Fricciones entre habitantes del barrio por contaminación ambiental y variaciones de voltaje
- Disminución de interés por visitar el barrio por la contaminación ambiental
- UBICACIÓN
- Problemas de tráfico vehicular disminuyen el interés por visitar el barrio



- por parte de los descendientes
- PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN
- Baja propensión a la innovación de producto en algunos talleres
- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS
- Herreros no disponen de recursos monetarios para hacer mayores adecuaciones a sus talleres
- TALENTO HUMANO
- Peligro de que el oficio desaparezca
- PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN
- Artesanos en otros sectores de Cuenca innovan constantemente (José Encalada, Convención del 45)
- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS
- Destrucción de sus espacios de trabajo por falta de mantenimiento
- Cambio de la matriz productiva pone en riesgo la continuidad del oficio por limitaciones en la provisión de combustible (carbón).

El análisis FODA de los talleres nos muestra que su mayor fortaleza reside en los artesanos, algunos de los cuales han heredado el oficio constituyéndose en la tercera generación en ejercerlo, la tradición implica también el uso de materiales, insumos, herramientas y equipos en su mayor parte heredados. A esto se debe sumar su creatividad y la habilidad demostrada en la elaboración de las piezas que se exhiben y venden al público en algunos de los talleres. La conservación de las características coloniales en las edificaciones crea un entorno adecuado a la tradición artesanal, y por tanto las oportunidades que pueden ser aprovechadas, especialmente si tomamos en cuenta que las políticas públicas al momento han priorizado la actividad turística.

La arquitectura colonial es el mayor atractivo visual del sector, sin embargo un limitante para el mantenimiento de la infraestructura de los talleres es la disponibilidad de recursos económicos, por lo limitado de sus ingresos los artesanos no están en la capacidad de realizar los trabajos de restauración con los materiales que son exigidos por las ordenanzas municipales. Este factor ha incidido en el cambio del uso del suelo, propiciando el incremento de lugares de oferta gastronómica que son rentados en los antiguos talleres, paralelamente los operarios que podrían continuar trabajando en el barrio tienen que desplazarse a otros sectores de la ciudad y el cantón reemplazando la forja artesanal por la mecánica industrial.



Las nuevas generaciones no encuentran atractivo en esta actividad por lo que su continuidad corre riesgo de desaparecer, igualmente el cambio de la matriz productiva impone un limitante en la provisión de insumos para el proceso productivo convirtiéndose en una amenaza.

1.1.5 Cuantificación de los lugares de oferta gastronómica

El maíz ha sido un elemento importante en la dieta de los nativos ecuatorianos desde antes de la llegada de los españoles “Los estudios realizados desde la década de los setenta en torno a los emplazamientos de la fase Las Vegas (OGSE-80) levantaron la sospecha sobre una muy temprana presencia del maíz en la costa ecuatoriana, antecediendo por varios milenios a su aparición en el Perú” (Martínez, 2009).

El intercambio cultural significó la aparición de nuevas formas de preparación para esta gramínea “Prontamente el maíz se amasa con huevos y manteca, enriqueciéndose en un proceso de mestizaje que creará algunos de los más atractivos platos locales. Los bollos de maíz hechos a partir de la masa de harina, se envuelven en las mismas hojas de maíz, en hojas de huicundo (*Bromelia s.p.*) o en hojas de achira (*Canna edulis*)..... se pueden rellenar con carne de cerdo, pollo o pavo y toman el nombre de tamales..., pero también se emplea para el pan o tanta, cuyo máximo exponente es el choclotanda que no debe confundirse con la humita o huminta que se elabora con maíz tierno molido al que se añade ahora huevos, aguardiente, manteca, anís de castilla...” (Martínez, 2009).

Con respecto al origen de los tamales Bernabé Cobo señala que el tamal, nace en México y fue traído a la región andina durante los primeros años del virreinato.⁴ Mientras que las humitas ya eran preparadas por los nativos a la llegada de los

⁴ Ortiz Rodas Patricia, Los Envueltos en la Provincia del Azuay: historia, características y propuesta de innovación. Universidad de Cuenca, Tesis de Pregrado, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Gastronomía. 2012

españoles, únicamente con maíz rallado envuelto en su propia hoja y cocinada al vapor, sin ningún tipo de condimento. Juan Carlos Solano, chef propietario del restaurante Tiestos, sostiene que *“dependiendo del lugar en el que son consumidos puede variar su nombre, en el norte las llaman choclotandas, yo soy cuencano, aquí se llaman chumales y en Loja se llaman humitas...”*.

Los quimbolitos son una especie de envueltos que se pueden elaborar con harina de maíz en hoja de achira, aunque ahora se los hace también con harina de castilla (trigo) no se tiene referencia de su origen, sin embargo Juan Pablo Sanz describe tanto su receta como su modo de preparación en su libro editado en 1882.⁵

Tamales, y quimbolitos, tienen una preparación que requiere tiempo y bastante trabajo manual por lo que en antaño eran considerados golosinas, ya sea para ser obsequiadas en ocasiones especiales o para su consumo limitado a festividades tales como Carnaval y Navidad, mientras que las humitas eran preparadas en *“tiempo de choclos”*, en los meses de marzo y abril. La posibilidad de poder consumirlos en cualquier momento ha sido un factor importante en la aparición e incremento de lugares que los ofrecen en el barrio en el que el precio por unidad va desde los 0,40 centavos el quimbolito, 0,50 centavos la humita y 0,60 centavos el tamal.

⁵ Sanz, Juan Pablo, Manual de la cocinera, repostero, pastelero, confitero y botillero con el método para trinchar y servir toda clase de viandas, y la cortesanía y urbanidad que se debe observar en la mesa. Obra escrita con vista del manual francés y la práctica de este país, Quito, Imprenta de Valencia, Primera Edición, antes de 1882.





I.21 Tamales envueltos en hoja de achira



I.22 Chumales de choclo tierno

Para poder tener una caracterización de estos lugares se aplicó un formulario de censo ⁶ cuyos resultados se muestran a continuación:

⁶ Anexo 1

LUGARES DE OFERTA GASTRONOMICA UBICADOS EN EL BARRIO LAS HERRERIAS

No.	Tipo de establecimiento	Tiempo de funcionamiento	Nombre del propietario	Nombre Comercial	¿Nació o tiene familia en el barrio?	¿Su padre o su madre se dedicaba a esta actividad?	¿De quién aprendió usted el oficio?	¿Sus hijos se dedican a esta actividad?	Motivo
1	Cafetería	2 años	Celia Gallegos	Antojitos El Monito	Si	No	Mamá	Si	
2	Cafetería	6 años	Diego Quezada	Diego Quezada	Si	No	Prima	No	No les gusta
3	Cafetería	13 años	Zoila Rosa Quezada Robles	La casa de las golosinas	Si	No	Abuelita	No	No les gusta
4	Cafetería	2 años	Marco Espinoza	Besitos Melcocha	No	No	Autoformación	No	No les gusta
5	Cafetería	7 meses	Edgar Andrade	Las empanadas de las Herrerias	No	No	Autoformación	No	No les gusta
6	Restaurante	5 meses	Uvaldo Choco	Sabor Llunguillano	Si	No	Mamá	No	Menor de edad
7	Restaurante	3 años	Ivan Roldan	El Manantial	Si	No	Autoformación	No	Menor de edad
8	Cafetería	16 meses	Victor Tapia	La Peseta	Si	No	Autoformación	No	Menor de edad
9	Cafetería	3 años	Juan Carlos Espinoza	Tortillas	No	Si	Mamá	Si	Menor de edad



10	Cafetería	2 años	Julia Estela Guailas	Tía Teresita	No	No	Autoformación	No	Menor de edad
11	Restaurante	5 años	Jaime Padilla	Rivera del río	No	No	Autoformación	No	Menor de edad
12	Restaurante	4 años	Olmedo Suco	Veleta	No	No	Autoformación	No	Menor de edad
13	Restaurante	4 años	José Quinche	El Casero	No	No	Esposa	No	No les gusta
14	Restaurante	1 semana	Lino Pinares	Lino Pinares	No	No	Autoformación	No	Menor de edad

T.3 Cuantificación de los lugares de oferta gastronómica del Barrio Las Herrerías



1.1.6 Identificación de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona

Catorce son los lugares entre cafeterías, restaurantes, soda bar y picanterías, en los que se ofrece variedad de alimentos que van desde antojitos típicos hasta menús diarios de comida casera. Dentro de este grupo encontramos cuatro personas oriundas del barrio y descendientes de familias de herreros que han optado por dedicarse a esta actividad, el resto de los propietarios no tienen familia o no han nacido en el barrio.

Un caso particular es el de Diego Quezada que junto con sus hermanos Freddy y Mauricio, heredaron el oficio de la forja de su padre Rosendo Quezada, siendo esta su actividad principal hasta hace seis años cuando observaron el crecimiento en la demanda de antojitos preparados por su tía Zoila Quezada Robles, quien de manera generosa les enseñó la preparación con todos sus secretos. Los hermanos, incluida su hermana Sonia, optaron por replicar el negocio de su tía que ha crecido al punto de desplazar al taller hacia la parte posterior de la construcción y al que dedican la media jornada.



I.23-24-25 Fachada, cafetería y taller Quezada

Las características coloniales (casas de una sola planta con pilares en la entrada y paredes de adobe) se mantienen en diez de los locales, en tres las características

arquitectónicas se mantienen aunque con paredes de ladrillo y existe una con estilo moderno.



I.26 Cafetería La casa de la Golosina



I.27 La casa de las empanadas



I.28 Mauricio Quezada atendiendo a sus clientes

Diez de los locales son arrendados esto demuestra que la demanda insatisfecha, en algún momento, generó una oportunidad de negocio para personas de otros lugares de la ciudad e incluso del país.

El local más antiguo (13 años) es el de Zoila Quezada Robles. Empezó su negocio ofreciendo caldo de mocho, papas con cuero, y otras comidas tradicionales de temporada entre las que estaban también tamales y quimbolitos por Navidad y humitas cuando era tiempo de choclos, el crecimiento se dio cuando *“una señora de Telerama llegó y me pidió un tamal, luego un chumal, luego me pidió un*

chachi en hoja de huicundo, se llevó los pedazos y al siguiente día vinieron las cámaras y me filmaron, después de eso todo Cuenca se botó para acá “.

Zoila Quezada es una mujer emprendedora y fue la pionera en la venta de antojitos en el barrio al punto de manifestar con cierta gracia *“Yo fui quien tumbó a los herreros...”*.

Junto con ella trabajan también su sobrina Lourdes y su esposo, la figura de participación consiste en que llegada la tarde ellos dos traen sus propias ollas de antojitos que las venden mientras atienden el negocio de Doña Zoila, lo que se genera en ese período de tiempo se lo llevan ellos. Adicionalmente ella posee una colección de antigüedades de las que destacan una cantidad representativa de ollas de barro de diferentes modelos y varias piedras de moler, las que muestra con mucho orgullo.



I.29 Varios modelos de ollas de barro



I.30 Piedra de moler

Celia Gallegos es hermana del artesano Segundo Gallegos y por tanto hija de un antiguo herrero del barrio, su local tiene dos años de funcionamiento y aprendió la preparación de los antojitos de su mamá. Ahora sus dos hijas y una sobrina participan también en las actividades de la cafetería. Su local está conectado con el taller de forja de su hermano y debido a que es una construcción moderna cuenta con un espacio razonable para la movilización de personas.

La Peseta es el local de Víctor Tapia, nacido y con familia en el barrio. Él tiene estudios de gastronomía y el estilo de su local es más formal que los otros del sector, su oferta no se basa en antojitos pues él *“quiere ofrecer algo diferente, en el barrio ya hay bastantes lugares que venden ese tipo de productos”*, por lo que ofrece también pasteles, postres y almuerzos ejecutivos.

Estos establecimientos generan un total de 61 puestos de trabajo.

1.1.7 Clasificación de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona

En el barrio existen ocho cafeterías y ocho restaurantes. De las ocho cafeterías cuatro pertenecen a gente que tiene familia o ha nacido en el barrio y de los otros cuatro sus propietarios no tienen algún pariente ahí y coincidentemente sus negocios abarcan venta de empanadas, pasando por, variedad de platos livianos y melcochas, éste último ubicado (Besitos Melcocha) estratégicamente junto al puesto de Zoila Quezada, pues como manifestó quien las vende *“la gente siempre quiere algo dulce para bajar la sal de los tamales...”*.

Con respecto a los restaurantes están más bien enfocados en ofrecer menús y almuerzos, esto responde también a la dinámica actual del barrio pues al encontrarse cerca de las facultades de Medicina y de Odontología de la Universidad de Cuenca son el lugar de paso para que estudiantes puedan almorzar luego de clases. A pesar de esto en la mayoría de locales se procura mantener el aspecto rústico o colonial para reforzar su atractivo e integrarse al barrio.

1.1.8 Análisis FODA de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">● INSTALACIONES● Dotado de todos los servicios básicos● Arquitectura colonial contribuye al atractivo● Vías de acceso en buen estado● Disponibilidad de medios de transporte para llegar al lugar● HERRAMIENTAS Y EQUIPOS● Herramientas y equipos modernos● Uso de herramientas tradicionales en la producción de antojitos (molinos, cucharas de palo)● Equipos adaptados en los talleres de los artesanos del barrio.● UBICACIÓN● Buena ubicación, en un barrio conocido de la ciudad● Cercanía a todos los proveedores de equipos, materias primas e insumos● Puesto de auxilio policial ubicado en el barrio● TALENTO HUMANO● Algunos de los propietarios de los locales tienen formación académica en gastronomía● Amabilidad en la atención casi en la totalidad de los locales● Conocimiento de técnicas tradicionales en la preparación de antojitos típicos● Interés existente por mejorar sus negocios● Nuevas generaciones encuentran atractiva la actividad	<ul style="list-style-type: none">● INSTALACIONES● Posicionamiento del barrio como lugar de referencia gastronómica● Mayor flujo de visitantes a la ciudad de Cuenca● Cuenca es ciudad Patrimonio de la Humanidad● Mayor impulso al turismo por parte del Gobierno nacional● Interés gubernamental por mantener el patrimonio● Crecimiento del turismo gastronómico● HERRAMIENTAS Y EQUIPOS● Equipos de fácil adquisición● Buena cantidad de proveedores a nivel local● UBICACIÓN● Inclusión del barrio en guías y rutas gastronómicas diseñadas por la I. Municipalidad de Cuenca● TALENTO HUMANO● Crecimiento en la tendencia de adquirir alimentos preparados (antojitos típicos y almuerzos)● PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN● Ministerio de Turismo ha brindado capacitación en temas de turismo a los propietarios de locales● DISPONIBILIDAD DE RECURSOS● Disponibilidad de servicios básicos completos● Variedad de proveedores de materias primas, equipos y herramientas

- PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN
- Oferta gastronómica implementada por gente de otras provincias y cantones del Azuay
- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS
- Materias primas para la oferta de alimentos está disponible durante todo el año

DEBILIDADES

- INSTALACIONES
- Algunos lugares de oferta gastronómica no disponen de un espacio adecuado para la comodidad de sus clientes
- Escasa variedad en la oferta de antojitos típicos
- Infraestructura inadecuada para el proceso productivo
- Baja observancia de reglas de seguridad
- Iluminación y ventilación deficiente
- HERRAMIENTAS Y EQUIPOS
- Equipos que impiden el uso eficiente de combustible
- UBICACIÓN
- Peligro de contaminación de alimentos por olores emanados de los talleres artesanales
- Fuertes Olores de materiales utilizados en la producción de artesanías (gasolina, disolvente, pinturas, etc.)
- Contaminación auditiva por el uso de las herramientas en los talleres artesanales
- Inexistencia de lugares adecuados para parqueo
- TALENTO HUMANO
- Bajo seguimiento de reglas de buenas prácticas de manufactura
- Informalidad en el manejo administrativo de los pequeños negocios

AMENAZAS

- INSTALACIONES
- Regulaciones de Áreas patrimoniales impiden realizar mayores alteraciones a las construcciones coloniales
- HERRAMIENTAS Y EQUIPOS
- Herramientas y equipos de vida útil corta.
- UBICACIÓN
- Incremento del tráfico vehicular dificulta el tránsito y el parqueo en el barrio
- PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN
- Saturación del mercado por oferta poco variada



- Mala atención al cliente por parte propietarios de negocios que no pertenecen al barrio.
- PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN
- Propietarios de locales de antojitos tienen bajo interés en innovar
- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS
- Temor en invertir recursos en la mejora del negocio.

Por conveniencia económica algunos habitantes del barrio han cedido la actividad de la forja a la instalación de lugares de oferta gastronómica, esto por dos razones, primero algunos la encuentran más rentable dejando su oficio heredado en segundo plano y la segunda, poner los talleres en alquiler les brinda los recursos necesarios para dar mantenimiento a la arquitectura original (costosa en su mantenimiento por la dificultad en la elaboración del adobe y el bahareque) al tiempo de permitirles mejorar su calidad de vida.

Los antojitos, siendo tradicionales, están bien posicionados en el gusto de la población lo que ha favorecido el incremento en la oferta en el barrio, si bien su preparación no es complicada el proceso requiere bastante trabajo manual, esto implica el seguimiento de normativas de Buenas Prácticas de Manufactura, cuya implementación tiene que ser mejorada entre los locales del barrio, al igual que los espacios dispuestos para que los clientes los puedan consumir.

La oferta gastronómica no es diversa de hecho otros locales o bien ofrecen otros antojitos igualmente tradicionales o las características de su infraestructura se apegan a lo rústico o lo colonial, con lo que la tónica se mantiene a lo largo de la calle.

La Calle de Las Herrerías recibe alto tráfico en horas pico de lunes a viernes y los días domingos, las de la tarde (16h00 a 18h30) especialmente coinciden con las

de mayor demanda de los antojitos por lo que ésta se constituye en una debilidad al no existir espacios para estacionamiento en las inmediaciones.



I.31 Alto tráfico en horas pico.

Capítulo 2

Crear una ruta gastronómica y artesanal dentro de los city tours y como excursión única

Los barrios tradicionales de Cuenca forman parte de su patrimonio cultural y siendo Las Herrerías uno en el que todavía perviven artesanos que ejercen el trabajo de la forja de hierro como su medio de vida, pero al mismo tiempo un lugar en el que se ofrecen antojitos típicos, la creación de una ruta artesanal y gastronómica se considera como una alternativa innovadora a la oferta turística de nuestra ciudad.

Al momento recibe una buena cantidad de visitantes, sin embargo es necesario sondear el posicionamiento del barrio entre aquellos que no lo han visitado para lograr diseñar un producto turístico atractivo y las estrategias que aseguren una difusión exitosa del mismo.

2.1.1 Análisis de la percepción de los turistas con respecto a la oferta artesanal y gastronómica existente en las Herrerías

Con la finalidad de conocer la percepción de los turistas en la ciudad de Cuenca con respecto a la oferta gastronómica y artesanal del Barrio, se diseñó un formulario de encuesta que fue aplicado a 24 personas de entre 17 a 57 años, con diferentes niveles de educación y lugares de procedencia. El formulario se aplicó entre el 12 y el 25 de abril del 2015, en la Plazoleta del Otorongo, el Parque Calderón y las inmediaciones del Centro Histórico.⁷

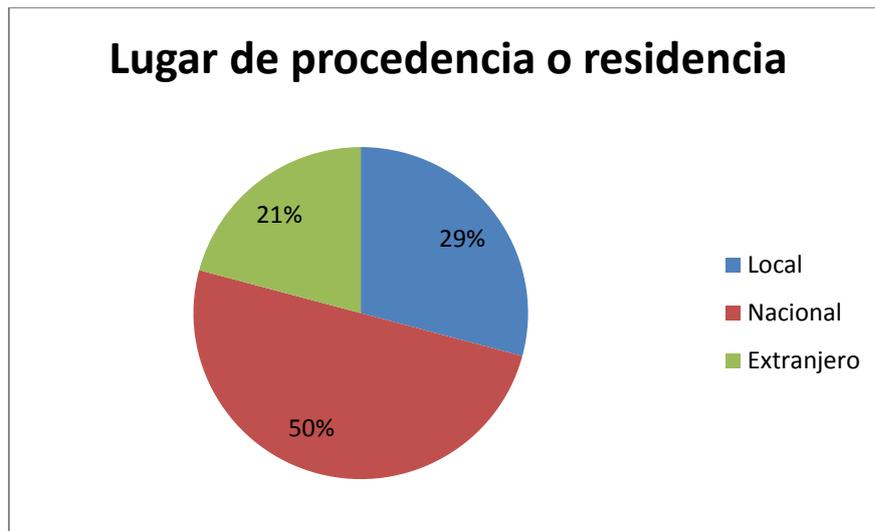
Del total de encuestados el 50% fueron de origen nacional (especialmente de la Costa), el 29,17% fueron procedentes de la provincia del Azuay o el cantón Cuenca y el 20,83% eran extranjeros (Perú, EU y Canadá).

⁷ Anexo 2

PROCEDENCIA DE VISITANTES

Lugar de procedencia o residencia	No.	%
Local	7	29,17%
Nacional	12	50,00%
Extranjero	5	20,83%
Total	24	100,00%

T.4



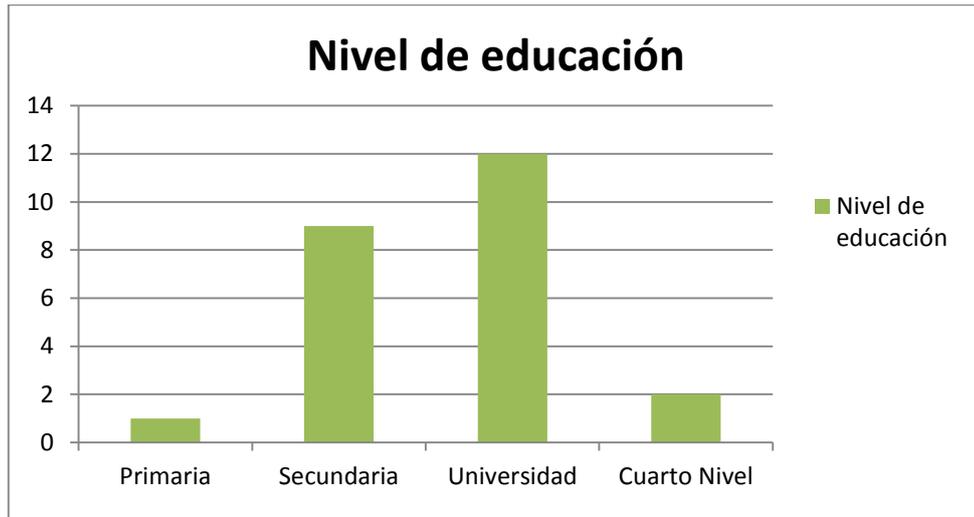
G.1 Lugar de procedencia o residencia de visitantes

La encuesta fue contestada por 14 mujeres y 10 hombres, del total el 8,33% tenían educación de cuarto nivel, el 50% tenía educación universitaria, el 37,50% educación secundaria y el 4,17% educación primaria.

NIVEL DE EDUCACIÓN

Nivel de educación	No.	%
Primaria	1	4,17%
Secundaria	9	37,50%
Universidad	12	50,00%
Cuarto Nivel	2	8,33%
Total	24	100,00%

T.5



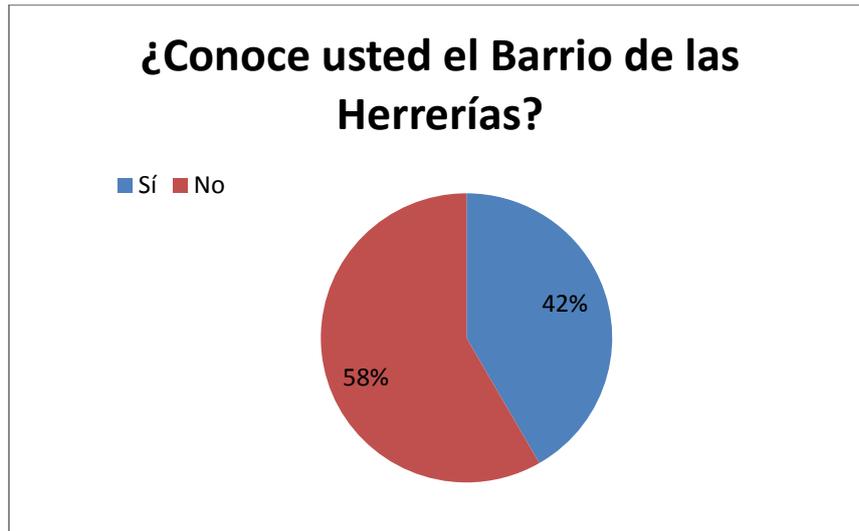
G.2 Nivel de educación de los visitantes

El 58,33% de los encuestados dijo no conocer el Barrio mientras el 41,67% dio una respuesta afirmativa. Para quienes no sabían de este lugar los atractivos turísticos más destacados de Cuenca variaron entre La Casa de La Mujer, el Centro Histórico, la Catedral Nueva y Turi, su preferencia se debía a la variedad de artesanías ofrecidas en la primera y riqueza arquitectónica con respecto a los tres últimos.

CONOCIMIENTO DEL BARRIO

¿Conoce usted el Barrio de las Herrerías?	No.	%
Sí	10	41,67%
No	14	58,33%
Total	24	100,00%

T.6



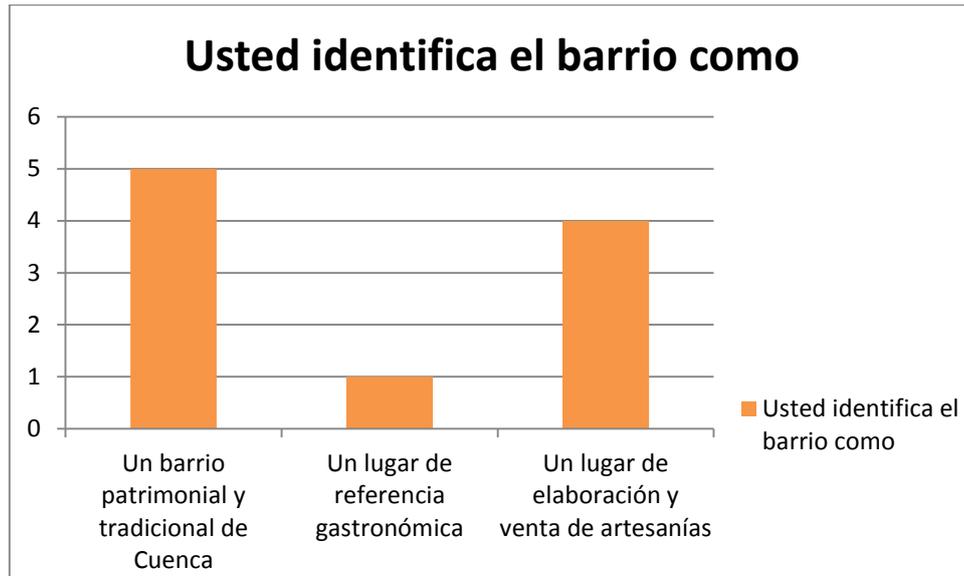
G.3 Conocimiento del Barrio

Las referencias personales han sido el mayor medio de difusión de la existencia del Barrio que es, para quienes lo han visitado, “*un barrio patrimonial y tradicional de Cuenca*” (50% de las respuestas) y “*un lugar de elaboración y venta de artesanías*” (40,00%), el resto de los encuestados lo identifica por su oferta gastronómica (10%).

IDENTIFICACIÓN DEL BARRIO

Usted identifica el barrio como	No.	%
Un barrio patrimonial y tradicional de Cuenca	5	50,0%
Un lugar de referencia gastronómica	1	10,0%
Un lugar de elaboración y venta de artesanías	4	40,0%
Total	10	100,0%

T.7



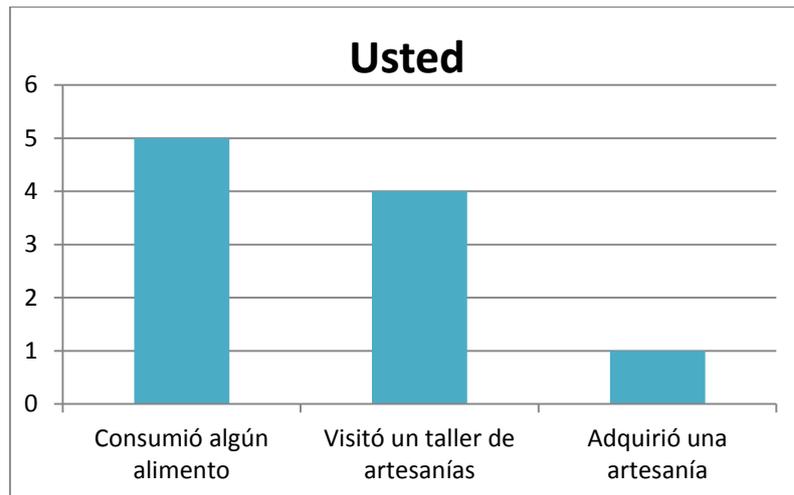
G.4 Identificación del Barrio

Quienes afirmaron conocer el Barrio lo habían visitado y habían consumido algún alimento (5 personas), mientras que otros habían visitado un taller artesanal (4 personas), sin embargo solo uno de ellos adquirió artesanías en el lugar.

ACTIVIDAD EN EL BARRIO

Usted	No.
Consumió algún alimento	5
Visitó un taller de artesanías	4
Adquirió una artesanía	1
Total	10

T.8



G.5 Actividad en el Barrio

La información recopilada nos permite apreciar que no existen datos oficiales suficientes del barrio pues los canales por los cuales se conoce son informales (Referencias personales). Cuenca tiene como principal atractivo su arquitectura, quedando su gastronomía como un complemento.

En Las Herrerías la gastronomía que destaca no está compuesta por platos fuertes sino aquellos que se pueden consumir acompañados de una taza de café o similares. Si bien aún el Barrio es identificado como tradicional y patrimonial, la mayoría de los visitantes han consumido algún alimento en su visita y aunque hay personas que han visitado los talleres llama la atención el hecho de solo uno haya comprado alguna artesanía, probablemente porque la oferta existente no satisface sus expectativas.

2.1.2 Identificación de las rutas gastronómicas y artesanales más destacadas dentro de la oferta turística urbana de la ciudad de Cuenca

Para conocer cuáles son las rutas tanto gastronómicas como artesanales que más destacan en la ciudad de Cuenca se realizaron entrevistas a expertos en el área turística y gastronómica y se levantó información bibliográfica y de internet, todo esto complementó a los datos obtenidos en las encuestas realizadas.

María Augusta Orellana, encargada de Atención al Cliente en la empresa Icopmed Travel (Consultoría en Turismo y provisión de audioservicios turísticos), refirió dos lugares en la ciudad de Cuenca a los que ella considera como de valor patrimonial aunque no formen una ruta específicamente, el primero de ellos es el taller de cerámica artesanal del Sr. José Encalada en el Barrio Convención del 45, por su oferta en piezas terminadas de variados diseños y el segundo el recién inaugurado Complejo Patrimonial de Todos Santos, pues su modelo de funcionamiento ha sido meticulosamente concebido. Según su criterio es importante diseñar un producto turístico que incluya atractivos en los cuales la buena calidad de los productos, fueran estos alimenticios o artesanales, sea su atributo principal.

El chef Juan Carlos Solano, propietario del restaurante Tiestos opina que *“una persona puede igual visitar San Roque o Las Herrerías, lo que busca es comprar chumales”* por lo que se debe buscar diferenciación para que se prefiera un lugar sobre otro, especialmente si la oferta se diversifica, no precisamente en los antojitos típicos sino en los complementos que se ofrecen para su consumo, por ejemplo variedad de cafés o bebidas que es a donde se puede innovar. La idea sería ampliar el tiempo que la gente se queda en el barrio, pues el acto de sentarse a la mesa a comer antiguamente era todo un ritual.

A su modo de ver *“para ofrecer un producto de calidad se tiene que trabajar en capacitar a los dueños de los locales en buenas prácticas de manufactura, procesos productivos que permitan tener una provisión constante de producto terminado, todo esto debe complementarse con una infraestructura adecuada, personal capacitado en atención al cliente. Cumplidas estas condiciones se podrán mejorar los precios de venta, las prestaciones salariales de quienes trabajan en la actividad y por ende la calidad de vida de los habitantes del sector.”*

En internet las referencias gastronómicas de la ciudad de Cuenca se listan a continuación:

- La avenida Don Bosco, entre la Loja y la 12 de Octubre, en el sur de la ciudad, es conocida como la ruta del cuy. Otra alternativa es el pan de horno de Todos Santos. El restaurante del mismo nombre ofrece este producto de sabor especial con los secretos de antaño. Los mercados 3 de Noviembre, 10 de Agosto y 9 de Octubre son otros espacios para degustar de la comida típica. Pero si el visitante prefiere salir del centro de la ciudad están los restaurantes de comida típica en la parroquia Ricaurte.⁸
- Rutas artesanales – Fundación de Turismo para Cuenca:
- **Taller de Alfarería “Encalada”**
Mariscal Lamar 24-90 y Francisco Paredes
- **Taller de Hojalatería (sector El Vado)**
Calle La Condamine
- **Esquina de las Artes**
Av. 12 de Abril y Agustín Cueva Esq.

⁸ <http://www.vivenuestromundo.com/consejos-para-viajar/cuenca-ofrece-tres-rutas-gastronomicas/>

- **Taller del sombrero “El Barranco”**
Calle Larga 10-41 y General Torres
- **Plaza San Francisco**
Presidente Cordova y Padre Aguirre
- **CEMUART**
General Torres 7-33 y Mariscal Sucre
- **Museo de la Joyería Cuencana**
Gran Colombia 8-66 y Benigno Malo
- **Plaza Rotary**
Gaspar Sangurima y Vargas Machuca
- **Museo Homero Ortega**
Av. Gil Ramirez Dávalos 3-86
- **Calle de las Herrerías**
Calle de las Herrerias y Av. 12 de Abril
- **Galería de cerámica Vega**
Via a Turi 2-01
- **Taller de cerámica de Pablo Cordero**
Francisco Cuesta 1-83 y Av. 27 De Febrero⁹

La agenda de festividades de noviembre de 2014 “Cuenca vive, Color, historia y tradición”, incluyó una Ruta de Platos Típicos en la que se mencionan los siguientes puntos de interés:

Delicias en la Don Bosco

Cuyes de Ricaurte

Las Carnes de San Joaquín

Humitas, tamales y quimbolitos en las Herrerías

⁹ Rutas 2013, Fundación de Turismo para Cuenca

2.1.3 Benchmarking con respecto a las rutas consideradas como principales dentro de la oferta turística urbana de la ciudad de Cuenca

El flujo de información generada por internet sumado a los esfuerzos de los gobiernos locales por mejorar los servicios de infraestructura para atraer una mayor demanda turística, eleva los estándares competitivos lo que obliga a desarrollar innovación en la creación, gestión y promoción de productos turísticos diferenciados con alto valor agregado y enfocados a generar experiencias al tiempo de satisfacer las necesidades del cliente.

El Benchmarking, es la búsqueda de las mejores prácticas entre los competidores o no competidores que los lleva a un desempeño superior (Robins y Coulter, 2010). Su utilidad principal radica en que el análisis y adaptación de los resultados obtenidos permite mejorar continuamente tanto el producto como el proceso con objeto de alcanzar una ventaja competitiva sostenible (Fernández Sánchez, Abella y Fernández Barcala, 2006).

La mayoría de prácticas y estudios de benchmarking se han centrado en el análisis de unidades de negocio individuales (Kozak y Nield, 2004; Woben y Felsermeyer, 2004; Hwang y Lookwood 2006) o se han centrado en comparar destinos similares sin considerar las diferencias según el producto turístico, con el crecimiento de los destinos se genera una necesidad de desarrollar una medida basada en el cliente (Blázquez, Esteban y Molina, 2011).

La identificación de los recursos clave de atracción y diferenciación del destino son el elemento fundamental respuesta a este interrogante (Blázquez, Esteban y Molina, 2011).

Frente a las características identificadas como principales en el Barrio Las Herrerías se seleccionaron aquellos lugares que reunieran las siguientes características:

CARACTERIZACIÓN DEL BARRIO

Descripción	Puntuación otorgada
Un atractivo arquitectónico patrimonial	1
Un atractivo de producción de artesanal	1
Un atractivo gastronómico	1
Haber sido referido en guías e internet	1
Haber sido referido en entrevistas y encuestas	2

T.9

La puntuación mínima para cada característica es uno y la máxima dos que se aplicó a la referencia en encuestas y entrevistas pues la mención del lugar significa posicionamiento en la mente del consumidor y por lo tanto la existencia de prácticas que los hacen destacar sobre otros.

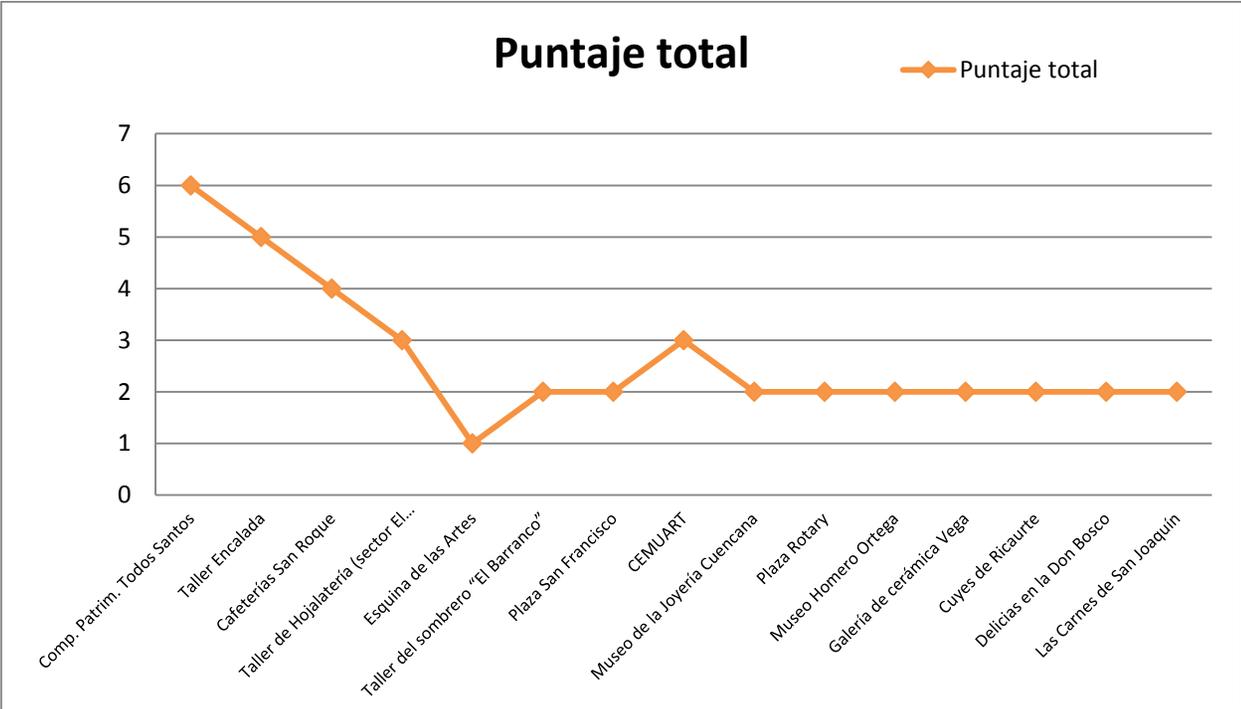
La matriz que se presenta a continuación muestra la calificación dada a cada uno de ellos que fue de un punto salvo la referencia recibida en entrevistas y encuestas a la que se le ha dado dos puntos en cada una, pues esto indica que tiene algún posicionamiento en la mente de los turistas que visitan Cuenca.

MATRIZ DE CALIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Descripción	Comp. Patrim. Todos Santos	Taller Encalada	Cafeterías San Roque	Taller de Hojalatería (sector El Vado)	Esquina de las Artes	Taller del sombrero "El Barranquito"	Plaza San Francisco	CEM UART	Museo de la Joyería Cuenca	Plaza Rotary	Museo Romero Ortega	Galería de cerámica Vega	Cuyes de Ricaurte	Delicias en la Don Bosco	Las Carnes de San Joaquín
Un atractivo arquitectónico patrimonial	1	1		1											
Un atractivo de producción artesanal	1	1		1		1	1		1	1	1	1			
Haber sido referido en guías y/o internet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Haber sido referido en entrevistas y encuestas	2	2	2					2							
Un atractivo gastronómico	1		1										1	1	1
Total	6	5	4	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2

T.10





G.6 Calificación de los atractivos turísticos



Como resultado de la calificación aplicada los lugares seleccionados fueron aquellos que alcanzaron calificación entre tres y cinco puntos siendo seleccionados el Museo de Todos Santos, el Taller Encalada (Barrio Convención del 45) y las Cafeterías de San Roque.

- **Complejo Patrimonial de Todos Santos**



I.32 La restaurada Iglesia de Todos Santos



I.33 Guia enseña árbol patrimonial curado



I.34 Restaurante Todos Santos

El Complejo Patrimonial de Todos Santos forma parte del convento obsequiado por el padre Julio María Matovelle a las religiosas Oblatas de los Corazones Santísimos de Jesús y María y su edificación data del año 1892. Es bastante probable que la iglesia, que está sobre una ubicación inusual, que no era típica para los ideales de planteamiento españoles, debió haber sido construida en un sitio religioso prehispánico (Jamieson, 2003), por lo que su nombre inicial fue Ermita del Uzno (*Uzhnu*)¹⁰.

El Complejo Patrimonial está ubicado en la Calle Larga 5-19 y Mariano Cueva, y durante su restauración, luego del incendio del año 2007, se encontraron en el interior de la capilla restos de las culturas cañari e inca, incluidas treinta y tres osamentas.



I.35 Osamentas encontradas en el interior de la Iglesia Todos Santos

Autor: Marcelo Villacis

Fuente: Slideshare

¹⁰ Las funciones atribuidas a los *ushnus* son muy variadas: trono del Inca, lugar de sacrificios (Capacocha), eje central en la planificación urbana, lugar de observaciones astronómicas, o de control de la producción agrícola (de ahí la realización de ofrendas líquidas), etc.

Fue inaugurado el día viernes 21 de febrero de 2014, su oferta turística consiste en un recorrido guiado que inicia en la Iglesia de Todos Santos, continúa por la remodelada terraza (Mirador del Tomebamba), sigue por el huerto en el que existen cuatro árboles patrimoniales, ingresa nuevamente a las instalaciones por el Restaurante Todos Santos, conduce a la Panadería de Horno de Leña para terminar en el Salón de Eventos.

En el interior de la Iglesia se han dejado vistos algunos restos que corresponden a edificaciones prehispánicas y coloniales, esto suma valor a la visita. Llama la atención la imagen del *Churudito*¹¹ (Señor de la Columna), con el que las monjas bajaban a pedir limosna en el sector del Vergel a pedir limosna. (Guion del recorrido turístico).



I.36 Señor de la Columna (Churudito)

¹¹ Churudo: Persona de cabello rizado

El guion expuesto está bien elaborado pues considera aspectos de la vida cotidiana de las religiosas y que se manifiesta en el uso de plantas y espacios que se pueden ver en los lugares por los que se desplazan los turistas, a los que en un momento de la visita se les invita a *romper toctes* (nogales) mientras se les explica esta costumbre de la ciudad.

El recorrido, por el que se cancela \$ 2,00 por adulto y \$ 1,50 por niño, dura dos horas

- **Taller de Alfarería “Encalada”**



I.37 Señor Encalada laborando



I.38 Piezas en proceso de Secado



I.39 Artesanías en exhibición



I.40 Espacio adecuado para exponer productos

José Encalada nació hace 76 años en el barrio de San Blas, la necesidad de aprender un oficio le llevó a la edad de catorce al Barrio Convención del '45¹². Ahí conoció a la hija de uno de sus maestros quien se convertiría en su esposa y en la razón de quedarse como uno de los ceramistas que conserva la tradición desde 1962.

Si bien el Barrio donde se ubica el taller se identifica como artesanal, el número de personas que ejercen la actividad es bastante reducido, siendo el Sr. Encalada el único taller que sobresale por la calidad y la innovación de sus productos.

Al ser el único elemento de referencia el artesano ha sabido aprovechar bien esta oportunidad, organizando adecuadamente los espacios de su taller de manera que el recorrido permite mirar una secuencia que va desde el producto terminado (a la entrada), pasando por el espacio en el que se preparan las materias primas (intermedio) hasta llegar al lugar en el que él trabaja la arcilla en el torno de alfarero.

El Sr. Encalada tiene características de líder, fundó el gremio de ceramistas y comparte su experiencia sin mayo recelo. Recibió la condecoración Gaspar Sangurima en el año 2009.

Su taller ha sido visitado por varias personalidades incluido el Presidente de la República, Econ. Rafael Correa quien ofreció solucionar algunos de los problemas más importantes de esta rama artesanal y que sin embargo, aún esperan solución.

La familia completa (su esposa, hijos y nietos) está involucrada en el negocio, de hecho su hijo mayor es quien diseña los nuevos productos, mientras que su hija es responsable de la parte de la comercialización.

Entre las piezas que se ofrecen destacan las vajillas de arcilla negra y las campanas y los precios de diferentes artículos van desde los \$ 3,00 (macetas) hasta los \$ 300,00 (vasijas grandes).

¹² Lugar donde se celebró la Convención de 1845 en la que se designó como Presidente de la República a Vicente Ramón Roca

- **Cafeterías de San Roque**



I.41 Av.Loja sector San Roque



I.42 Cafetería Aroma de Café



I.43 Bajilla personalizada



I.44 Chumal de San Roque

El Barrio de San Roque está ubicado en la orilla derecha del Río Tomebamba siguiendo la dirección este-oeste, conocido como barrio Jamaica fue considerado como parte del sector rural del cantón Cuenca, por lo que su arquitectura es predominantemente colonial.

Aquí no se ha desarrollado alguna actividad artesanal que haya servido para identificarlo; sin embargo desde hace algo más de ocho años, la aparición de pequeños negocios ofreciendo antojitos tradicionales (humitas, tamales y quimbolitos) lo ha posicionado como un lugar de referencia turística.

Al no tener un oficio predominante, la estructura de las casas pudo ser adaptada de manera que las cinco cafeterías existentes disponen de espacios que permiten consumir los productos cómodamente, lo que es una ventaja comparativa frente a los lugares de oferta ubicados en Las Herrerías. A pesar de esto una observación hecha el día jueves 14 de mayo de 2015 a las 16h30 permitió apreciar que en este lugar existían pocas personas consumiendo en los locales mientras que en Las Herrerías había una considerable cantidad.

Los precios por cada unidad de antojitos son iguales que los de Las Herrerías, 0,40 centavos el quimbolito, 0,50 centavos la humita y 0,60 centavos el tamal.

Con los datos recopilados mediante la observación y la visita de los atractivos seleccionados, se levantó una matriz para evaluar cuáles son los atributos que más destacan en cada uno.

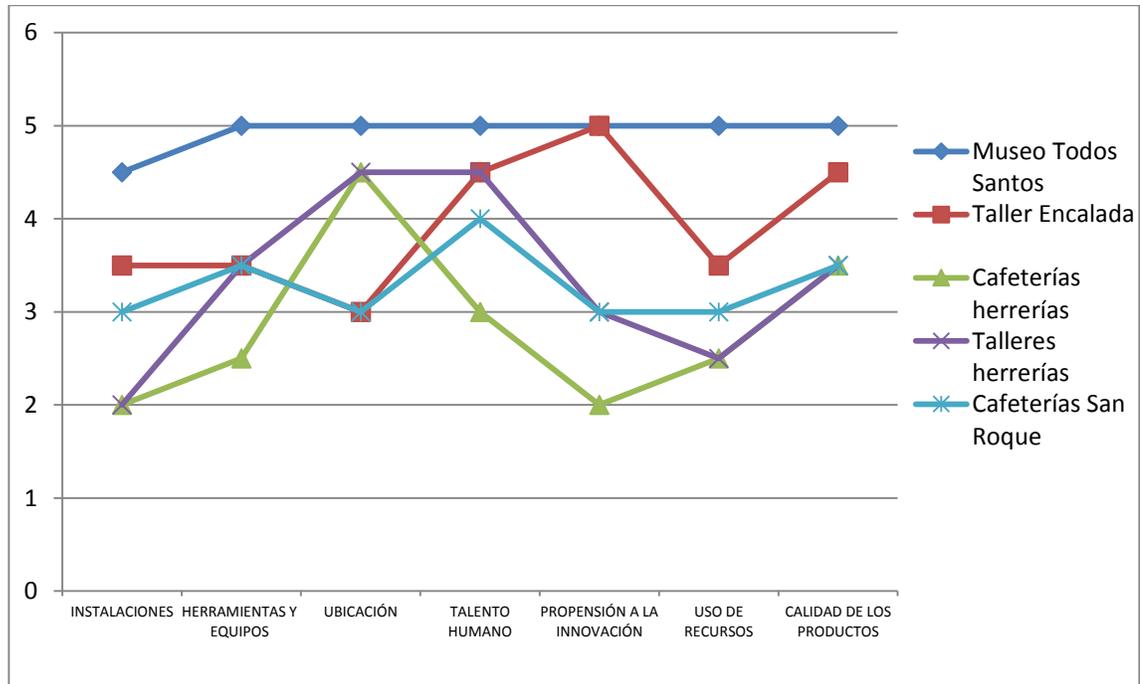
MATRIZ DE EVALUACION DE ATRIBUTOS DE LUGARES VISITADOS

Descripción	INSTALACIONES	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	UBICACIÓN	TALENTO HUMANO	PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN	USO DE RECURSOS	CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
Museo Todos Santos	4,5	5	5	5	5	5	5
Taller Encalada	3,5	3,5	3	4,5	5	3,5	4,5
Cafeterías Herrerías	2	2,5	4,5	3	2	2,5	3,5
Talleres Herrerías	2	3,5	4,5	4,5	3	2,5	3,5
Cafeterías San Roque	3	3,5	3	4	3	3	3,5

T.11



EVALUACION DE LUGARES SELECCIONADOS PARA REALIZACION DE BENCHMARKING



G.7 Evaluación de lugares para aplicar benchmarking

2.1.4 Determinación de los atributos que destacan a las rutas consideradas como principales

Las encuestas y entrevistas no dieron como resultado una ruta que destaque, más bien las referencias han derivado en puntos o lugares específicos, por lo que en este apartado se listarán los más destacados y las características en las que han obtenido mejor puntuación.

En la tabla se han incluido las cafeterías y los talleres de Las Herrerías para establecer las brechas que se deben disminuir para alcanzar el nivel de los lugares mejor posicionados.

MATRIZ DE EVALUACION DE ATRIBUTOS DE LUGARES VISITADOS

Descripción	INSTALACIONES	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	UBICACIÓN	TALENTO HUMANO	PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN	USO DE RECURSOS	CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
Complejo Patrimonial Todos Santos	4,5	5	5	5	5	5	5
Taller Encalada	3,5	3,5	3	4,5	5	3,5	4,5
Cafeterías herrerías	2	2,5	4,5	3	2	2,5	3,5
Talleres herrerías	2	3,5	4,5	4,5	3	2,5	3,5
Cafeterías San Roque	3	3,5	3	4	3	3	3,5

T.12

Al analizar las instalaciones se ha tomado en cuenta el estado actual de la construcción, su aporte al atractivo visual, el estado de las vías de acceso, la disponibilidad de transporte para llegar al lugar.

Herramientas y equipos se analizan en cuanto a su cantidad, estado de conservación, aporte al proceso productivo o prestación del servicio.

La ubicación implica en lugar y su influencia en la popularidad del atractivo

Talento humano describe la calidad de atención brindada por las personas que manejan o trabajan en el lugar de atractivo, su cantidad además de su nivel de capacitación.

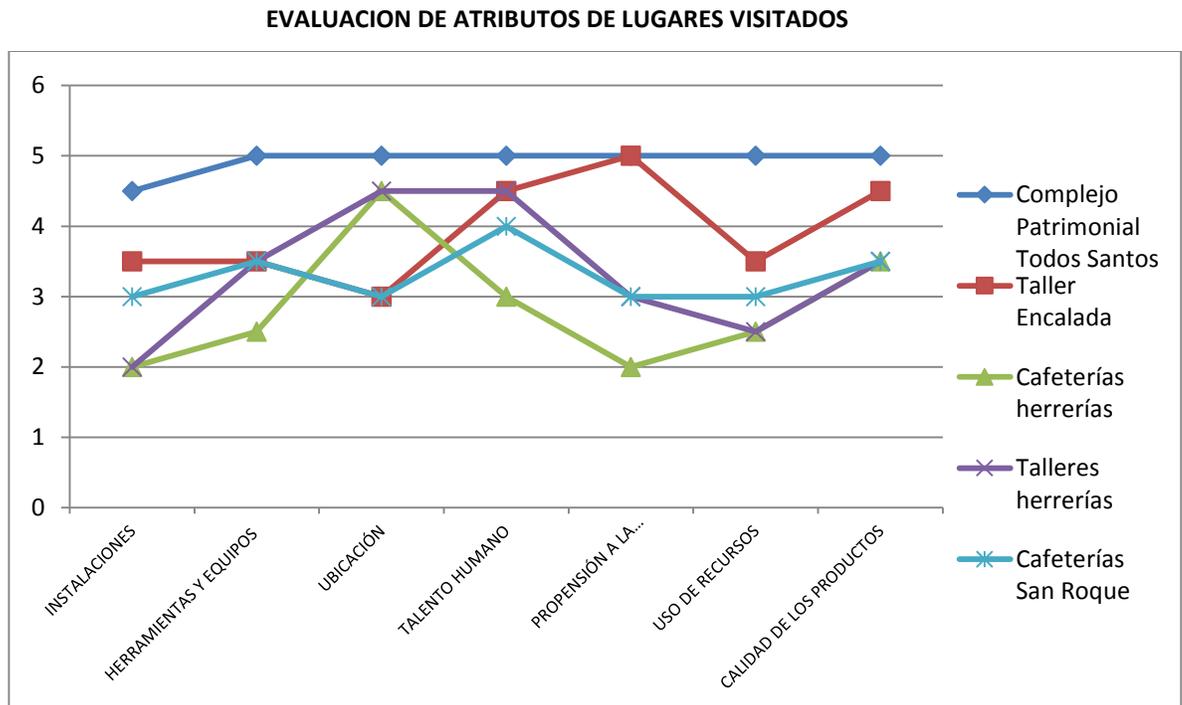
En el análisis de la propensión a la innovación se evalúa el interés en generar nuevos productos o servicios tanto para los clientes externos (turistas), como para los internos (equipo de trabajo).



Uso de los recursos mide la eficiencia en el uso de los recursos tangibles (instalaciones, maquinaria, equipos) e intangibles (talento humano, recursos culturales, patrimoniales, etc) de los que dispone el atributo.

Calidad de los productos muestra el nivel de satisfacción ya sea con la vivencia de la experiencia o con el consumo del producto, que se obtuvo durante el proceso de observación.

La escala aplicada va desde cinco puntos como máximo y cero como mínimo.



G.8 Evaluación de atributos de lugares visitados

Como puede apreciarse en el gráfico el Complejo Patrimonial de Todos Santos alcanza el nivel de rendimiento más alto en las características analizadas. En suma



es un producto turístico bien planificado que sigue procesos de calidad según la norma Iso 900 en la panadería y en el restaurante, además de haber terminado en el puesto número diez y ocho entre doscientos cincuenta restaurantes de Cuenca según la página Tripadvisor en el año 2014.¹³

El Taller del Sr. José Encalada que es el siguiente en calificación, el mayor puntaje concedido está en propensión a la innovación pues en las propias palabras del artesano *“uno no debe contentarse con seguir fabricando ollas, hay que buscar siempre algo diferente, que sobresalga...”*. El talento humano es la siguiente calificación representativa, se otorgó debido a la apertura a brindar información durante la visita y el trato recibido por todos los miembros de la familia que se encontraban trabajando.

La ubicación resulta una desventaja pues las obras del Tranvía 4 Ríos dificultan el acceso además de la escasa visibilidad que tiene el taller al ser uno de los pocos existentes en la Convención del 45. Al interior los espacios están ordenados, sin embargo la iluminación en ciertos lugares es escasa, al igual que el uso de los recursos (tangibles: instalaciones, maquinaria, equipos e intangibles: talento humano, recursos culturales, patrimoniales, etc.) Pues se podría generar con ellos un guion básico que permita hacer una visita ordenada al taller.

Las cafeterías de San Roque presentan una ventaja con respecto a las de Las Herrerías y esta radica en su infraestructura. Al no haber existido una actividad productiva dominante la adaptación de las casas a un nuevo uso ha sido menos complicada, volviendo los negocios más atractivos a la clientela. Este factor influye también en la disponibilidad de maquinarias y equipos en mejores condiciones. La

¹³ http://www.tripadvisor.co/Tourism-g294309-Cuenca_Azuay_Province-Vacations.html



atención al cliente es un rasgo positivo dentro del factor talento humano, el trato que se brinda en estos lugares es amable y en algunos locales el personal viste uniforme.

La ubicación de los negocios de antojitos en San Roque se convierte en una desventaja pues la ciclovía que la atraviesa dificulta el parqueo de los vehículos de los visitantes. El uso de los recursos es adecuado, sin embargo la calidad de los productos para el consumo debe ser observada en su sabor y textura pues en la compra de dos productos en el mismo lugar, éstos fueron diferentes en las características mencionadas.

La propensión a la innovación es baja pues la oferta se ha limitado a antojitos, café, aguas aromáticas y chocolate.

En términos generales las cafeterías en Las Herrerías deberán: mejorar sus instalaciones, herramientas y equipos, capacitar a su personal en temas de producción y atención al cliente, además sería pertinente identificar complementarios a los antojitos en los que se pueda diversificar o innovar la oferta, *“capacitarles como baristas¹⁴, por ejemplo, sería una buena opción”*, sugirió Juan Carlos Solano. Este nuevo enfoque permitiría optimizar el uso de los recursos de los que se dispone y por ende la calidad de los productos que se ofrecen.

Similar situación sucede con los talleres de forja artesanal, los que tienen una ventaja en el hecho de que el Barrio está mejor posicionado como tradicional y

¹⁴ Un barista es el profesional especializado en el café de alta calidad, que trabaja creando nuevas y diferentes bebidas basadas en él, usando varios tipos de leches, esencias y licores, entre otros. También es el responsable de la presentación de las bebidas y puede complementar su trabajo con arte del latte.

patrimonial, al existir un número mayor de artesanos (algunos de la tercera generación de forjadores), existe la posibilidad de manejar este recurso intangible de forma que se convierta en un atributo del lugar.

Adicionalmente estas personas necesitan ser capacitadas en atención al cliente, producción, innovación para ofrecer un producto turístico que garantice una experiencia integral al visitante.

La realización del ejercicio de Benchmarking dio los siguientes resultados:



Competidor	Mejor práctica identificada	Adaptación de la práctica en el Barrio Las Herrerías
Complejo Patrimonial Todos Santos	<ul style="list-style-type: none"> • Buen manejo del recurso arquitectónico patrimonial (integración de los restos incaicos y coloniales en un solo espacio arquitectónico) • Guianza realizada por personal debidamente preparado, • Uso adecuado del tiempo en el recorrido • Generación de experiencias vivenciales durante el recorrido • Recorrido diseñado siguiendo una lógica adecuada 	<ul style="list-style-type: none"> • Integración, en relatos verbales durante los recorridos, de los datos que indican la relevancia histórica del sector tanto en la época incásica como colonial • Empoderamiento de la guianza en sus locales por parte de los propietarios, previo un proceso de capacitación en turismo, atención al cliente, historia, etc. • Participación directa de los visitantes en los procesos productivos tanto de forja como de golosinas típicas • Ordenar los puntos de visita de acuerdo al interés que puedan generar en el visitante, manteniendo una secuencia lineal.
Taller José Encalada	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación constante en sus productos • Apertura para brindar información • Transmisión del oficio a la siguiente generación familiar • Espacio adecuado para la exposición de los productos • Conservación de procesos artesanales en la producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar y capacitar en temas de innovación a los artesanos del barrio, exponiendo los múltiples beneficios de la misma. • Mejorar el uso de los espacios públicos existentes en el sector (Plaza del Herrero, Casa de Chaguarchimbana), facilitando la exposición de los productos en ellos. • Los artesanos del Barrio mantienen procesos productivos tradicionales.
Cafeterías San Roque	<ul style="list-style-type: none"> • Buena atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar y capacitar en temas de



- Espacios adecuados para la atención al público
 - Personal debidamente uniformado
 - Señalización adecuada de los locales
- atención al cliente, Buenas Prácticas de Manufactura, procesos eficientes de producción.
- Mejoramiento de los espacios disponibles con mejoras dentro de las posibilidades de los propietarios.
 - Implementar uniformes para el personal.
 - Implementar letreros para la identificación del local



2.1.5 Delimitación de la ruta diseñada en el Barrio de las Herrerías

Por su dimensión territorial esta ruta sería local (los lugares de visita están ubicados dentro área del barrio), lineal por su configuración territorial (se extendería a lo largo de la Calle de Las Herrerías) y gastronómica-artesanal por sus temas de interés. Por su extensión la ruta puede ser recorrida a pie, ya sea en visitas grupales o individuales.

El Barrio de las Herrerías es de fácil acceso, a él se puede llegar siguiendo la Av. Huayna Cápac, la Av. 12 de Abril o la Av. 10 de Agosto, se encuentra a 10 minutos del centro histórico si el recorrido se lo hace en vehículo, al haber sido fundado al pie del puente de Ingachaca (Puente del Inca) fue este su primer nombre, quedando a menos de cien metros de las ruinas de Pumapungo, segundo asentamiento inca más importante del imperio. En el entorno visual destaca la Casa Quinta de Chaguarchimbana, complementada con el minimalista diseño de la Plaza del Herrero cuyo elemento principal es la escultura del dios Vulcano emergiendo del volcán, construido como homenaje a los herreros que desde generaciones anteriores han vivido ahí.

En el producto turístico se pretende combinar las dos actividades predominantes en el barrio, complementándolas con el patrimonio cultural (la artesanía y su herencia generacional), histórico (la ubicación del Barrio en el Camino del Inca, la crecida del Río Tomebamba en el año 1950) y arquitectónico (las casas coloniales y la Casa Quinta de Chaguarchimbana).

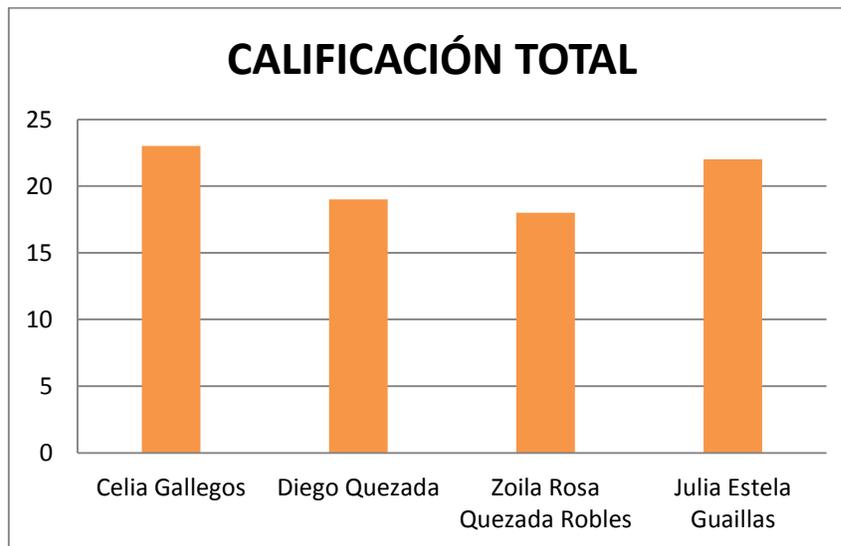
En este punto se hace necesario seleccionar aquellos negocios más aptos para formar parte de esta propuesta, por lo que la matriz de calificación utilizada así como sus resultados se muestran a continuación:



CAFETERIAS BARRIO LAS HERRERIAS									
Nombre del propietario	Nombre Comercial	INSTALACIONES	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	UBICACIÓN	TALENTO HUMANO	PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN	USO DE RECURSOS	CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	CALIFICACIÓN TOTAL
Celia Gallegos	Antojitos El Monito	3,5	3	3,5	3,5	3	2,5	4	23
Diego Quezada	Diego Quezada	4	3	3	2	2	2	3	19
Zoila Rosa Quezada Robles	La casa de las golosinas	2	3	3	3	2	2	3	18
Julia Estela Guailas	Tía Teresita	4	3	4	3	3	3	2	22

T.13

Si bien los resultados del censo dieron como resultado la existencia de catorce lugares de oferta gastronómica, para esta selección se tomaron en cuenta únicamente los que se enmarcaban dentro de la oferta que destaca en este momento. La tabla nos permite identificar el negocio que está en capacidad de poder ofrecer un servicio aceptable a los turistas:



G.9 Calificación total



Si bien la señora Zoila Quezada fue la precursora de la venta de antojitos en el Barrio, es la señora Celia Gallegos quien se ha preocupado de implementar un local donde quienes consuman sus productos puedan hacerlo de una manera cómoda. A esto debe sumarse su don de gentes y paciencia para brindar información, lo que será de mucha utilidad al momento de diseñar el producto turístico integrado.

En los talleres se aplicó el mismo procedimiento, excluyéndose aquellos que no son de forja:

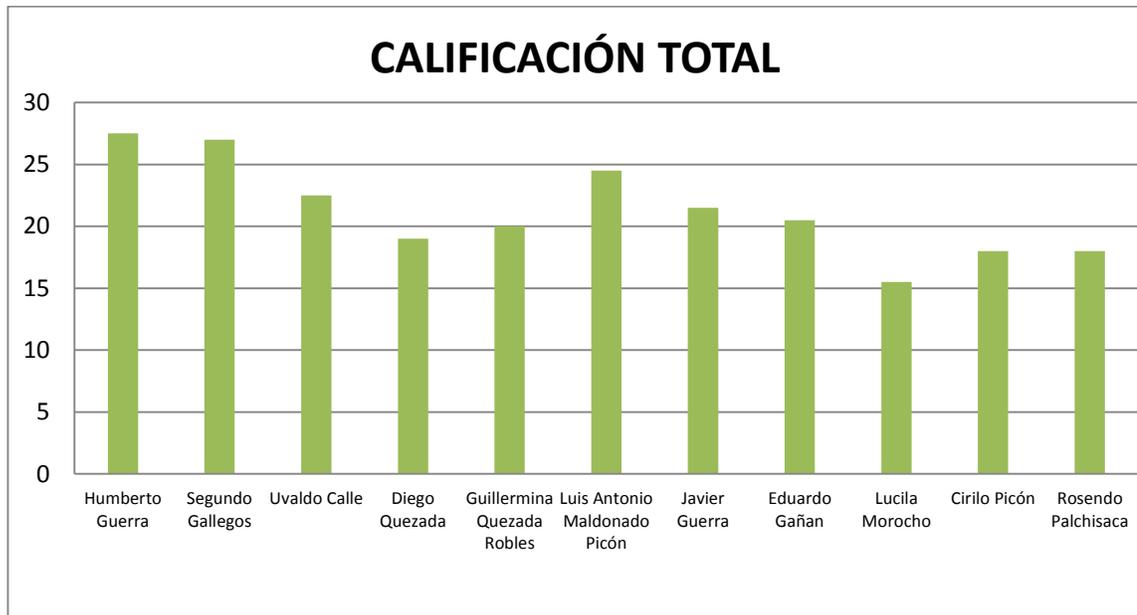
TALLERES LAS HERRERIAS									
Nombre del propietario	Nombre Comercial	INSTALACIONES	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	UBICACIÓN	TALENTO HUMANO	PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN	USO DE RECURSOS	CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	CALIFICACIÓN TOTAL
Humberto Guerra	Taller El Herrero	4	4	3,5	3,5	4,5	4	4	27,5
Segundo Gallegos	Forjando el futuro	4	3,5	4	4	4	3,5	4	27
Uvaldo Calle	Mecánica Calle	3	3	3,5	4	3	3	3	22,5
Diego Quezada	Diego Quezada	2	3	3,5	2,5	2	2,5	3,5	19
Guillermina Quezada Robles	Talleres Guerra	3	3,5	2,5	3	2	2	4	20
Luis Antonio Maldonado Picón	Taller Maldonado	3	4	3	3,5	4	3	4	24,5
Javier Guerra	El Farol	2,5	3	2,5	3	3,5	3,5	3,5	21,5
Eduardo Gañan	Decor	2,5	3	2,5	3	3	3	3,5	20,5
Lucila Morocho	Forja artística de Lucy	1	2	2	3	2	2	3,5	15,5



Cirilo Picón	Cirilo Picón	2,5	3	1	3	2	3	3,5	18
Rosendo Palchisaca	Rosendo Palchisaca	2,5	2,5	2	3	2	2,5	3,5	18

T.14

La calificación obtenida muestra dos talleres con puntuación más alta, el de Humberto Guerra y de Segundo Gallegos, sin embargo será el primero el que sea incluido en la ruta, debido a que dispone de un espacio bien organizado para la exhibición y venta de los productos, es además quien se ha preocupado por brindar productos innovadores. Adicionalmente él es sobrino de Rodrigo Guerra (+), quien fue un artesano de renombre en el sector.



G.10 Calificación total

Con la información recogida podemos listar los puntos de interés para el recorrido de la siguiente forma secuenciada:



ruta de productos turísticos integrados –BARRIO LAS HERRERIAS

No. Atractivo	Nombre	Imagen	Descripción	Actividad sugerida	Duración estimada
1	Casa de Chaguarchimbana		Lugar de residencia vacacional perteneciente a la Srta. Florencia Astudillo	Recorrido por las instalaciones de la Casa Quinta, explicación de su historia, la vida de su propietaria y su relación e importancia dentro del barrio.	30 minutos
2	Plaza del Herrero		Plazoleta levantada en homenaje a los herreros del barrio. Destaca la imagen del dios Vulcano emergiendo de un cráter.	Recorrido por la plaza, explicación de su historia, el significado de sus elementos decorativos y la importancia del lugar para el barrio.	10 minutos
3	Antojitos Monito		Lugar de oferta gastronómica, especialmente quimbolitos, humitas y tamales. La propietaria nació en el barrio.	En este punto será la propietaria quien haga la descripción en cada uno de los momentos de la visita. Historia de la fabricación de los antojitos típicos, explicación de su proceso de preparación, participación de los visitantes en la envoltura de las productos que degustarán cuando vuelvan a la cafetería al final del recorrido.	20 minutos



4	Taller El Herrero		Lugar de fabricación de artesanías con el uso de la fragua y carbón para calentar el hierro.	En este punto será el propietario quien haga la descripción en cada uno de los momentos de la visita. Historia de la fabricación de artesanías en hierro y de la herencia artesanal en su familia, explicación de su proceso de producción, participación de los visitantes en el forjado de hierro en el yunque con combo o martillo.	20 minutos
5	Calle de Las Herrerías		Calle donde antiguamente se ubicaban talleres en los que se herraban caballos y acémilas	Caminata por la calle relatando la historia del barrio, indicando cuáles son los descendientes de los antiguos herreros, explicación del uso de las cruces en los "enteches" de las casas, apreciación de muestras artesanales en algunos talleres.	15 minutos
6	Plazoleta e Iglesia El Vergel		Lugar en el que se ubica la Iglesia del Vergel y la Plazoleta del mismo nombre	Caminata por la Plazoleta, explicación de la creciente de 1950 del Río Tomebamba, indicación del lugar anterior de la iglesia y de la devoción a la Virgen Morlaquita o Virgen del Vergel, explicación de la importancia histórica del barrio desde la época incásica y su	25 minutos

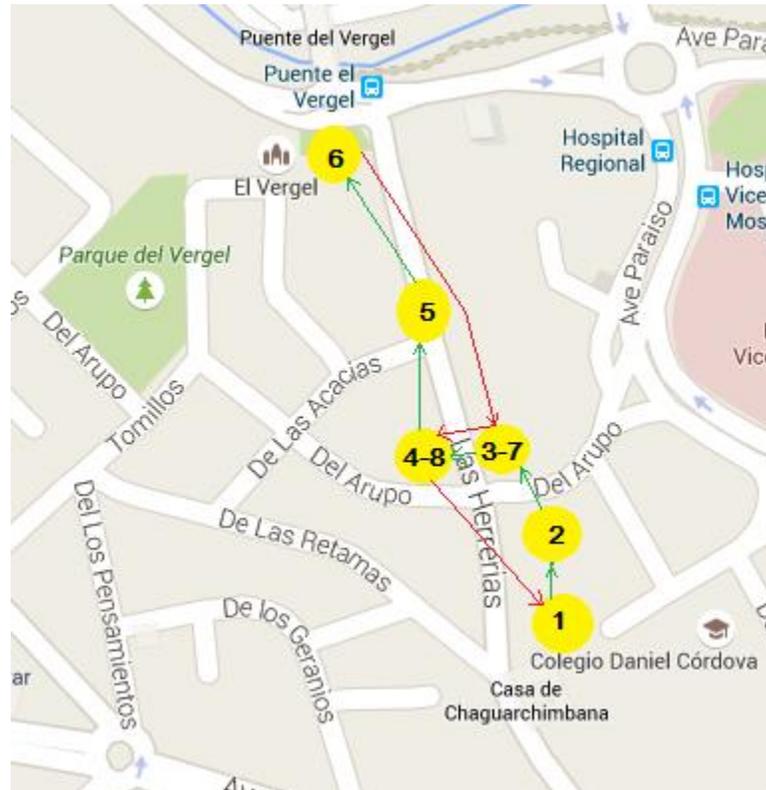


			relación con las ruinas de Pumapungo.		
7	Antojitos ElMonito		Lugar de oferta gastronómica, especialmente quimbolitos, humitas y tamales. La propietaria nació en el barrio.	Retorno de los pasajeros para servirse la golosina preparada por ellos con una tasa de café, chocolate o te.	20 minutos
8	Taller El Herrero		Lugar de fabricación de artesanías con el uso de la fragua para calentar el hierro.	Retorno de los pasajeros para recibir un souvenir elaborado en hierro o acero blanco.	10 minutos

Duración estimada del recorrido: 2 horas y media.

Con este recorrido se busca dar una experiencia vivencial al turista al permitirle formar parte de los dos oficios cotidianos que ahora se desarrollan en el Barrio.

Graficada la ruta sería como sigue:



I.45 Ruta turística diseñada

Cada número representa el lugar que se visitará en la ruta.

2.1.6 Diseño de Modelo de Negocio y Propuesta de valor para los atractivos turísticos del Barrio Las Herrerías

Un Modelo de Negocios describe las bases sobre las cuales una empresa crea, proporciona y capta valor (Osterwilder, Pigneur, 2010).

La ruta diseñada en el punto anterior implica la creación de un modelo de negocio basado en una propuesta de valor enfocada en generar experiencias en el visitante, permitiéndole formar parte de la comunidad y su modo de vida a través de sus procesos productivos.

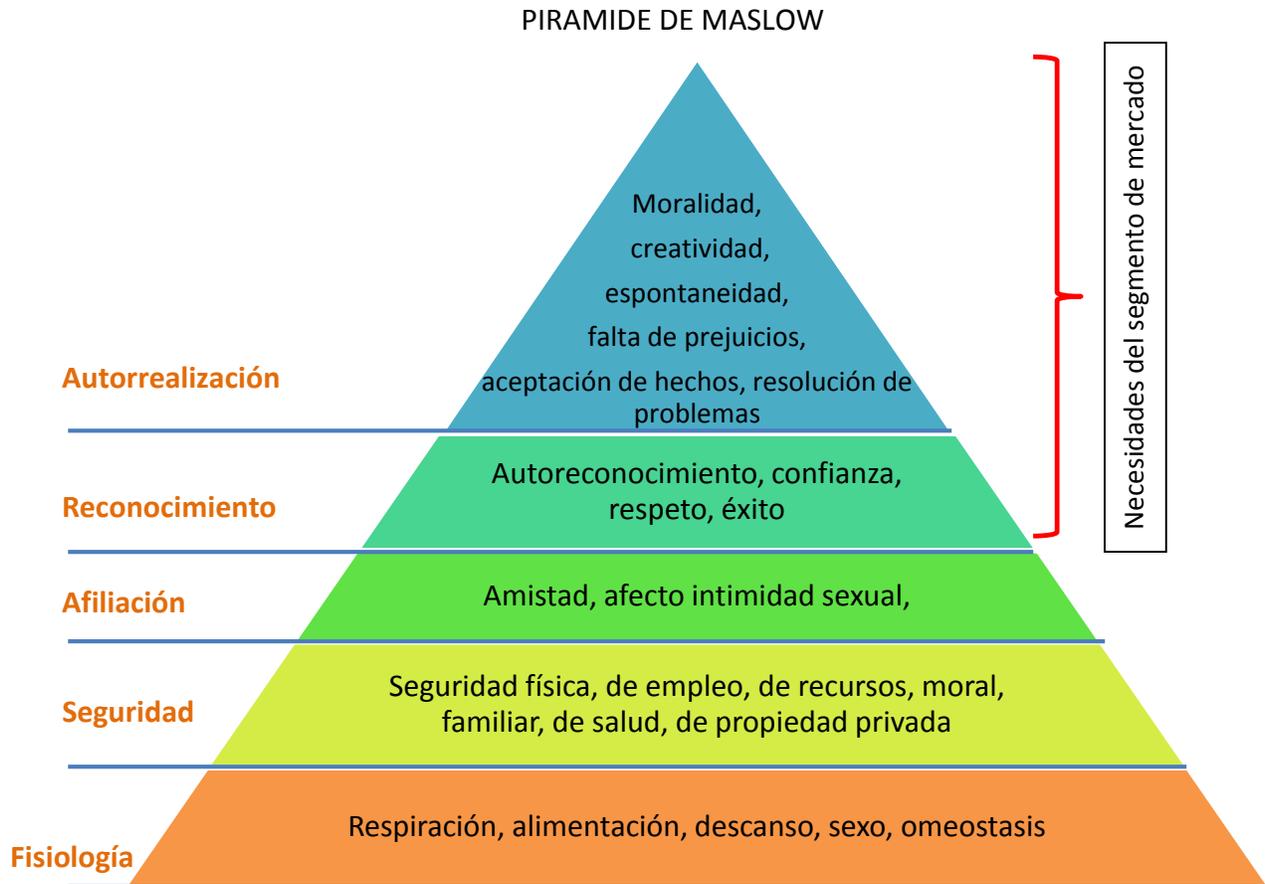
En esta lógica se utilizará el método Canvas para la generación del Modelo de Negocio.

Segmentos de mercado

Se han identificado dos segmentos de mercado, el primero son las agencias y mayoristas de turismo receptivo que buscan ofrecer productos turísticos innovadores en los que sus pasajeros se involucren en la dinámica local y puedan definir su viaje como una experiencia positiva.

El segundo segmento (dependiendo del canal de acercamiento) serían los consumidores finales del producto hombres y mujeres, nacionales o extranjeros, que visitan la ciudad de Cuenca de manera individual o familiar, con un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto, debido a los precios en los que se ofrecerá la ruta. El nivel cognoscitivo de estas personas les permite tomar decisiones y su acceso a la información facilita que este proceso se haga basado en satisfacer necesidades de reconocimiento y autorealización, según la pirámide de Maslow.





G.11 Pirámide de Maslow

Muchos de ellos han tenido experiencias de turismo en otros países, por lo que buscan productos turísticos diferenciados en los que las vivencias sean parte del valor agregado.

Propuesta de valor

Una propuesta de valor crea valor para un segmento de mercado, gracias a una mezcla específica de elementos adecuados a las necesidades de dicho segmento. (Osterwilder, Pigneur. 2010).

En su libro Alexander Osterwilder presenta varios tipos de propuestas de valor, el producto turístico se enmarca dentro de personalización, la integración de los recursos, de los habitantes del barrio y de los visitantes en la generación de una creación compartida durante la visita dan como resultado una experiencia distinta.

La oferta considera elementos tangibles (golosinas típicas y souvenirs incluidos en el paquete), e intangibles (contenidos culturales, participación de los turistas en los procesos productivos), resumidas en el valor agregado del recorrido: “experiencias vivenciales que benefician no solamente a los visitantes sino a los habitantes del barrio, al permitirles ser actores principales y transmisores a propia voz, de su historia y de su herencia”.

PROPUESTA DE VALOR



G.12 Propuesta de valor

Canales

Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes. Son puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia (Osterwilder, Pigneur, 2010).

Las características del producto diseñado y del segmento de mercado convierten a uno de ellos (agencias y minoristas de turismo receptivo) también en un canal.

Independiente de la venta y la difusión generada por los canales indirectos, se considera necesario difundir los productos y servicios del Barrio a través de otros tales como página web, reportajes en medios de prensa y redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) estos últimos permitirán tener retroalimentación sobre las experiencias vividas en los recorridos, a través de los comentarios y respuestas lo que facilitará la atención post venta.

La propuesta de valor será entregada en cada uno de los momentos de la ejecución del recorrido.

Relaciones con los clientes

En la prestación de servicios turísticos el trato personal es un factor de peso para el éxito o fracaso. En el producto propuesto el énfasis se pondrá en desarrollar capacidades que permitan a los actores locales relacionarse de manera eficiente, tanto con el segmento de agencias como con el segmento de visitantes al Barrio a través de un técnico en turismo que se encargue de ser el puente entre las dos partes. Esto permitirá generar una base de clientes (canales indirectos) y fidelizarlos y generar más ventas.



Fuentes de ingresos

Definidos los segmentos y la propuesta de valor las fuentes de ingresos son tres:

- Ingresos por las ventas de los recorridos a las agencias
- Ingresos por la venta de artesanías de forma individual a los visitantes
- Ingresos por la venta de antojitos de forma individual a los visitantes

Con estos datos podemos hacer un flujo estimado para el producto turístico:

FUENTES DE INGRESOS						
Venta de recorridos	No. Máximo pasajeros	Valor por pasajero	Valor por grupo	No. Grupos al mes	Total ingresos al mes	Total de ingresos al año
	10	\$ 16,13	\$ 161,27	4	\$ 645,08	\$ 7.740,90
Venta de artesanías	1	\$ 10,00	\$ 10,00	4	\$ 40,00	\$ 480,00
Venta de antojitos	4	\$ 3,00	\$ 12,00	4	\$ 48,00	\$ 576,00
Total			\$ 183,27		\$ 733,08	\$ 8.796,90

T.15

Las ventas de artesanías y antojitos que constan en el cuadro de ingresos, no son los que están considerados como parte del recorrido sino aquellos que se podrían vender de manera independiente a los visitantes al final o durante el mismo.



Recursos Clave

Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos (Osterwilder, Pigneur. 2010). Los recursos identificados para el producto turístico son:

IDENTIFICACION DE RECURSOS CLAVE

Recursos físicos	Recursos económicos	Recursos intelectuales	Recursos humanos
<ul style="list-style-type: none"> • Lugares de visita • Material promocional • Productos terminados para la venta • Espacios para parqueo • Infraestructura adecuada • Servicios sanitarios • Señalización de recorridos y lugares de visita 	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento para adecuación de locales participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos con los propietarios de los negocios • Capacitación a los participantes • Conocimientos de los participantes • Alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas • Diseño y alojamiento de página web • Diseño de material publicitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico en turismo • Propietarios de locales

T.16

Actividades clave

Las actividades consideradas clave en este producto turístico son:

- Promover el producto turístico diseñado entre los segmentos de mercado identificados



- Coordinación entre las operadoras y el técnico de turismo así como los artesanos del barrio
- Estandarización de procesos productivos para armonizar la calidad de los productos
- Propiciar el involucramiento entre los habitantes del barrio
- Retribuir adecuadamente (de forma monetaria) la participación de los dueños de los locales
- Fomentar el interés en el trabajo de la forja de hierro
- Fomentar la innovación entre los propietarios de los locales
- Generar alianzas estratégicas con el sector público y privado
- Buscar fuentes de financiamiento con tasa favorables
- Diseñar página web y material promocional
- Difundir el producto turístico diseñado

Asociaciones Clave

Se considera prioritario realizar alianzas estratégicas con:

- Ministerio de Turismo
- Fundación de Turismo para Cuenca
- Dirección Municipal de Cultura
- Asecut (Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes, Operadores de Turismo y Mayoristas)
- MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad)
- Escuela de Turismo, Universidad del Azuay
- CIDAP (Centro Interamericano de Artes Populares)
- Proveedores de materias primas y servicios a la producción de locales participantes



- AHOTEC (Asociación de Hoteles del Ecuador)

Estructura de costes

La siguiente tabla grafica la estructura de costes del producto turístico:

RECURSOS CLAVE	
· Material promocional	\$ 200,00
· Productos terminados para la venta	\$ 2.640,00
· Financiamiento para adecuación de locales participantes.	\$ 80,00
· Conocimientos de los participantes	\$ 1.440,00
· Alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas	\$ 80,00
· Diseño y alojamiento de página web	\$ 120,00
· Técnico en turismo	\$ 691,15
TOTAL RECURSOS CLAVE	\$ 5.251,15
ACTIVIDADES CLAVE	
· Promover el producto turístico diseñado entre los segmentos de mercado identificados	\$ 360,00
· Coordinación entre las operadoras y el técnico de turismo así como los artesanos del barrio	\$ 240,00
TOTAL ACTIVIDADES CLAVE	\$ 600,00
COSTES TOTALES PARA UN AÑO	\$ 5.855

T.17

LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

<p>Socios Clave</p> <p>AHOTEC (Asociación de Hoteles del Ecuador) Asecut (Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes, Operadores de Turismo y Mayoristas) CIDAP (Centro Interamericano de Artes Populares) Dirección Municipal de Cultura Escuela de Turismo, Universidad del Azuay Fundación de Turismo para Cuenca Ministerio de Turismo MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad) Proveedores de materias primas y servicios a la producción de locales participantes</p>	<p>Actividades Clave</p> <p>Promover el producto turístico diseñado Coordinación entre las operadoras y el técnico de turismo Propiciar el involucramiento entre los habitantes del barrio Retribuir adecuadamente la participación de los dueños de los locales Fomentar el interés en el trabajo de la forja de hierro Fomentar la innovación entre los propietarios de los locales Generar alianzas estratégicas con el sector público y privado Buscar fuentes de financiamiento Diseñar página web y material promocional Difundir el producto turístico diseñado</p>	<p>Propuesta de valor</p> <p>“Experiencias vivenciales que benefician no solamente a los visitantes sino a los habitantes del barrio, al permitirles ser actores principales y transmisores a propia voz, de su historia y de su herencia”.</p>	<p>Relaciones con los clientes</p> <p>desarrollar capacidades que permitan a los actores locales relacionarse con los segmentos de clientes a través de un técnico en turismo. Generar una base de clientes (canales indirectos) y fidelizarlos y generar más ventas.</p>	<p>Segmentos del clientes</p> <p>- Agencias y mayoristas de turismo receptivo que buscan ofrecer productos turísticos innovadores. - Hombres y mujeres, nacionales o extranjeros, que visitan la ciudad de Cuenca de manera individual o familiar, con un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto</p>
<p>Recursos Clave</p> <p>Recursos físicos : Lugares de visita , Material promocional, Productos terminados , Espacios para parqueo, Infraestructura adecuada, Servicios sanitarios, Señalización Recursos económicos: Financiamiento . Recursos Intelectuales: Acuerdos, Capacitación ,Conocimientos Diseño material publicitario. Recursos humanos: Técnico en turismo Propietarios de locales</p>	<p>Canales</p> <p>Agencias y minoristas de turismo receptivo Página web, reportajes en medios de prensa y redes sociales</p>			
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> · Material promocional · Productos terminados para la venta · Financiamiento para adecuación de locales participantes. · Conocimientos de los participantes · Alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas · Diseño y alojamiento de página web · Técnico en turismo · Promover el producto turístico diseñado entre los segmentos de mercado identificados · Coordinación entre las operadoras y el técnico de turismo así como los artesanos del barrio 		<p>Fuentes de Ingresos</p> <p>Ingresos por las ventas de los recorridos a las agencias Ingresos por la venta de artesanías de forma individual a los visitantes Ingresos por la venta de antojitos de forma individual a los visitantes</p>		



2.1.7 Determinación de estrategias para potenciar la oferta de los talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica identificados

Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado¹⁵.

El producto turístico al ser una propuesta, es uno que se encuentra en etapa de introducción por lo que las acciones de difusión y generación de los primeros contactos que permitan la visita de grupos, son muy importantes.

En esta parte las estrategias se basan principalmente en:

- Identificar bases de clientes potenciales
- Identificar potenciales aliados estratégicos en el sector público
- Establecer un cronograma de visitas
- Firmar acuerdos y convenios que permitan incluir el recorrido diseñado en portales de información turística, material publicitario y medios virtuales
- Realización de viajes de familiarización en los que participen autoridades locales y nacionales, periodistas y representantes de medios de comunicación, agentes de viajes de mayoristas y operadoras de turismo receptivo nacional y emisivo internacional.

¹⁵ <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>

2.1.8 Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

El período de investigación ha permitido conocer más a fondo el patrimonio cultural e histórico de nuestra ciudad, dentro de ello los barrios tradicionales son un recurso turístico importante.

El Barrio Las Herrerías específicamente posee una riqueza intangible tanto por sus artesanos así como por su presencia en la historia de nuestra ciudad, lo que debe ser explotado de manera adecuada pues la actividad de la forja del hierro se encuentra en peligro de desaparecer y ser reemplazada por la venta de antojitos típicos en el lugar.

Es necesario buscar alternativas que permitan a los artesanos, encontrar un nuevo sentido a su actividad, propiciando la innovación y la mejora continua en la calidad de sus procesos y sus productos.

Los lugares de oferta gastronómica han incrementado durante los últimos años en el Barrio, sobre todo por la necesidad económica de los propietarios quienes ven en la renta de los locales una fuente segura de ingresos para el mantenimiento de los inmuebles patrimoniales, cuyo costo es elevado.

Existe desconocimiento en los turistas, sobre el Barrio y sus características, sin embargo puede decirse que el rasgo de barrios patrimoniales es desconocido de manera generalizada por quienes visitan Cuenca (en las encuestas se recibieron referencias de lugares específicos).



La infraestructura tanto de los talleres como de los lugares de oferta gastronómica no está en condiciones óptimas para recibir una carga significativa de turistas.

La concepción arquitectónica del barrio reduce la disponibilidad de espacios para parqueo y en consecuencia la posibilidad de transitar por estos lugares de manera tranquila.

En algunos de los lugares de oferta gastronómica existe molestia por la contaminación del aire provocada al momento de la pintura de las piezas elaboradas en los talleres de forja artesanal, debido a que en ocasiones se la realiza en la acera.

Hacen falta espacios de exhibición y venta de las artesanías producidas por los artesanos de forja, debido a que sus talleres son de espacio reducido.

Esta investigación nos muestra que las dos actividades pueden convivir de manera armónica en el sector, generando fuentes de trabajo.

Recomendaciones

Con las conclusiones anteriores se pueden formular las siguientes recomendaciones:

Es necesario vincular en la gestión del producto turístico diseñado a los actores locales y las entidades públicas, de manera que puedan los primeros recibir capacitación en temas que fortalezcan sus sistemas de producción y venta, mentalizándolos sobre la importancia que tiene el turismo en la mejora de su calidad de vida.

Las actividades que se desarrollen deben estar encaminadas a mantener el aspecto artesanal del barrio como prioritario en cualquier material de promoción o planificación turística que se desarrolle.

La Plaza del Herrero debe recibir mantenimiento, por lo que es necesario hacer un acercamiento con las autoridades municipales y encargadas de áreas históricas para mejorar el aspecto del lugar. Se recomienda, así mismo, mejorar la iluminación en este sitio pues aún es inadecuada.



ANEXOS

Anexo.1 Formulario de identificación y clasificación de talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica.

PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS. CUENCA-ECUADOR

TRABAJO DE CAMPO
FORMULARIO DE IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE TALLERES ARTESANALES Y LUGARES DE OFERTA GASTRONÓMICA

Tipo de establecimiento

Cafetería	
Restaurante	
Taller de Mecánica Industrial	
Taller Artesanal	

1. Tiempo de funcionamiento: _____
2. Nombre del propietario: _____
3. ¿Nació o tiene familia en el barrio? Sí _____ No _____
4. ¿Su padre o su madre se dedicaba a esta actividad? Sí _____ No _____
5. ¿De quién aprendió usted el oficio? _____
6. ¿Sus hijos se dedican a esta actividad? Sí _____ No _____
7. No. De personas que laboran en su local: _____
8. Ubicación: _____
9. Dimensión estimada del lugar:

10. El local es :



Propio	
Arrendado	

11. Características del lugar

Construcción colonial	
Construcción moderna	
Paredes adobe	
Paredes ladrillo	

12. Dispone de servicios básicos:

Luz	
Agua	
Alcantarillado	
Teléfono	
Internet	

13. ¿Dispone de espacio para comercialización de productos? Sí _____ No _____

14. ¿Existen personas adquiriendo productos al momento de la visita? Sí _____ No _____

15. Los turistas que recibe son

Mayoritariamente locales		Mayoritariamente nacionales		Mayoritariamente extranjeros	
--------------------------	--	-----------------------------	--	------------------------------	--

16. Describa brevemente las temporadas en las que recibe más turistas:

17. Ha recibido algún tipo de capacitación en temas de:

Técnicas de Producción	
Ventas y servicio al cliente	
Seguridad Industrial	
Buenas Prácticas de Manufactura	
Turismo	
Otros	

¿Cuáles? _____

18. Tipo de equipos y herramientas

Mayoritariamente manuales	
Mayoritariamente eléctricas	



• **Para ser llenado por el observador**

19. Liste los tres elementos que visualmente destacan más

20. El local luce visualmente ordenado Sí _____ No _____

21. El propietario tiene una actitud amable Sí _____ No _____

22. ¿Existen personas trabajando con el propietario? Sí _____ No _____. ¿Cuántas? _____

23. **Observaciones:** _____

Anexo.2 Encuesta de percepción de la oferta artesanal y gastronómica del Barrio de la Herrerías

PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS. CUENCA-ECUADOR

TRABAJO DE CAMPO
ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DE LA OFERTA ARTESANAL Y GASTRONOMICA DEL BARRIO LAS HERRERIAS

Fecha: _____

24. Procedencia: Local Nacional Internacional

Lugar de procedencia: _____

25. Género: Masculino Femenino



26. Edad: _____

27. Nivel de educación: Primaria Secundaria Superior Cuarto Nivel

28. Días de estadía en Cuenca: _____

29. ¿Conoce El Barrio de las Herrerías? Sí _____ No _____

30. Usted tiene referencias del Barrio por: Guías turísticas Reportajes de prensa

Búsquedas por internet Referencias personales

31. Usted identifica el barrio como: un lugar de elaboración y venta de artesanías un lugar de referencia gastronómica un barrio patrimonial y tradicional de Cuenca

32. ¿Lo ha visitado? Sí _____ (Pasar a la pregunta 10) No _____ (Pasar a pregunta 15?)

33. ¿Cuándo?

34. Usted: Adquirió alguna artesanía en el barrio Consumió algún alimento
Visitó un taller de artesanías

35. ¿Qué fue lo que más le llamó la atención del lugar que visitó?

36. ¿Qué fue lo que le disgustó de este lugar?

37. ¿Cuáles son las sugerencias que usted haría para mejorar el lugar?

38. ¿Cuál es para usted el mejor lugar de referencia turística y artesanal en Cuenca? Y ¿Por qué?

Observaciones:

Vínculos y bibliografía

- Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. “Generación de Modelos de Negocio”. Editorial Deusto, Barcelona-España. 2010
- Armijos, Daniela. “Estudio de los 50 Elementos Históricos – Artísticos – Científicos, más Significativos de Cuenca de los Siglos XVI al XX: Valor y Uso Turístico.” Universidad de Cuenca, 2010
- Arteaga, Diego. “El Artesano en la Cuenca Colonial. 1557-1670”. CIDAP, Cuenca, 2000.
- Diario La Tarde, “Se pierde la tradición en la Calle Las Herrerías”. Noviembre 9, 2011
- Estrada Once, Erika Maribel. Jara, Cárdenas, Jennifer Catherine. Salto Samaniego, Karina Montserrat. Propuesta Integral para el posicionamiento de Todos Santos Complejo Patrimonial en la Ciudad de Cuenca”. Universidad Politécnica Salesiana, 2015.
- González, Iván. “Barrios de Tierra y Fuego”, Fundación Paul Rivet, Cuenca. Imprenta Monsalve Moreno, 1995.
- Jamieson Ross W., “De Tomebamba a Cuenca-Arquitectura y Arqueología Colonial”. Universidad de Cuenca, Banco Central Sede Cuenca, Universidad Simon Frasier, Canadá. Editorial Abya Ayala. Quito, Ecuador. 2010.
- Machado Chaviano, Esther Lidia. Hernández Haro Yanet. “Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba”. Revista Teoría y Praxis 4, 2007.
- Machado Chaviano, Esther Lidia. “Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino”. Cuba. *GeoGraphos*. [En línea]. Alicante: Universidad de Alicante, 15 de enero de 2013, vol. 4,
- Machado Chaviano, Esther Lidia. “Diseño de Productos Turísticos Integrados”. Tesis Doctor en Ciencias Económicas. Universidad Central de las Villas “Martha Abreu”. Santa Clara, Cuba. 2011
- Martínez Borrero, Juan. “Tres momentos para una historia del maíz”. Pajarera Ediciones, Cuenca, 2009
- Ministerio de Turismo y Transporte de Uruguay. “Manual Práctico para la creación y Estructuración de Productos Turísticos”.



- Patricia Ortiz Rodas “Los Envueltos en la Provincia del Azuay: Historia, Características y Propuesta de Innovación”. Universidad de Cuenca, 2012.
- Rezino Blázquez, Juan José, Esteban Talaya, Águeda, Molina Collado Arturo. “Benchmarking de Destinos Turísticos, Diferencias de Calidad del Servicio según el Producto Turístico Comercializado”. Universidad de Castilla La Mancha, España. 2011.
- Sanz, Juan Pablo, “Manual de la cocinera, repostero, pastelero, confitero y botillero con el método para trinchar y servir toda clase de viandas, y la cortesanía y urbanidad que se debe observar en la mesa. Obra escrita con vista del manual francés y la práctica de este país”. Quito, Imprenta de Valencia, Primera Edición, antes de 1882.

- <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1744/1/tur98.pdf>
- <http://ecuador.travel/blog/todos-santos-cuenca-reflejo-encanto/>
- <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- <http://es.slideshare.net/marcelo.villacis/complejo-patrimonial-todos-santos-15453553>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Barista>
- http://issuu.com/municipiocuenca/docs/agenda_2014_issue
- <http://revistas.arqueo-ecuatoriana.ec/es/apachita/apachita-13/140-los-ushnus-en-la-administracion-estatal-inca>
- <http://www.boletin-turistico.com/inicio/item/4952-rutas-gastron%C3%B3micas-definici%C3%B3n-y-dise%C3%B1o>
- <http://www.rionegro.com.ar/diario/la-vida-de-un-producto-turistico-765767-9539-nota.aspx>

- http://www.tripadvisor.co/Tourism-g294309-Cuenca_Azuay_Province-Vacations.html
- <http://www.vivenuestromundo.com/consejos-para-viajar/cuenca-ofrece-tres-rutas-gastronomicas/>
- <https://visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=13490>
- <https://visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=13495>



CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de Ingeniería en Marketing **CONVOCO** a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación denominado: “**PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS CUENCA - ECUADOR**” presentado por el señor **JORGE VINICIO PICON BALAREZO** (4588) previa a la obtención del grado de Tecnólogo en Hotelería y Turismo, para el día **MARTES 3 JUNIO DE 2014**, a las **18H00**

Cuenca, 28 de mayo de 2014

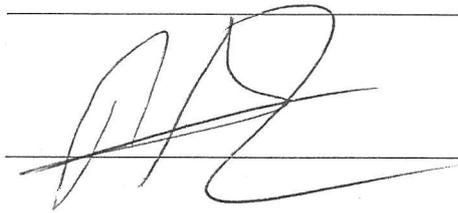


Dr. Romel Machado Clavijo
Secretario de la Facultad



Magtr. Narcisa Ullauri Donoso

Ing. Marcos Ríos Ponce



Ing. Gianni Salamea Alvear



Comunicado
a los miembros

Ingeniero
Xavier Ortega Vásquez
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Ingeniería de Marketing, reunida el día 22 de mayo de 2014, conoció la propuesta del Proyecto de trabajo de titulación denominado: **“Productos turísticas integrados: Barrio las Herrerías. Cuenca-Ecuador”**, presentado por el Sr. Jorge Vinicio Picón Balarezo con código 4588, egresado de la Escuela de Turismo previo a la obtención del título de *Tecnólogo* en Turismo.

A fin de aplicar la guía de elaboración y presentación de la denuncia/protocolo de trabajo de titulación, la Junta Académica de Ingeniería de Marketing, considera que la propuesta presentada por el estudiante cumple con todos los requisitos establecidos en la guía antes mencionada, por lo que de conformidad con el Reglamento de Graduación de la Facultad, resolvió designar el tribunal que estará integrado por el Ing. Marco Ríos y el Econ. Gianni Salamea, quienes recibirán la sustentación del diseño del trabajo de titulación, previo al desarrollo del mismo.

En caso de existir la aprobación con modificaciones, la Junta Académica resuelve que el Director del Tribunal sea quien realice el seguimiento a las modificaciones recomendadas.

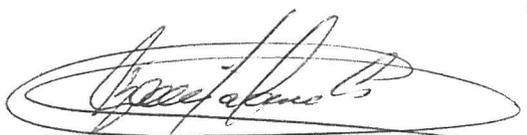
Por lo expuesto solicitamos se realice el trámite correspondiente y el tribunal suscriba el acta de sustentación de la denuncia del trabajo de titulación.

Atentamente,



Ing. Marco Ríos.

Director de Escuela de Ingeniería en Marketing. (E)
Universidad del Azuay.



Econ. Gianni Salamea Alvear
Miembro de Junta Académica



Econ. Manuel Freire
Miembro de Junta Académica



Oficio 101-2013-FA-DUA
Cuenca, junio 14 de 2013

Doctor
Gustavo Chacón Vintimilla
Director de Postgrados
Presente

Ref. *Sobre actualización de conocimientos del Sr. Jorge Picón*

El Consejo de Facultad, en sesión del 17 de mayo de 2013, aprobó la solicitud de actualización de conocimientos del egresado **Jorge Vinicio Picón Balarezo**, previa a la obtención del grado de Tecnólogo en Hotelería y Turismo.

De acuerdo al Art. 4 y Art. 5, literal b) del Instructivo de Actualización de Conocimientos, El Consejo de Facultad, determinó que el estudiante, considerando el tiempo de egresado, realice la actualización de conocimientos en un total de 8 créditos, cursando módulos de algunas de las maestrías que oferta la Universidad.

Con estos antecedentes me permito solicitar la autorización correspondiente para que el señor Jorge Vinicio Picón Balarezo, previa la cancelación de los valores fijados por la Universidad, pueda matricularse, de acuerdo a la planificación facilitada por el Departamento de Postgrados, en los siguientes módulos:

- 1- **PRODUCCION MAS LIMPIA** (2 créditos) en la Maestría en Administración de Empresa, versión IX, paralelo "B" y que inicia el 23 de agosto de 2013..
- 2- **DISEÑO Y EVALUACION DE PROYECTOS TURISTICOS** (6 créditos), en la Maestría en Planificación Turística II versión, que inicia el 1 de octubre de 2013

Reitero a usted mis sentimientos de consideración.

Atentamente,

Ing. Xavier Ortega Vásquez, MBA
Decano de la Facultad de Administración

jrc

RECIBIDO 14 JUN 2013



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

.....
Doctora Cecilia Maldonado Fajardo, Secretaria Abogada del Departamento de
Posgrados de la Universidad del Azuay,
.....

CERTIFICA:

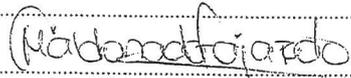
.....
Que la Universidad del Azuay se encuentra ofertando la Maestría en Planificación Turística,
II promoción.
.....

.....
Que de acuerdo a la solicitud presentada por el estudiante Jorge Vinicio Picón Balarezo
con cédula de identidad N°. 0102496601, para el proceso de actualización de
conocimientos, el horario es el siguiente:
.....

MATERIA	CRÉDITOS	HORARIO	PROFESOR
PRODUCCION MAS LIMPIA	2	Lunes 02/09/2013: 18h00 a 22h00	Ing. Iván Coronel
		Martes 03/09/2013: 18h00 a 22h00	
		Miércoles 04/09/2013: 18h00 a 22h00	
		Jueves 05/09/2013: 18h00 a 22h00	
		Viernes 06/09/2013: 18h00 a 22h00	
		Sábado 07/09/2013: 08h00 a 12h00	

MATERIA	CRÉDITOS	HORARIO	PROFESOR
I. Diseño y Evaluación de Proyectos de Turismo. (I parte)	6	OCTUBRE 2013 (48h)	Mst. Jorge Humberto Trujillo (México) Enrique Cabanilla.
		M 1: 08h. a 12h - 14h. a 18h. (8h)	
		M 2: 08h. a 12h - 14h. a 18h. (8h)	
		J 3: 08h. a 12h - 14h. a 18h. (8h)	
		V 4: 08h. a 12h - 14h. a 18h. (8h)	
		S 5: 08h. a 12h - 14h. a 18h. (8h)	
II PARTE		NOVIEMBRE 2013 (24)	
		V 8: 08h. a 12h - 14h. a 18h. (8h)	
		S 9: 08h. a 12h - 14h. a 18h. (8h)	
		D 10: 08h. a 12h - 14h. a 18h. (8h)	

Cuenca, 5 de septiembre de 2013


Dra. Cecilia Maldonado Fajardo
Secretaria Abogada
Departamento de Posgrados



Derecho No. 0085168
/mapq

Sustentación del Diseño de Tesis (DOCTOR ROMEL MACHADO CLAVIJO)

Fecha: 27-05-2014

ESCUELA DE INGENIERIA DE MARKETING

Diseños de Tesis

Escuela de Ingeniería en Marketing

Estudiante: Jorge Vinicio Picón Balarezo con código 4588.

Tema: "PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS CUENCA-ECUADOR"

Para: La obtención del título de Tecnólogo en Hotelería y Turismo.

Director: Msc. Narcisa Ullauri Donoso

Tribunal: Ing. Marco Ríos.

Tribunal: Ing. Gianni Salamea.

DIA:

FECHA:

HORA:

M/18/14
M/18/14
3

Ar



ACTA
SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

1.1. Nombre del estudiante: JORGE VINICIO PICON BALAREZO,

1.1.1 Código 4588

1.1.2 Director sugerido: Magtr. Narcisa Ullauri Donoso

1.1.3 Codirector (opcional): _____

1.2 Tribunal: Ings. Marco Ríos Ponce y Gianni Salamea Avear.

1.3 Título propuesto: PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS CUENCA - ECUADOR

1.4 Resolución:

1.4.1 Aceptado sin modificaciones _____

1.4.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

X - Cambios a Modelo de Negocio

1.1.1 Responsable de dar seguimiento a las modificaciones (designado por la Junta Académica de entre los Miembros del Tribunal): Magtr. Narcisa Ullauri Donoso

No aceptado

• Justificación:

Tribunal

Magtr. Narcisa Ullauri Donoso

Ing. Marcos Ríos Ponce

Ing. Gianni Salamea Alvear

Sr. Jorge V. Picón B.
Secretario de Facultad

Fecha de sustentación: 3 junio 2014



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

1.1 Nombre del estudiante: **JORGE VINICIO PICON BALAREZO (4588)**

1.2 Director sugerido: Magtr. Narcisa Ullauri Donoso

1.3 Codirector (opcional):

1.1 1.4. Título propuesto: PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS CUENCA

1.2 1.5 Revisores (tribunal): Ings. Marco Ríos Ponce y Gianni Salamea Avar.

1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	✓			
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	✓			
3. ¿Es conciso?	✓			
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	✓			
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	✓			
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	✓			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?				
Problemática y/o pregunta de investigación				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	✓	✓		
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	✓			
Hipótesis (opcional)				
10. ¿Se expresa de forma clara?	✓			
11. ¿Es factible de verificación?	✓			
Objetivo general				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?	✓			
13. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	✓			
Objetivos específicos				
14. ¿Concuerdan con el objetivo general?	✓			
15. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	✓			
Metodología				
16. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales	✓			



mencionados?	✓			
17. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	✓			
18. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	✓			
19. ¿Los datos, materiales y actividades mencionadas son adecuados para resolver el problema formulado?		✓		
Resultados esperados				
20. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	✓			
21. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	✓			
22. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?		✓		
23. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?		✓		
Supuestos y riesgos				
24. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes?	✓			
25. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	✓			
Presupuesto				
26. ¿El presupuesto es razonable?	✓			
27. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	✓			
Cronograma				
28. ¿Los plazos para las actividades son realistas?	✓			
Referencias				
29. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	✓			
Expresión escrita				
30. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	✓			
31. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	✓			

(*) Breve justificación, explicación o recomendación.

- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.



.....
.....
.....
.....

Magtr. Narcisa Ullauri Donoso

Narcisa Ullauri Donoso

Ing. Marcos Ríos Ponce

[Handwritten Signature]

Ing. Gianni Salamea Alvear

Cuenca, 11 de junio de 2014

Ingeniero

Xavier Ortega

Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

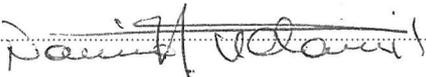
Universidad del Azuay

Su despacho

De mi consideración:

Por medio de la presente, yo Msc. Narcisa Ullauri Donoso, como profesora de ramas afines, certifico haber revisado el tema de Protocolo de Trabajo de Titulación "PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS. CUENCA-ECUADOR", del Sr. Jorge Vinicio Picón Balarezo, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo. El Protocolo ha sido modificado de acuerdo a las sugerencias del tribunal hechas el día de la defensa del Trabajo de Titulación, 3 de junio de 2014, por ende cumple con todos los requerimientos y por tanto recomiendo por su digno intermedio a la Junta Académica de la Facultad, aprobar el tema propuesto.

Atentamente



Msc. Narcisa Ullauri Donoso

Cuenca, 27 de mayo de 2014

Ingeniero

Xavier Ortega

Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

Universidad del Azuay

Su despacho

De mi consideración:

Por medio de la presente, yo Msc. Narcisa Ullauri Donoso, como profesora de ramas afines, certifico haber revisado el tema de Protocolo de Trabajo de Titulación "PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS. CUENCA-ECUADOR", del Sr. Jorge Vinicio Picón Barlarezo, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo. El Protocolo cumple con todos los requerimientos y por tanto recomiendo por su digno intermedio a la Junta Académica de la Facultad, aprobar el tema propuesto.

Atentamente



Msc. Narcisa Ullauri Donoso

Cuenca, 27 de mayo de 2014

Ingeniero

Xavier Ortega

Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

Universidad del Azuay

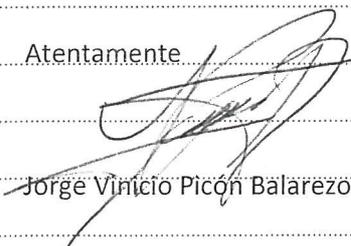
Su despacho

De mi consideración:

Por medio de la presente, yo Jorge Vinicio Picón Balarezo, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, solicito por su digno intermedio a la Junta Académica de la Facultad, proceda a aprobar mi tema de Protocolo de Trabajo de Titulación "PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS. CUENCA-ECUADOR", previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Hotelería y Turismo y al mismo tiempo me permito sugerir que dicho trabajo sea realizado bajo la dirección de la Msc. Narcisca Ullauri Donoso, docente de materias afines al tema propuesto.

Adjunto a la presente el Protocolo de Trabajo de Titulación.

Atentamente

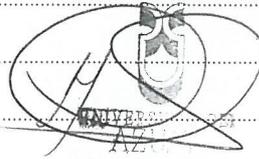

Jorge Vinicio Picón Balarezo

DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRETARIA, DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

CERTIFICA:

Que, el Señor Jorge Vinicio Picón Balarezo, registrado con el código 4588 perteneciente a la Escuela de Hotelería y Turismo, luego de cumplir con todas las asignaturas de su Pensum de estudios, egresó de la Facultad en Julio de 1994.

Cuenca, Mayo 26 del 2014



FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN
SECRETARÍA

Derecho 55938
vof.-



PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del estudiante:

PICON BALAREZO JORGE VINICIO

1.1.1 Código: 4588

1.1.2 Contacto: teléfonos: convencional, celular y correo electrónico.

TELEFONO CONVENCIONAL: 4096487

TELEFONO CELULAR: 0997182126

E-MAIL: jorgevini@msn.com

1.2 Director sugerido:

MSC. NARCISA ULLAURI DONOSO

1.2.1 Contacto: teléfonos: convencional, celular y correo electrónico.

Teléfono convencional: 2846206

Teléfono celular: 0999195179

Correo electrónico: nullauri@uazuay.edu.ec

1.3 Asesor metodológico:

1.4 Tribunal designado:

1.5 Aprobación: fecha de Junta Académica y fecha de Consejo Facultad.

1.6 Línea de Investigación de la carrera:

Ciencias Económicas, Economía Sectorial, turismo.

1.6.1 Código UNESCO

5312.90

1.6.2 Tipo de trabajo:

Proyecto Integrador

Desarrollo de Productos Turísticos Integrados

1.7 Área de estudio:

Las áreas de estudio que engloba este trabajo son:

TUR0120 Patrimonio Cultural del Ecuador Azuay-Cañar

TUR0318 Circuitos Turísticos

TUR0525 Turismo Sostenible

TUR0608 Mercadotecnia I

Edición autorizada de 20.000 ejemplares
Del 618.501 al 638.500

Nº

0636353

1.8 Título propuesto:

PRODUCTOS TURISTICOS INTEGRADOS: BARRIO LAS HERRERIAS. CUENCA-ECUADOR

1.9 Subtítulo:

1.10 Estado del proyecto:

Proyecto integrador

La presente es una propuesta integradora e interdisciplinaria, pues como su nombre lo indica combina productos turísticos gastronómicos y artesanales para generar una oferta innovadora y diferenciada capaz de atraer un número importante de visitantes.

2. CONTENIDO

2.1 Motivación de la investigación:

En la actualidad existen 13 talleres que trabajan metal en el Barrio de Las Herrerías en la ciudad de Cuenca. De ellos 10 utilizan todavía la fragua en el proceso productivo, mientras que los tres restantes son netamente de mecánica industrial. Si bien el panorama no parece desalentador en los últimos años la aparición en el sector de locales de venta de antojitos típicos (tamales, humitas y quimbolitos) ha atraído la atención de algunos artesanos, quienes ven en esta opción una oportunidad de mejorar sus ingresos y por ende, su nivel y calidad de vida.

Adicionalmente los bajos niveles de organización y el desconocimiento de los habitantes del potencial del desarrollo de actividades turísticas agravan la escasa difusión de los atractivos del Barrio.

2.2 Problemática:

Desde la época colonial los habitantes de la ciudad de Cuenca se fueron ubicando de acuerdo a sus oficios, esta característica dio origen a la particular arquitectura de las casas (en su mayoría de una planta, con portales y pilares frontales) con lo que se facilitaba la tarea del herraje y se recibía a los clientes.

La industrialización en la producción de artefactos de metal y los cambios en los medios de movilización fueron mermando la demanda de productos y por ende la recordación del Barrio y sus artesanos como un referente de habilidad y destreza, hasta haberse convertido en la actualidad en un punto de referencia gastronómica. "Cuando pregunte donde puedo comer unas ricas humitas con café, me dijeron que vaya a Las Herrerías y eso me sorprendió mucho, porque hace un par de años iba a esta calle pero a ver y comprar los objetos hechos en forja", dijo Catherine Alvarado, oriunda de Guayaquil.¹

Es necesario entonces aportar con una solución integradora que garantice la sostenibilidad económica de quienes se dedican a estas dos actividades en este Barrio Tradicional.

2.3 Pregunta de investigación:

¿Cuál es la forma más adecuada de integrar las dos características con las que se identifica al Barrio de las Herrerías en la actualidad?

¹ <http://www.latarde.com.ec/2012/11/09/se-nierde-la-tradicion-en-la-calle-las-herrerias/>



2.4 Resumen:

Este proyecto tiene la intención de resaltar la importancia del patrimonio cultural como atractivo turístico en dos de sus manifestaciones, la forja artesanal del hierro y la gastronomía que en el Barrio de las Herrerías conviven de forma separada hasta el momento por lo cual es relevante poder innovar en la manera en la que estos atractivos son incluidos en la oferta turística.

Los objetivos específicos contemplan un inventario de talleres artesanales y otro de lugares de oferta gastronómica que combinados den como resultado un producto turístico integrado para ser considerado dentro de los city tours o como excursión única.

2.5 Estado del Arte y marco teórico:

En la propuesta se considera como eje central la gastronomía, artesanía y el valor histórico del Barrio dentro del Patrimonio Cultural; definido por la Unesco como "los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico."²

El oficio de la forja del hierro en nuestra ciudad se practica desde la colonia, según lo describe Diego Arteaga³. "La fundición y forja de metales dentro de la tradición y usos europeos se constata en la ciudad desde los albores coloniales en sus variadas maneras de realizarlas, dependiendo si era propietario o no de las herramientas del oficio" "... lo que se quiere recalcar aquí es la importancia que tuvo la presencia de herreros..., pues no existía tradición indígena en estos menesteres ante la ausencia de ganado caballar y mular en América", así los herreros se convierten en depositarios de una tradición ancestral que lucha por mantenerse.

Paralelamente al establecimiento de nuevos oficios, el maíz se utilizó en técnicas traídas por los conquistadores. "Prontamente el maíz se amasa con huevos y manteca, enriqueciéndose en un proceso de mestizaje que creará algunos de los más atractivos platos locales. Los bollos de maíz hechos a partir de la masa de harina, se envuelven en las mismas hojas de maíz, en hojas de huicundo. (Bromelia. s.p.) o en hojas de achira. (Canna edulis)..... se pueden rellenar con carne de cerdo, pollo o pavo y toman el nombre de tamales..., pero también se emplea para el pan o tanta, cuyo máximo exponente es el choclotanda que no debe confundirse con la humita o huminta que se elabora con maíz tierno molido al que se añade ahora huevos, aguardiente, manteca, anís de castilla..." (Martínez, 2009).

La realización de este tema destaca por su carácter innovador, de hecho dentro de las posibilidades de innovación de producto que se mencionan en la Tercera Edición del Manual de Oslo, 2005 de la OCDE. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico); "Las innovaciones de producto pueden utilizar nuevos conocimientos o tecnologías o basarse en nuevas utilidades o combinaciones de conocimientos o tecnologías ya existentes", que en el caso del Barrio de las Herrerías se lograría con la combinación de la gastronomía, la artesanía en forja y las demás emergentes (cerámica y madera).

El Barrio de las Herrerías por tanto ofrecería lo que en el Plan de Turismo 2020 se enmarca dentro de la línea de producto de Turismo Cultural con las variantes de ciudades, conjuntos históricos y gastronomía y que adaptado al caso específico del Ecuador; según el mismo documento; corresponde a Patrimonios Culturales y Naturales, Mercados y Artesanías y Gastronomía.⁴ Al tiempo de que el Plan Nacional del Buen Vivir en el inciso p. de su objetivo 5.4, propone "Incorporar los patrimonios a la cadena de valor del turismo".

² UNESCO: Convención sobre la protección del patrimonio mundial 1972

³ Arteaga Diego, El Artesano en la Cuenca colonial 1557,1670.

⁴ Plan de Turismo 2020, Informe final. 26 de septiembre de 2007.

El diseño de Productos Turísticos Integrados es un tema relativamente nuevo, sin embargo Esther Lidia Machado Chaviano y Yanet Hernández Aro (Cuba, 2007) hacen una propuesta metodológica encaminada a hacer uso del marketing para lograr un producto con mayores posibilidades⁵. Ahí se considera importante “la mezcla de atractivos, con facilidades y accesibilidad, estrechamente vinculados a los recursos humanos y empresariales, donde el espacio de cooperación entre los actores implicados, se desarrolle bajo un carácter participativo, manteniendo un vínculo permanente entre los mismos; de forma tal que se logre una experiencia única al visitante (Machado y Hernández, 2008; 2009; 2010)

2.6 Hipótesis:

La combinación de la oferta artesanal y gastronómica del Barrio Las Herrerías en un producto turístico integrado, aportará a mejorar el posicionamiento de este sector además de ofrecer posibilidades de sostenibilidad para sus habitantes.

2.7 Objetivo general:

Desarrollar un producto turístico que integre la gastronomía y las artesanías ofrecidas en el Barrio las Herrerías de la ciudad de Cuenca.

2.8 Objetivos específicos:

- Inventariar los talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica existentes en la zona
- Crear una ruta gastronómica y artesanal dentro de los city tours y como excursión única.

2.9 Metodología:

El Barrio de las Herrerías está ubicado en la Parroquia Huayna-Cápac del cantón Cuenca. Está compuesto por talleres de forja artesanal y negocios que actualmente ofrecen antojitos tradicionales (humitas, tamales y quimbolitos) acompañados de café, chocolate o aguas aromáticas en espacios que antes estuvieron ocupados por talleres que, al fallecer sus propietarios, fueron puestos en arriendo.

La primera habitante del barrio en incursionar en la oferta gastronómica fue la Sra. Zoila Quezada, y debido a la acogida que tuvieron sus productos rápidamente aparecieron en el sector otros establecimientos con los mismos productos.

Otro factor que empieza a desarrollarse en el Barrio es la apertura de locales que ofrecen artesanías en cerámica y madera, lo que puede brindar una connotación de diversidad artesanal.

El componente histórico es predominante, desde la entrada el Puente de El Vergel se erigió sobre las ruinas del Puente del Inca que fue llevado por el río Tomebamba (bautizado como Julián Matadero), el 3 de abril de 1950 y que destruyó también la pequeña capilla de Santa María del Vergel que se construyó en 1920.

Recorriendo las casas, inventariadas dentro del patrimonio histórico de Cuenca, se puede apreciar el estilo arquitectónico que conserva la mayoría de ellas y que lleva la vista hacia la Plaza del Herrero, donde se erige el monumento al dios Vulcano que se integra armónicamente a la señorial Casa de Chaguarchimbana, para terminar cruzando el puente sobre el río Yanuncay y apreciar la Quinta Bolívar y ver, aunque sea de lejos, la antigua estación del ferrocarril.

Las características del objeto de estudio exigen que el trabajo investigativo sea de campo, en la parte del levantamiento del inventario de talleres, cafeterías y negocios que ofrecen artesanías así como observación y aplicación de encuestas y entrevistas para conocer sus opiniones sobre los aspectos

⁵ Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. Revista Teoría y Praxis 4



positivos y negativos existentes en la oferta turística además de su disposición a interactuar con los turistas durante las visitas.

Para sustentar el trabajo de campo es también necesario llevar a cabo una rigurosa investigación bibliográfica con la que se podrán identificar los hechos históricos y culturales que aportan a la valoración de los atractivos así como las tendencias con respecto al diseño de productos turísticos que faciliten la creación de una oferta innovadora con potencial y capacidad de alcanzar su sostenibilidad.

2.10 Alcances y resultados esperados:

Al final del proceso de elaboración de la investigación se contará con un inventario que identifique, cuantifique y caracterice los talleres artesanales así como los lugares de oferta gastronómica dentro del Barrio de las Herrerías, a los que se aplicará un análisis FODA y un análisis de percepción de los turistas con respecto a lo que el sector ofrece para terminar en el segundo capítulo; con un conjunto de estrategias que permitan potenciar los atractivos con los que se cuenta.

La comparación con las rutas más visitadas en el área urbana de la ciudad de Cuenca nos permitirá hacer un Benchmarking con la finalidad de conocer sus potencialidades y aplicar la estrategia diseñada en una ruta atractiva que supere a aquellas que se consideren competencia directa.

2.11 Supuestos y riesgos:

En este trabajo se consideran puntos críticos básicamente dos:

- Escasa participación de los dueños de los talleres
- Negativa a participar por parte de los propietarios de los lugares de gastronomía

Estas amenazas pueden ser minimizadas mediante una adecuada socialización del proyecto entre los actores del sector dado que un producto turístico integrado puede resultar en la revitalización de la práctica artesanal como atractivo y la mejora de la calidad de los servicios que se ofrecen alcanzando de esta forma un desarrollo económico sostenible para el Barrio de las Herrerías.

2.12 Presupuesto:

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	computador	\$ 700,00	\$ 700,00
1	cámara	\$ 150,00	\$ 150,00
1	fotográfica,	\$ 50,00	\$ 50,00
1	grabadora	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Transporte	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Útiles de oficina	\$ 100,00	\$ 100,00
100	copias	\$ 0,02	\$ 2,00
4	Impresión de ejemplares finales	\$ 100,00	\$ 400,00
Total			\$ 1.502,00

2.13 Financiamiento:

El proyecto se financiará con fondos propios

2.14 Esquema tentativo

Capítulo 1

Inventario de talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica existentes en la zona

- 1.1.1 Cuantificación de los talleres artesanales existentes en el barrio
- 1.1.2 Identificación de los talleres artesanales existentes y sus propietarios
- 1.1.3 Clasificación de los talleres existentes
- 1.1.4 Análisis FODA de los talleres artesanales existentes en el barrio
- 1.1.5 Cuantificación de los lugares de oferta gastronómica
- 1.1.6 Identificación de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona
- 1.1.7 Clasificación de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona
- 1.1.8 Análisis FODA de los lugares de oferta gastronómica existentes en la zona

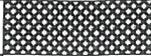
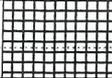
Capítulo 2

Crear una ruta gastronómica y artesanal dentro de los city tours y como excursión única

- 2.1.1 Análisis de la percepción de los turistas con respecto a la oferta artesanal y gastronómica existente en las Herrerías
- 2.1.2 Identificación de las rutas gastronómicas y artesanales más destacadas dentro de la oferta turística urbana de la ciudad de Cuenca
- 2.1.3 Benchmarking con respecto a las rutas consideradas como principales dentro de la oferta turística urbana de la ciudad de Cuenca
- 2.1.4 Determinación de los atributos que destacan a las rutas consideradas como principales
- 2.1.5 Delimitación de la ruta diseñada en el Barrio de las Herrerías
- 2.1.6 Diseño de Modelo de Negocio y Propuesta de valor para los atractivos turísticos del Barrio Las Herrerías
- 2.1.7 Determinación de estrategias para potenciar la oferta de los talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica identificados
- 2.1.8 Conclusiones y recomendaciones

2.15 Cronograma:

Objetivo Específico	No.	Actividad	Resultado esperado	Tiempo (semanas)															
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
• Inventariar los talleres artesanales y lugares de oferta gastronómica existentes en la zona	1.1.1	Diseño de formularios para encuesta, observación y entrevista	Totalizado el número de talleres artesanales existentes en el Barrio Las Herrerías																
	1.1.2	Visita de campo a talleres y restaurantes	Identificado: el ejercicio de la forja artesanal como oficio heredado, totalizado el número de lugares de oferta gastronómica en el Barrio Las Herrerías																
	1.1.3	Aplicación de formularios de observación y entrevistas	Descritas las características de los talleres artesanales de forja propiamente dicha																
	1.1.4	Tabulación e interpretación de datos recopilados	Identificada la oferta de gastronomía como actividad que reemplaza al oficio de la forja en el Barrio Las Herrerías																
	1.1.5	Aplicación de análisis FODA a talleres artesanales	Analizadas las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de los Talleres del Barrio como atractivos turísticos																
	1.1.6	Aplicación de análisis FODA a lugares de oferta gastronómica	Analizadas las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de los lugares de oferta gastronómica del Barrio																
• Crear una ruta gastronómica y artesanal dentro de los tours y como excursión única	2.1.1	Diseño de muestra y aplicación de encuesta a artesanos y propietarios de lugares de oferta gastronómica	Elaborado documento de recopilación de información																
	2.1.2	Tabulación e interpretación de datos recopilados	Determinado el posicionamiento del Barrio Las Herrerías dentro de la oferta turística de Cuenca																
	2.1.3	Levantamiento de información secundaria	Recopilada información impresa sobre el Barrio																
	2.1.4	Visitas de campo y elaboración de Benchmarking	Identificadas potencialidades de las principales rutas turísticas y las existentes en el Barrio																

	2.1.5	Diseño de la ruta turística	Creada una ruta turística para ser incluida en los city tours o como excursión única		
2.1.6	Diseño de Modelo de Negocio y Propuesta de valor para el producto turístico generado	Elaborado el Modelo de Negocios (Método Canvas) y la Propuesta de Valor para el producto turístico generado			
2.1.7	Diseño de la estrategia	Elaborada estrategia para mejorar la difusión de los atractivos existentes en el Barrio			
2.1.8	Conclusiones y recomendaciones	Elaboradas conclusiones y recomendaciones del trabajo de titulación			



UNIVERSIDAD DEL
CUZCO

2.16 Referencias:

- Arteaga, Diego. "El Artesano en la Cuenca Colonial. 1557-1670". CIDAP, Cuenca, 2000.
- Diario La Tarde, "Se pierde la tradición en la Calle Las Herrerías". Noviembre 9, 2011
- <http://www.uazuay.edu.ec/estudios/turismo/turismo.htm>
- Machado Chaviano, Esther Lidia. Herández Haro Yanet. "Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba". Revista Teoría y Praxis 4, 2007.
- Machado Chaviano, Esther Lidia. Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino. Cuba. *GeoGraphos*. [En línea]. Alicante: Universidad de Alicante, 15 de enero de 2013, vol. 4,
- Machado Chaviano, Esther Lidia. "Diseño de Productos Turísticos Integrados". Tesis Doctor en Ciencias Económicas. Universidad Central de las Villas "Martha Abreu". Santa Clara, Cuba. 2011
- Martínez Borrero, Juan. "Tres momentos para una historia del maíz". Pajarera Ediciones, Cuenca, 2009
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. "Manual de Oslo, Guía para la Recogida e Interpretación de Datos sobre Innovación". 3ª Edición. OECD, European Communities; 2005
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. "Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017". Senplades, Quito 1ª edición. 2013
- Tourism & Leisure-Europraxis Consulting ; Ministerio de Turismo del Ecuador. Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "Plandetur 2020". Año 2007
- UNESCO. "Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural". Paris, 1972

2.17 Anexos: N/A

2.18 Firma de responsabilidad (estudiante)

2.19 Firma de responsabilidad (director sugerido)

2.20 Fecha de entrega: