



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
**FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**  
**CARRERA DE TURISMO**

“PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL  
BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN PORTAL WEB, 2015”

MONOGRAFÍA PREVIA A  
LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE:  
INGENIERIA EN TURISMO

**AUTORAS:**

DIANA KAROLINA ASPIAZU HINOSTROZA  
LOURDES ISABEL BONILLA CANDO

**DIRECTORA:**

MGST. ANA LUCIA SERRANO LOPEZ



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### RESUMEN

Este proyecto surge de la necesidad de evolucionar la forma de promoción de nuestro patrimonio turístico, de una promoción basada en material impreso al uso de la tecnología, para que mediante la implementación de un Portal Web, se muestre al mundo entero la gran oferta turística de uno de los sitios icónicos de la ciudad de Cuenca, como es “El Barranco” del río Tomebamba.

Para ello, se realiza un análisis de la oferta y demanda en este espacio turístico, mediante una investigación exploratoria en fuentes primarias y secundarias, con el fin de determinar los atractivos con los que cuenta esta zona y, a su vez indagar en los potenciales turistas el nivel de utilización de este tipo de tecnología y sus principales intereses.

Si bien es cierto, la ciudad de Cuenca tiene un posicionamiento dentro del mercado turístico a nivel nacional e internacional, sin embargo elementos como “El Barranco”, aún no han sido promocionados en forma virtual, por lo cual, en este estudio se propone la promoción de este espacio iniciando en el sector de El Vado y continuando con atractivos como: La casa de los Arcos, sendero de la Avenida 3 de Noviembre, Árboles Patrimoniales de El Barranco, el Museo Centro Interamericano de artesanías y artes populares, el Puente Roto, Museo del Sombrero, Mercado 10 de Agosto, Bajada del Padrón, Museo “Remigio Crespo Toral”, Iglesia y Ruinas de Todos Santos, Restaurante El Mercado, Museo de Culturas Aborígenes y el Parque Arqueológico de Pumapungo.

La Página Web que se propone tendrá un diseño compuesto por información valiosa para el turista a más de: fotografías y videos.

**PALABRAS CLAVE:** El Barranco – Arboles Patrimoniales - La casa de los Arcos - El Vado – Museo CIDAP – Puente Roto - Museo del Sombrero – Mercado 10 de Agosto – Bajada del Padrón - Todos Santos - Restaurante el Mercado – Museo Culturas Aborígenes – Museo Remigio Crespo Toral - Museo Pumapungo.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ABSTRACT

This projects rises from the need to evolve the way of promoting our touristic heritage, from promotion based on printed material to one based on technology, so that by means of the implementation of a Website, we can show to the world the great touristic offer of one of the iconic sites of Cuenca, as the *El Barranco* is.

With this aim, a supply and demand analysis is carried out in this touristic spot through exploratory research from primary and secondary sources, as to determine the attractions this area has; and, at the same time get information from potential tourist about their main interests and the level of use of such technologies.

Even though Cuenca has a good position in the national and international touristic marked, some elements like *El Barranco*, have not been promoted online, therefore, in this study we propose the promotion of this area. We will start at *El Vado* to continue to other attractions such as *La Casa de los Arcos*, Heritage Trees, the *Museo CIDAP*, the *Puente Roto*, the path along *3 de Noviembre* Avenue, the *Museo del Sombrero*, *10 de Agosto* market, the *Bajada del Padrón*, *Remigio Crespo Toral* museum, *Todos Santos* church and archaeological park, *El Mercado* restaurant, *Culturas Aborígenes* museum to finish at *Pumapungo* archaeological park.

The proposed website will have a multimedia based design, comprising valuable information for tourists in addition to photo, video, sound and animation resources.

**KEYWORDS:** El Barranco - Heritage Trees - The House of Arcos - El Vado - Museum CIDAP - Broken Bridge - Hat Museum - Market August 10 - Bajada del Padron - Todos Santos - Restaurant Market - Aboriginal Cultures Museum - Museum Remigio Crespo Toral - Pumapungo Museum.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### INDICE GENERAL

#### Contenido

RESUMEN.....	1
ABSTRACT .....	2
INDICE GENERAL.....	3
INDICE DE GRÁFICOS E ILUSTRACIONES .....	6
DEDICATORIA .....	12
AGRADECIMIENTO .....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPÍTULO 1 .....	16
1. EL TURISMO EN EL BARRANCO DE CUENCA Y SU RELACIÓN CON LA TECNOLOGÍA.....	16
1.1. El Barranco, como destino turístico .....	16
1.1.1. Definición de inventario de los atractivos turísticos.....	19
1.1.2. Estaciones y atractivos con los que cuenta la zona de El Barranco 20	
1.1.2.1. Estación 1: Descubre .....	21
1.1.2.2. Estación 2: Experimenta .....	22
1.1.3. Inventario de atractivos turísticos de El Barranco del Río Tomebamba .....	24
1.1.3.1. Ficha Nro. 01: El Barranco .....	25
1.1.3.2. Ficha Nro. 2: El Vado .....	27
1.1.3.3. Ficha Nro. 3: La Casa de los Arcos .....	29
1.1.3.4. Ficha Nro. 4: El Museo del Sombrero.....	31
1.1.3.5. Ficha Nro. 5: Mercado 10 de Agosto .....	33
1.1.3.6. Ficha Nro. 6: La Bajada del Padrón.....	34
1.1.3.7. Ficha Nro. 7: Restaurante El Mercado .....	36
1.1.3.8. Ficha Nro. 8: Museo Municipal Remigio Crespo Toral .....	38
1.1.3.9. Ficha Número 9: Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP .....	40
1.1.3.10. Ficha Nro. 11: Museo de las Culturas Aborígenes .....	42
1.1.3.11. Ficha Nro. 12: Iglesia de Todos Santos .....	44
1.1.3.12. Ficha Nro. 13: Árboles patrimoniales .....	45
1.1.3.13. Ficha Nro. 13: El Puente Roto .....	47



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.1.3.14. Ficha Nro. 14: Ruinas de Todos Santos .....	48
1.1.3.15. Ficha Nro. 15: Museo Arqueológico Pumapungo .....	49
1.2. Investigación sobre la utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca .....	50
1.2.1. Determinación de Universo y Muestra para aplicación de encuestas a turistas que visitan la ciudad de Cuenca .....	51
1.2.2. Encuesta piloto y encuesta final realizada .....	51
1.2.3. Resultado de las encuestas realizadas .....	53
1.2.1. Utilización de páginas web por parte de los turistas que visitan la ciudad de Cuenca para buscar información sobre El Barranco .....	58
1.2.4. Resultado de las encuestas realizadas .....	60
1.3. Uso de las páginas web por operadores de turismo y agencias de viajes para ofertar el destino El Barranco. ....	64
1.3.1. Determinación de Muestra para aplicación de encuestas a Agencias de Viajes y Operadores Turísticos en nuestra ciudad .....	65
1.3.2. Modelo de encuesta aplicada .....	66
1.3.3. Resultado de las encuestas realizadas .....	66
CAPÍTULO 2 .....	72
ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE LA DEMANDA EN EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA .....	72
2.1. Modelo de encuesta aplicada .....	72
2.2. Análisis del perfil del turista que visita El Barranco .....	72
2.2.1. Modelo de Encuesta para determinar el perfil de los potenciales turistas .....	73
2.2.2. Resultado de las encuestas realizadas .....	74
2.2.3. Determinación del perfil del turista que visita El Barranco del Río Tomebamba en la Ciudad de Cuenca .....	83
2.3. Medios utilizados por los turistas para conseguir información sobre el destino y el atractivo .....	84
2.3.1. Modelo de Encuesta para definir los medios que utilizan los turistas para conseguir información sobre el destino y el atractivo .....	85
2.3.2. Resultado de las encuestas realizadas .....	85
CAPÍTULO 3 .....	88
DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA EL SECTOR DE EL BARRANCO EN CUENCA .....	88
3.1. Creación del portal web para el sector de El Barranco de Cuenca .....	88
3.1.1. Determinación del Hosting apropiado para la propuesta Página Web de promoción de El Barranco .....	89



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.2. Aspectos técnicos que deberán ser considerados para la construcción de un sitio web .....	90
3.2.1. El Contenido Escrito .....	90
3.2.2. Enlaces.....	93
3.2.3. Imágenes para la Web .....	94
3.2.4. Multimedia .....	95
3.3. Oferta virtual del portal web para el sector de El Barranco de Cuenca al mercado turístico .....	96
3.4.1. Proceso de posicionamiento .....	99
3.4.2. Identidad de la marca .....	99
3.4.3. Posicionamiento publicitario en GOOGLE .....	100
3.4.4. Página Web con Dominio Propio .....	102
3.2. Presentación de la Página Web <a href="http://www.barrancoturistico.com">www.barrancoturistico.com</a> .....	104
BIBLIOGRAFÍA.....	119
ANEXOS .....	121
ANEXO 1: Estaciones que constan en la Señalización existente dentro del Paseo 3 de Noviembre en el Barranco de la Ciudad de Cuenca.....	121
ANEXO 2: Ejemplo de Ficha para inventario de Atractivos Turísticos .....	123
ANEXO 3: Modelo de encuesta para utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca .....	127
ANEXO 4: Tabulación de datos de la primera encuesta .....	128
ANEXO 5: Utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca, y que buscan información sobre El Barranco .....	129
ANEXO 6: Tabulación de datos de la segunda encuesta.....	130
ANEXO 7: Utilización de las páginas web por parte de los operadores de turismo y agencias de viajes para ofertar El Barranco como destino turístico .....	131
ANEXO 8: Tabulación de datos de la tercera encuesta .....	132
ANEXO 9: Encuesta para determinar el perfil de los posibles turistas de la zona de El Barranco del Río Tomebamba. ....	133
ANEXO 10: Tabulación de datos de la cuarta encuesta.....	134
ANEXO 11: Encuesta para definir los medios que utilizan los turistas para conseguir información sobre el destino y el atractivo.....	135
ANEXO 12: Tabulación de datos de la quinta encuesta.....	136



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### INDICE DE GRÁFICOS E ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa de Estaciones .....	20
Ilustración 2 ¿Cuál es el tiempo que durará su estancia en la ciudad de Cuenca? .....	53
Ilustración 3 ¿Durante su estancia realiza un city tour por Cuenca? .....	54
Ilustración 4 ¿Usa páginas web para encontrar el destino antes de visitarlo? ..	55
Ilustración 5 ¿Ha buscado atractivos en la ciudad de Cuenca para visitar? .....	56
Ilustración 6 ¿Ha buscado estas frases frecuentes para la búsqueda? .....	57
Ilustración 7 ¿Le han mencionado la existencia de El Barranco como un lugar para visitar? .....	60
Ilustración 8 Ha realizado búsquedas en Internet del destino Cuenca .....	61
Ilustración 9 ¿Ha encontrado información de qué visitar en El Barranco? .....	62
Ilustración 10. Seleccione su categorización .....	67
Ilustración 11. ¿Se oferta city tours la ciudad de Cuenca? .....	67
Ilustración 12. ¿Incluye el city tour al sector de El Barranco de Cuenca? .....	68
Ilustración 13. ¿Cuál de los siguientes lugares visita dentro del city tour? .....	69
Ilustración 14. ¿Cuenta con una página Web en línea disponible? .....	70
Ilustración 15. ¿Promociona El Barranco de Cuenca por medio de su página web? .....	70
Ilustración 16 Seleccione su nacionalidad .....	74
Ilustración 17 Seleccione su edad .....	75
Ilustración 18. Seleccione su sexo .....	75
Ilustración 19. Seleccione su estado civil .....	76
Ilustración 20. Seleccione su tiempo de Permanencia en la ciudad de Cuenca ..	77
Ilustración 21. ¿Cómo se interesó en venir a El Barranco? .....	78
Ilustración 22 ¿Usted ha tenido conocimiento previo sobre el Barranco de Cuenca? .....	79
Ilustración 23 ¿Cuál fue su principal motivación para visitar el barranco? .....	80
Ilustración 24. ¿Le parece una buena idea encontrar una página web sobre todo lo que puede encontrar en el sector de El Barranco de Cuenca? .....	81
Ilustración 25 ¿Qué le gustaría encontrar en la página web del Barranco? .....	82
Ilustración 26 Medio que usó para conseguir información sobre el destino y el atractivo .....	86
Ilustración 27 Página principal del Portal Web <a href="http://www.barrancoturistico.com">www.barrancoturistico.com</a> .....	105
Ilustración 28 Página de inicio del Portal Web <a href="http://www.barrancoturistico.com">www.barrancoturistico.com</a> .....	106
Ilustración 29 Datos Generales del Portal Web <a href="http://www.barrancoturistico.com">www.barrancoturistico.com</a> ..	107
Ilustración 30 Atractivo El Vado del Portal Web <a href="http://www.barrancoturistico.com">www.barrancoturistico.com</a> ..	108
Ilustración 31 Atractivo Casa de los Arcos del Portal Web <a href="http://www.barrancoturistico.com">www.barrancoturistico.com</a> .....	109
Ilustración 32 Atractivo Museo del Sombreo del Portal Web <a href="http://www.barrancoturistico.com">www.barrancoturistico.com</a> .....	110
Ilustración 33 Atractivo Mercado 10 de Agosto del Portal Web <a href="http://www.barrancoturistico.com">www.barrancoturistico.com</a> .....	110



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ilustración 34 Atractivo Bajada del Padrón del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	111
Ilustración 35 Atractivo Restaurante El Mercado del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	111
Ilustración 36 Atractivo Museo Remigio Crespo del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	112
Ilustración 37 Atractivo Museo del CIDAP del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	113
Ilustración 38 Atractivo Museo Culturas Aborígenes del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	113
Ilustración 39 Atractivo Iglesia Todos Santos del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	114
Ilustración 40 Atractivo Árboles Patrimoniales del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	114
Ilustración 41 Atractivo Ruinas Todos Santos del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	115
Ilustración 42 Atractivo Puente Roto del Portal Web www.barrancoturistico.com	
.....	115
Ilustración 43 Atractivo Museo Pumapungo del Portal Web	
www.barrancoturistico.com.....	116
Ilustración 44 Multimedia del Portal Web www.barrancoturistico.com .....	117





## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca  
Clausula de propiedad intelectual

Lourdes Isabel Bonilla Cando autora de la monografía "PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN PORTAL WEB, 2015", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

Cuenca, Julio 22 de 2015

Lourdes Isabel Bonilla Cando

C.I: 1400783948



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca  
Clausula de propiedad intelectual

Diana Karolina Aspiazu Hinostroza autora de la monografía "PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN PORTAL WEB, 2015", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

Cuenca, Julio 22 de 2015

Diana Karolina Aspiazu Hinostroza

C.I.: 0105483051



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca  
Clausula de derechos de autor

Lourdes Isabel Bonilla Cando autora de la monografía "PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN PORTAL WEB, 2015", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención del título de Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, Julio 22 de 2015

Lourdes Isabel Bonilla Cando

C.I: 1400783948





## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca  
Clausula de derechos de autor

---

Diana Karolina Aspiazu Hinostroza autora de la monografía "PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN PORTAL WEB, 2015", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención del título de Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, Julio 22 de 2015

Diana Karolina Aspiazu Hinostroza

C.I: 0105483051



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedicamos a nuestras familias y,  
de manera especial a nuestras hijas  
por ser la mayor bendición e inspiración en nuestras vidas,  
por haber estado a nuestro lado apoyándonos  
durante todo el trayecto que culmina hoy,  
con la presentación de este proyecto.

Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento a Dios, ser todopoderoso por darnos la existencia, porque con él todo es posible, con su gracia y bendiciones hemos logrado alcanzar esta meta en nuestra vida,

Agradecemos además a nuestros padres, por ser ese pilar y apoyo fundamental a lo largo del trayecto de nuestra vida universitaria,

Un agradecimiento especial a nuestra Directora Ana Lucía Serrano, por las enseñanzas impartidas y el tiempo compartido.

Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### INTRODUCCIÓN

Esta monografía, presenta una propuesta de promoción turística para “El Barranco”, atractivo ubicado en la ciudad de Cuenca, en el cual se incluyen los lugares más destacados de la Avenida 3 de Noviembre y de la Calle Larga; los mismos se analizan brevemente a través de su historia y valor patrimonial. Entre ellos se destacan: El Vado, por ser uno de los barrios más tradicionales de la ciudad y antiguo límite de la misma; La casa de los Arcos, un ícono patrimonial para Cuenca; el sendero de la Avenida 3 de Noviembre “El Barranco”, que ofrece un recorrido muy agradable; Los árboles patrimoniales que obtienen ésta declaración por su antigüedad y belleza; El Puente Roto que se ha transformado ahora en un mirador de la parte moderna de la ciudad; El Museo del Sombrero “Paredes Roldan” que a más de ser una fábrica en donde se puede apreciar todo el proceso de producción, tiene a disposición gran variedad de modelos a la venta; El mercado 10 de Agosto, de historia trascendental cuencana y gastronomía típica de nuestra región; La bajada de la Calle del Padrón, lugar desde donde se puede conectar a la parte moderna de la ciudad de Cuenca con la parte colonial de la misma; El Museo Municipal “Remigio Crespo Toral”, espacio en donde se puede apreciar la forma de vida de las primeras familias cuencanas; La Iglesia de Todos Santos, edificación que representa la religión heredada por los colonizadores españoles; las ruinas de Todos Santos, sitio arqueológico, en donde se manifiesta la historia de nuestros primeros habitantes; seguidamente se encuentra el Parque Arqueológico de Pumapungo, una muestra de las estructuras creadas por nuestros ancestros y la manifestación de la cultura Cañari - Inca dentro de la ciudad; y, finalmente el museo del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) lugar donde se exponen colecciones de grandes artistas cuencanos, ecuatorianos e incluso de artistas internacionales.

En ésta propuesta, los precitados atractivos turísticos serán promocionados a través de un Portal Web, debido a que la Tecnología de la Información actual, a través del Internet y las redes sociales, son los medios más populares y de mayor cobertura a nivel mundial, constituyendo la mejor opción para llegar



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

hacia los potenciales turistas, quienes se sentirán interesados en visitar estos lugares, lo cual redundará en beneficios para el turismo local.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CAPÍTULO 1

#### 1. EL TURISMO EN EL BARRANCO DE CUENCA Y SU RELACIÓN CON LA TECNOLOGÍA

##### 1.1. El Barranco, como destino turístico

La ciudad de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, o también llamada en la lengua cañari, Guapondelig, cuyo significado es: “Llanura grande como el cielo”, fue fundada el 12 de Abril de 1557 por Andrés Hurtado de Mendoza y declarada por la UNESCO en el año 1999, Patrimonio de la Humanidad. (Azucena, Vicuña)

Es una ciudad que cuenta con una gran diversidad de atractivos: arquitectónicos, turísticos y culturales que sumados a la calidez de su gente, la han posicionado dentro del mercado turístico nacional e internacional, convirtiéndose en un destino obligatorio tanto para turistas nacionales como extranjeros, quienes en el momento de su visita, se sienten parte de la misma.

La Enciclopedia de la Real Academia de la Lengua, define al término “Barranco”, como: un despeñadero, un precipicio; una quiebra profunda producida en la tierra por las corrientes de las aguas o por otras causas [...] un borde pendiente de un río por oposición a borde llano (Real Academia de la Lengua); definición que permite tener una mejor interpretación de la temática que aborda el presente trabajo.

El Barranco del río Tomebamba, es uno de los atractivos turísticos emblemáticos de la ciudad de Cuenca, ubicado en las calles: Larga; 12 de Abril; subida a El Vado y; la bajada de Todos los Santos. El presente trabajo estudia “El Barranco”, iniciando al Norte, con el Puente del Otorongo; al Sur



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

con el Parque Arqueológico de Pumapungo, hacia el Este con la Calle Larga y, hacia el Oeste con la Avenida 12 de Abril;

El Barranco, es un destino encantador, por ser un área que combina el paisaje natural con hermosas edificaciones arquitectónicas, constituye una zona muy popular y vistosa de la ciudad ya que es un área que comprende en su mayor parte de espacio verde, apto para realizar actividades como: caminatas, ciclo paseos, fotografías, una zona muy tranquila donde el visitante puede sentir una tranquilidad total.

Cuenta la historia, que desde la época aborígen los primeros pobladores de la región buscaron este lugar para construir sus asentamientos. Los pueblos cañaris e incaicos levantaron sus edificaciones junto al eje geográfico para su provecho cotidiano, tal como lo testimonian los vestigios arqueológicos de Todos los Santos y la ciudad de Tomebamba, en el Parque Arqueológico de Pumapungo. (Viajando X)

El Barranco, constituye la segunda terraza de la ciudad después de la loma de Cullca y funge de límite entre el casco antiguo y moderno de la misma; cuenta con un gran número de atractivos naturales como plantas, aves, el río Tomebamba, etc.; y culturales como las casas colgantes además de las ruinas cañaris, incas y españolas y el Puente Roto recuerdo de un río Tomebamba bravo. (Viajando X)

En El Barranco se han creado historias que hacen de este lugar un punto de la ciudad aún más interesante por ejemplo la historia de la llorona y la de Juana de Oro; Sra. Adinerada del sector que regalaba su dinero y por ello hoy en día hay un puente a lo largo del Barranco que lleva su nombre. (Arteaga)

El Barranco es el entorno simbólico más importante de la ciudad, donde podemos encontrar elementos turísticos de profunda significación colectiva, lo cual lo hace acreedor a ser llamado un destino netamente turístico dentro de la



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

ciudad de Cuenca; destacando a su vez puntos estratégicos como atractivos a lo largo en toda su extensión: El Puente, Subida y la Cruz del Vado, Las Bajadas: del Padrón y del Centenario, edificaciones, viviendas y la vista que se pueden generar dentro, fuera y alrededor de la misma. (Viajando X)'

No obstante de lo expuesto, la oferta de producto turístico "El Barranco" dentro del mundo de la tecnología es mínima, existe muy poca información sobre este atractivo turístico, peor aún un estudio sobre su historia, atractivos y servicios.

Por lo tanto al mencionar "oferta" en este caso de El Barranco, definimos a la palabra como:

Término que deriva del latín *offerre*, es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. La persona que anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte. <sup>1</sup>

Por citar un ejemplo, al ingresar a Internet a través de uno de los buscadores más comunes como por ejemplo Google, (Torres Pombert) con el objetivo de encontrar un Home Page, entendiéndose por el término como la página principal, de un sitio web, desde la cual se puede acceder a sus demás páginas<sup>2</sup>, para obtener información específicamente sobre El Barranco de Cuenca, éste buscador solamente desplegará un listado sintetizado con muy pocas opciones sobre lo que se puede encontrar en éste lugar, sin que se consideren los atractivos turísticos específicos como por ejemplo: Hoteles, Hostales, Restaurantes, Bares, entretenimientos, etc., ubicados dentro de la zona que conforma El Barranco, aspectos que no son promocionados como el destino turístico que propone este trabajo.

---

<sup>1</sup> (Definicion.de)

<sup>2</sup> (WIKIPEDIA)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 1.1.1. Definición de inventario de los atractivos turísticos

Para avanzar con este punto es importante definir que es un atractivo turístico, por ello podemos manifestar que, las atracciones son uno de los principales componentes del sistema turístico, según Leiper (1990), “los viajeros se desplazan desde la región de origen hacia el destino turístico, porque allí es dónde encuentran las atracciones que desean conocer”. (Organización Mundial de Turismo OMT)

No hay que confundir las atracciones con recursos. Como apunta Gunn (1993), los recursos naturales, culturales, etc., son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción. Así, pueden promocionarse las playas, las montañas o la historia de un país, pero a no ser que estos elementos estén situados en localidades accesibles y válidas para la explotación turística, no pueden ser considerados realmente atracciones turísticas. (Organización Mundial de Turismo OMT)

Al fin y al cabo, como afirma Piperoglou (1967, p. 169) “el desarrollo turístico es un problema de encajar los recursos naturales o históricos de un lugar con la demanda y preferencias de los turistas actuales o potenciales”. Por lo tanto, los recursos en su forma original no son más que la materia prima de futuras atracciones. (Organización Mundial de Turismo OMT)

Existen múltiples intentos de integrar las atracciones turísticas en un marco conceptual que facilite el análisis de las mismas. Son varios los autores que han realizado diferentes clasificaciones de las atracciones, entre las que cabe destacar las siguientes:

1. Atracciones naturales.
2. Atracciones creadas por el hombre, pero no diseñadas con la intención de atraer visitantes.
3. Atracciones creadas por el hombre, con la intención de atraer visitantes.
4. Eventos especiales.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Además se debe contar siempre con un listado de las atracciones a promocionar, por lo que se recomienda realizar por medio de fichas cada atractivo que deseamos promocionar, para poder dar a conocer a nuestros turistas, debemos definir un inventario turístico que consiste en un listado en el que se detalla ordenadamente las características tangibles e intangibles de cada atractivo que conforma la oferta turística del destino. (Organización Mundial de Turismo OMT)

### 1.1.2. Estaciones y atractivos con los que cuenta la zona de El Barranco

El Barranco, actualmente cuenta con 5 estaciones, entendiéndose por estación un lugar en el que se hace un alto en un paseo, para poder apreciar o realizar alguna actividad; éstas 5 estaciones cuentan con diferentes atractivos, establecidos por la Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Cuenca mediante un mapa que se encuentra ubicado dentro de la señalización existente en el mismo, sin embargo, únicamente las dos primeras corresponden al área que abarca éste estudio, y los cuales se encuentran definidos por estaciones, de la siguiente manera:



**Ilustración 1 Mapa de Estaciones**

Fuente: Ave. 3 de Noviembre, Frente al Puente Roto



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 1.1.2.1. Estación 1: Descubre

El Barranco, dentro de ésta primera estación brinda la posibilidad de realizar algunas actividades y de visitar ciertos atractivos, los mismos que se detallan seguidamente:

#### **Actividades:**

**Culturales:** permite conocer la historia de las casas patrimoniales que se encuentran dentro del lugar, así como presenciar exposiciones en los diferentes museos e incluso presenciar algún evento festivo que se presente en determinada fecha. (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Cuenca)

#### **Proyecto Comisión Gestión Ambiental (CGA)- Recuperación de Anfibios:**

La CGA de Cuenca manifiesta que de acuerdo a la guía elaborada de Avifauna de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, la zona de El Barranco es uno de los lugares donde se pueden apreciar este tipo de animales y un sinnúmero de especies de aves, debido a que cuenta con las condiciones ambientales necesarias para su preservación. De esta manera el proyecto ha contribuido con dos fines importantísimos: turístico y educativo, y de esta manera conseguir que el público aprenda sobre la conservación y preservación de especies en peligro de extinción como en éste caso la de los anfibios, haciendo que su visita y su conocimiento se encuentre dentro del área urbana y de sobremanera la visita sea cercana. (Explored.com).

**Bici Terapia:** permite realizar actividades deportivas como el ciclismo con la ciclo ruta ya existente dentro del área; incentivando de esta manera a que la población local o visitantes, puedan proveerse de una área específica para su práctica y de sobremanera la cercanía también sumen puntos que conlleven a la visita y concurrencia al lugar. (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Cuenca)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Atractivos:

#### **Museo Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP):**

Un lugar donde podemos apreciar piezas de artesanías provenientes de los diferentes países de América, de entre ellos México, Guatemala, Colombia, Perú y Ecuador. El museo presenta estas piezas a través de diferentes salas de exposiciones, que permiten que el visitante incremente su conocimiento y cultura general. (MINTUR)

**Convento de Todos Santos:** un lugar donde el visitante puede acudir a conocer el proceso de restauración que realizó el convento para rescatar la pintura original de la misma.

**Museo del Sombrero:** en este museo se puede observar el proceso de transformación de la fibra de paja toquilla en sombrero; así como también conocer las secciones en las cuales se divide el mismo, como el área de la Galería Paredes, el taller y el Mirador del Barranco.

**Terrazas del Barranco:** permiten al turista ponerse en contacto directo con el río Tomebamba, permitiendo la toma de fotografías durante su visita.

Esta estación está limitada desde El Puente de El Vado hasta el Puente Roto.

#### **1.1.2.2. Estación 2: Experimenta**

### **Actividades:**

**Actividades Lúdicas:** para continuar con esta descripción necesitamos definir la palabra lúdico de la siguiente manera: “es un adjetivo que califica todo lo que se relaciona con el juego, derivado en su etimología del latín “ludus” cuyo significado es precisamente, juego, como actividad placentera donde el ser



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

humano se libera de tensiones, y de las reglas impuestas por la cultura”.<sup>3</sup> El Barranco como tal se caracteriza por ser un lugar para estar en contacto con la naturaleza y de ahí su visita hace que el turista entre en un ambiente anti estrés, otorgándole tranquilidad y relajación.

### **Atractivos:**

**Paseo por el Barranco:** el recorrido se realiza es por el sendero denominado Paseo 3 de Noviembre, en dónde el turista puede ir visualizando atractivos tanto naturales como culturales.

**Mirador del Puente Roto:** desde aquí el visitante puede visualizar atractivos tanto culturales como naturales; visualizar el casco antiguo y moderno de la ciudad, apreciar la arquitectura moderna de la misma. Y también conocer parte de la historia del Puente Roto.

**Parque Arqueológico de Pumapungo:** este Parque Arqueológico es un atractivo cultural tangible e intangible, el cual permite al visitante conocer y visualizar el lugar de los primeros asentamientos cañaris, sus tradiciones, sus costumbres e historias.

La estación 2 comprende desde el Puente Roto hasta el Parque Lineal de Pumapungo.

**ANEXO 1.** Estaciones que constan en la señalización existente dentro del Paseo 3 de Noviembre en el Barranco de la Ciudad de Cuenca.

Estas estaciones permiten al visitante visualizar el trayecto ya recorrido, o a su vez escoger el punto que sea de interés en su visita.

---

<sup>3</sup> (Definición de lúdico)





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **1.1.3. Inventario de atractivos turísticos de El Barranco del Río Tomebamba**

Acorde a lo ya antes mencionado podemos enumerar y profundizar los principales atractivos turísticos naturales y culturales - tangibles e intangibles existentes a lo largo del Paseo 3 de Noviembre y Calle Larga, que en conjunto forman parte del área de estudio, en este caso El Barranco, para lo cual se efectuó un inventario previo mediante las fichas de inventario obtenidas en el Ministerio de Turismo:

Como punto de partida, se detallan los datos obtenidos mediante el levantamiento de la Ficha No. 01 correspondiente a El Barranco:

#### **ANEXO 2. Ejemplo de Ficha para inventario de Atractivos Turísticos**



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **1.1.3.1. Ficha Nro. 01: El Barranco**

#### **Datos generales**

El Barranco es un atractivo turístico categorizado como sitio natural de tipo tangible debido a que el turista puede acceder a éste y aprovechar del todo el espacio físico que éste atractivo proporciona. Se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, a lo largo de la calle Paseo 3 de Noviembre, entre las calle La Condamine y Huayna Capac, propiedad de la Ilustre Municipalidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2535 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### **Características físicas del atractivo**

La ciudad de Cuenca se encuentra en un gran cono aluvial, en la que se distinguen tres terrazas fluviales, iniciando desde la loma de Cullca, luego el centro histórico y finalmente la planicie por donde circulan tres de los cuatro ríos de ésta ciudad; éstas características geográficas han permitido que en éste tramo, a la rivera del río Tomebamba, se forme un asentamiento en la zona comprendida entre los puentes de: El Vado y El Vergel, entre la Calle Larga y la Avenida 12 de Abril, todas estas características han dado origen uno de los atractivos arquitectónicos más importantes y populares de la ciudad de Cuenca.

El lugar cuenta con paisajes espectaculares que se fusionan entre la vegetación, el río, la topografía y las edificaciones que se encuentran ubicadas en formas escalonadas debido a la adaptación del terreno. Entre las edificaciones se destacan: la gran Casa de los Arcos, Casa Ordoñez Montesinos, Casa Ordoñez Crespo, el antiguo puente Juana de Oro, Hotel Crespo, Hotel Victoria y una serie de bares y restaurantes que aprovechan la gran afluencia de turistas.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los entretenimientos que se pueden encontrar en éste atractivo, son entre otros: caminatas por los senderos adaptados propiamente para esta actividad, toma de fotografías, una vista panorámica del lugar, observación de la flora y fauna, ciclismo y actividades varias donde los visitantes pueden desarrollar juegos organizados por ellos mismos, cuando van en familia o grupo de amigos.

En ciertas ocasiones del año, la zona se convierte en un espacio idóneo para la realización de conciertos y de exposiciones de arte, por citar un ejemplo, en el Puente Roto, en las diferentes fechas cívicas se realizan exhibiciones artísticas y conciertos gratuitos. El espacio al igual que su entorno se encuentra en un estado muy bien conservado, en la mayor parte de la zona.

Respecto a la infraestructura vial y de acceso, el estado actual de la vía de acceso al lugar se encuentra adoquinada, también cuenta con un sendero para la ciclo vía; lo cual hace que el visitante al momento de acceder a ella lo haga de una manera fácil y sobre todo en el medio de transporte que él elija, todos los días del año, sin costo alguno y al horario deseado, sin ningún tipo de restricción.

La zona cuenta con una infraestructura básica como: agua potable, energía eléctrica y alcantarillado.

En la mayoría de los distintos bares, restaurantes, cafeterías aledañas, los precios son asequibles en donde se cancela únicamente el consumo y no el valor de la entrada. Se encuentra cercano también a otros atractivos como el Museo Arqueológico de Pumapungo, el mismo que se encuentra a 10 minutos caminando y, cercano también del Barrio de El Vado que está a 5 minutos también caminando, todas estas opciones aportan para que el turista pueda escoger no solo una opción sino varias dentro de la misma zona. (MINTUR)



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **1.1.3.2. Ficha Nro. 2: El Vado**

#### **Datos generales**

El Vado es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste y conocer de su historia, incrementando de esta manera su conocimiento. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle La Condamine, entre las calle Juan Montalvo y Larga, propiedad de la Ilustre Municipalidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2553 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### **Características físicas del atractivo**

El Vado es uno de los primeros barrios de la ciudad de Cuenca, fue el primer lugar donde se asentaron los colonizadores españoles y, en éste como señal de su llegada plantaron una cruz de madera, la misma que servía como límite de la ciudad. Además este Barrio también fue denominado como el de las Panaderas; debido a que la gran mayoría de sus habitantes se dedicaban a la elaboración del Pan, otra parte se dedicó a la creación de artesanías basadas en la hojalatería y sombreros de paja toquilla. Es importante señalar que en las faldas de El Vado se encuentra el popular río Tomebamba el mismo que ha sido conocido principalmente por sus crecientes y desbordamientos que han terminado incluso con la vida de algunos ciudadanos; por ésta peculiar característica el Obispo Andrés Quintan Ponte y Andrade, nombró al río Tomebamba como “Julián Matadero” y remplazó la cruz de madera por una de mármol, como un símbolo de ayuda para apaciguar las aguas del caudaloso Tomebamba.

Hoy en día el Barrio de El Vado, es considerado uno de los balcones de la ciudad, puesto a que desde aquí se cuenta con una vista panorámica sobre la parte moderna de la ciudad de Cuenca y a la vez delimita la Cuenca antigua y



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

la Cuenca moderna. En este barrio también se encuentran edificaciones históricas como: la Casa de la Lira, que representa un ícono intelectual para los gestores culturales de la sociedad cuencana; a continuación se encuentran: la casa Moreno Mora; la casa Sempértégui, en la cual hace algún tiempo fueron las oficinas de Diario El Mercurio; la casa Museo Lauras en donde se encuentran antigüedades para la venta; a continuación una cafetería y, finalmente el “Prohibido Centro Cultural”.

El acceso es directo hacia éste atractivo, para los visitantes, teniendo a su alcance: museos, peluquería al estilo tradicional, observación de la réplica del monumento al “Palo encebado”, observación y adquisición de artesanías en hojalatería y, sombreros de paja toquilla; algunos de éstos bienes y servicios deben ser pagados por el adquiriente; finalmente, dentro de los eventos programados se encuentran los que ofrece el “Prohibido Centro Cultural” que brinda su atención como museo con exhibiciones permanentes de arte alternativo.

Este barrio se encuentra en un estado muy bien conservado debido a que la Ilustre Municipalidad de Cuenca, realizó hace algunos años una reconstrucción – restauración de dos edificaciones icónicas, se trata de La Glorieta y la Cruz del Vado, en donde no se alteró su entorno; además están presentes las viviendas que son cuidadas por sus propietarios.

En cuanto a la infraestructura existente para llegar al atractivo, éste se encuentra totalmente intervenido, el visitante puede acceder en automóvil o transporte colectivo, todos los días del año, pero con la única diferencia de que al ingresar a los lugares que prestan servicios como bares y museos, tienen que acogerse al horario de ingreso de cada uno de ellos. Por citar un ejemplo, en el “Prohibido Centro Cultural” su horario de atención es de Lunes a Sábado de 09H00 a 21H00 y, los Domingos de 09H00 a 14H00, con un costo de ingreso de \$1,00; el Museo Casa Lauras tiene un horario de atención de Lunes a Sábado de 10H00 a 19H00, con costo de ingreso voluntario para el visitante.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La zona de El Vado cuenta además con todos los servicios básicos necesarios para sus habitantes como para sus visitantes, una buena perspectiva y figura del mismo.

Finalmente, este punto de visita tiene un nivel de difusión local, porque el hecho de estar dentro del casco colonial de la ciudad hace que su cercanía sea un punto a favor para los visitantes, conectándose directamente con otros atractivos o lugares de interés, pero que debido a que por falta de promoción virtual no se lo puede dar a conocer de manera directa a los turistas locales o nacionales. (MINTUR)

### **1.1.3.3. Ficha Nro. 3: La Casa de los Arcos**

#### **Datos generales**

La Casa de los Arcos es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a ella y conocer de su historia, incrementando de esta manera su conocimiento y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Paseo 3 de Noviembre y la Avenida 12 de Abril, frente con la Universidad de Cuenca y Diagonal al puente de El Vado, propiedad de la Universidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2532 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### **Características físicas del atractivo**

Esta casa fue diseñada por el Doctor Gustavo Montesinos Chica y edificada en el sector de El Vado, se construyó esta vivienda en la base del Barranco para facilitar a la familia en ese entonces la recolección de agua para los quehaceres diarios debido a que se conseguía a través de aguateros. Cuando se construyeron los primeros cimientos en madera con rellenos de bahareque



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

el presidente del consejo del Cabildo de Cuenca prohibió su edificación por considerarla poco tradicional y ubicarse en las cantinas de la ciudad; realizándose para ello un acuerdo monetario para poder continuar con la obra; cuando concluyó con el trabajo, al ver que fue culminada con preciosos detalles y diseños fue admiración para muchos tanto así que el nuevo presidente del Consejo premio a su constructor por haber logrado la vivienda más atractiva y elegante hasta ese entonces. Los materiales usados fueron arcos en los balcones y bellos cielos rasos pintados sobre yute; haciéndola denominar de esta manera como la “Casa de los Arcos”.

En 1975 el Señor Guillermo Vásquez Arias, maestro peluquero de la zona compra la vivienda para poner a funcionar su gabinete. Más adelante la Universidad de Cuenca adquiere la “Casa de los Arcos” en el 2004, para convertirla en un centro internacional de Postgrados, restaurando y rehabilitando la casa. Actualmente funcionan oficinas administrativas de proyectos universitarios y una cafetería.

En cuanto al uso y servicio que presta el atractivo, éste se encuentra apto para recibir visitantes, permitiendo conocer de su historia, además dispone de un museo para una mejor explicación. En este lugar se realizan exposiciones de eventos artísticos en conmemoración de las fiestas de Cuenca. El bien patrimonial se encuentra en un proceso de deterioro puesto que por su declaratoria patrimonial, no se la puede reconstruir, sino restaurar sin alterarlo.

Referente a la infraestructura existente para llegar al atractivo, se encuentra totalmente intervenido, el visitante puede acceder en automóvil, transporte colectivo o caminando, los 240 días laborables del año, puesto que la casa al igual que el museo que se encuentra dentro de ella, se encuentra abierta de lunes a viernes durante ocho horas diarias.

La “Casa de los Arcos”, cuenta además con todos los servicios básicos necesarios para brindar el servicio que el turista demanda entre otros: agua



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

potable, energía eléctrica y alcantarillado, no tiene costo de ingreso debido a que el lugar es de tránsito libre y uso público.

Finalmente, este punto de visita tiene un nivel de difusión local, porque el hecho de estar dentro de la línea divisoria entre el casco antiguo y moderno de la ciudad hace que su cercanía sea un punto a favor para los visitantes, conectando directamente con otros atractivos o lugares de interés, como por ejemplo el barrio El Vado que se encuentra a pocos minutos caminando y, la Universidad de Cuenca que se encuentra al frente de la misma, sin embargo por falta de promoción virtual no se lo oferta de manera directa a turistas nacionales o extranjeros. (UNIVERSIDAD DE CUENCA)

### 1.1.3.4. Ficha Nro. 4: El Museo del Sombrero

#### Datos generales

El Museo del Sombrero es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste, conocer de su historia y adquirir el producto, en este caso un sombrero, incrementando de esta manera su conocimiento y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga 10-41 entre Padre Aguirre y General Torres, dentro de la propiedad de la familia Paredes Roldan. Está situado a una altura de 2579 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### Características físicas del atractivo

Este atractivo como museo, funciona desde el año 1999, sin embargo la fábrica de sombreros ha prevalecido desde el año 1946, ofreciendo gran variedad de artesanías en paja toquilla, actualmente la producción de sombreros genera gran rentabilidad, y en consecuencia es una fuente de trabajo a más de atraer gran afluencia de turistas al lugar. La mayoría de sombreros son traídos desde





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

los cantones de: Sigsig y Chordeleg, en la fábrica se les otorga el toque final y luego se los pone a la venta; proceso al cual tienen acceso los turistas durante su visita.

El Museo del Sombrero Paredes Roldan, cuenta con áreas de visitas de observación, entre éstas: el área de proceso y transformación de la materia prima que es la paja toquilla. Se encuentra además la Galería Paredes Roldán, en donde el turista puede apreciar los trabajos de los artesanos locales; un área específica de almacenamiento, donde puede encontrar todos los materiales utilizados para la elaboración del sombrero y finalmente un mirador hacia El Barranco del Río Tomebamba, desde donde el visitante puede apreciar toda la arquitectura moderna de la ciudad que se fusiona con el área verde a su alrededor. El Museo se encuentra en un estado de conservación no alterado, se encuentra muy bien adecuado para recibir a sus visitantes, sin embargo en cuanto al entorno donde se encuentra por la Calle Larga, resulta poco cuidadoso en cuanto al aseo y la seguridad de la zona.

Referente a la infraestructura existente para llegar a éste atractivo, se puede afirmar que se encuentra totalmente intervenida, el visitante puede acceder a ella en automóvil, transporte colectivo o caminando si es que lo desea, todos los 365 días del año, puesto que el Museo se encuentra abierto de Lunes a Viernes de 09H00 a 18H00; Sábados de 09H00 a 17H00 y Domingos de 09H30 a 13H30; sin costo de ingreso.

El Museo cuenta además con todos los servicios básicos necesarios para recibir a los visitantes, agua potable, energía eléctrica y alcantarillado.

Finalmente, este punto de visita tiene un alto nivel de difusión local y nacional debido a la gran demanda del producto que oferta y, el nivel de interés que representa para la población local. Desde aquí se puede también estar conexo con otros atractivos por recorrer, como: El Mercado 10 de Agosto que está a 2



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

minutos del lugar y El Barrio de El Vado que está a 5 minutos. (Rafael Paredes Sempertegui e hijos Cia.Ltda.)

### 1.1.3.5. Ficha Nro. 5: Mercado 10 de Agosto

#### Datos generales

El Mercado 10 de Agosto es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder éste para conocer de su historia y adquirir los productos o servicios que aquí se expenden, incrementando de esta manera sus vivencias, conocimientos y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la Calle Larga entre Tarqui y General Torres, el mismo que es propiedad de la Municipalidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2535 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### Características físicas del atractivo

Este mercado fue inaugurado el 3 de noviembre de 1954 por el Alcalde de ese entonces, el Sr. Luis Moreno Mora; es un mercado muy organizado y zonificado en el que se distinguen rápidamente sus secciones como por ejemplo: la sección de frutas y legumbres; la sección de carnes y embutidos, en el primer piso; y, un patio de comidas en un segundo piso en donde se puede encontrar el popular ornado con cascaritas que además de ser un plato delicioso es uno de los platos típicos de la ciudad, el costo de adquisición varía desde los \$2,00 en adelante. Este Mercado se encuentra muy bien conservado, asisten a él personas de todo estrato social; inclusive dentro de los city tours ofertados por diversos operadores turísticos para los visitantes, consta el ingreso a éste inmueble.

Por otra parte, en el lugar encontramos la sección de las “limpias”, se trata de rituales de creencia popular utilizados para eliminar las malas energías, éstas



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

“limpias” se realizan con plantas medicinales de alto poder curativo, en las que intervienen personas con conocimiento en el área y que por lo general se las realizan a los niños; con el objetivo de curarles “el espanto”, pasándoles un huevo de gallina y con este ritual se realiza “la limpieza”.

En cuanto a la infraestructura vial, la ruta de acceso hacia el lugar se encuentra en perfecto estado, permitiendo al turista trasladarse mediante un auto o tomando un bus urbano; el mercado se encuentra abierto todos los días del año. Referente a los horarios de atención éste se encuentra abierto a partir de las 09H00 de la mañana en adelante hasta las 16H00 aproximadamente, y la sección de “limpias” se encuentra habilitado únicamente los días martes y viernes para las “limpias” el costo va desde los \$2,00 en adelante; mientras que la venta de plantas medicinales o medicina alternativa todos los días de la semana.

El Mercado 10 de Agosto, cuenta con todos los servicios básicos, agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, como para dar una mejor atención hacia los usuarios y de manera especial para el turista que llegue. Los atractivos que se deben tener en cuenta desde éste lugar son: La Bajada de El Padrón que está a 5 minutos caminando y el Museo del Sombrero que se encuentra a 2 minutos.

La difusión del atractivo es netamente local, porque no existe una promoción específica del lugar ya sea a través de folletería, un portal web o cualquier otro medio de promoción. (MINTUR)

### **1.1.3.6. Ficha Nro. 6: La Bajada del Padrón**

#### **Datos generales**

La bajada o calle del Padrón es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste y recorrerlo, conociendo su historia, incrementando de esta manera su



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

conocimiento y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, entre las calles Larga y Avenida 12 de Abril, transversal a las calles Benigno Malo y Padre Aguirre, propiedad de la Ilustre Municipalidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2568 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

### **Características físicas del atractivo**

Este es un atractivo que enlaza al centro histórico con la zona moderna de la ciudad. Se sitúa diagonal a la calle Padre Aguirre y Benigno Malo. En esta zona encontramos viviendas de una sola planta a excepción de tres de ellas que son de más de dos pisos. El nombre de la “Bajada de El Padrón” la toma por su condición geográfica que como su nombre lo indica hace referencia a una inclinación, y se asume también que toma el nombre de PADRON debido a que según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española hace alusión a un registro administrativo de los vecinos de un municipio. Incluso se manifiesta que uno de los antiguos moradores de ésta zona era de tal apellido, razón por la cual se cree que él fue el representante del barrio y de esta manera se le atribuyó el nombre a esta calle. Aquí vive uno de los moradores más conocedores del barrio, se trata del Sr. Amadeo Vásquez de 60 años de edad, quien vive en esta zona desde los 12 años de edad y desde ese entonces se dedica a la elaboración de cruces, flores, coronas, cristos en hierro para los techos de las casas. También encontramos artesanos que elaboran marcos para cuadros y, finalmente un hostel.

En la actualidad la calle denominada la Bajada de El Padrón se encuentra muy iluminada, dejando de ser un sector peligroso como lo fue años atrás.

El uso y el servicio que presta este atractivo, garantiza un buen recibimiento a sus visitantes donde les permite recorrer a lo largo de su estructura. Esta calle se encuentra en un estado alterado puesto que es una zona reconstruida y



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

arreglada por la alcaldía de la ciudad de Cuenca, acompañado con un estado de conservación del entorno no alterado.

Referente a la infraestructura para llegar al atractivo, se puede afirmar que se encuentra intervenida, cuenta con un arreglo de empedrado, el visitante puede acceder a éste únicamente caminando, todos los 365 días del año, no tiene costo de ingreso puesto que la calle es de libre acceso y uso público (los distintos locales comerciales tienen precios de consumo mas no de entrada).

La calle de El Padrón cuenta además con locales comerciales que poseen todos los servicios básicos necesarios para brindar el servicio que el turista espera, agua potable, energía eléctrica y alcantarillado.

Finalmente, este punto de visita tiene un nivel de difusión local, debido a que no existen puntos de interés dentro de la misma que permita promocionarse como todo un atractivo, pero que de cierta manera también por su posibilidad de uso conecta de manera rápida hacia otros sitios de interés como: La Catedral de Cuenca que se encuentra a unos 10 minutos de distancia y El Barranco de Cuenca que está a 2 minutos caminando desde este punto. (MINTUR)

### 1.1.3.7. Ficha Nro. 7: Restaurante El Mercado

#### Datos generales

Este restaurante es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural–gastronómico de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste, conocerlo y degustar de platos exquisitos, satisfaciendo sus necesidades e incrementando su conocimiento y cultura general, sintiendo una experiencia única. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga 8-27, transversal a las calles Benigno Malo y Escalinata del Hotel Crespo, propiedad del Sr. Alfonso María Peña Andrade. Está situado a una altura de 2579 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### Características físicas del atractivo

El Restaurante El Mercado funciona en una casa Post-Colonial, se cree fue construida entre los años 1880 y 1890, su primera propietaria fue la Sra. Margarita Jerves. Los cimientos de la vivienda son de bahareque, ubicado en una de las calles más antiguas de la ciudad y actualmente bastante concurrida. Esta calle servía de conexión de las poblaciones del sur, por donde ingresaban provisiones de víveres para la ciudad, razón por la cual el diseño de la casa influye en la entrada que da hacia la Calle Larga y otra que da a El Barranco junto a la rivera del Río Tomebamba. En 1950 se realizaron retoques a la vivienda, donde las paredes de bahareque fueron intervenidas, al igual que la parte delantera, con el afán de poner en funcionamiento un restaurante; motivo por el cual desde ese entonces la vivienda ha sido utilizada con esa finalidad.

Años más tarde, en noviembre de 2011 el Arquitecto Pablo Peña Sojos realiza la restauración de la vivienda con las siguientes restricciones: solo utilizarían teja de cerámica; en la fachada la colocación de puertas y ventanas sería de madera; en el proyecto también se presentó la ampliación de la vivienda con fines comerciales – turísticos creando para éste objetivo dos localidades que colindan con la Calle Larga, idóneos como para dar servicios de información turística; pero que hoy en día funcionan como: el primer local, para la venta de chocolates nacionales de la marca “Republica del Cacao” y, en el otro local funciona un taller de artesanías que proporcionan productos realizados a mano por poblaciones autóctonas del país; a continuación se ubica la sala posterior para las exposiciones y ahí funciona un café-restaurant con el nombre de “El Mercado” , el cual ofrece variedad de platos típicos y comida internacional con atención de primera; y finalmente también cuenta con una suite habitacional con vista a El Barranco del Río Tomebamba. Cabe recalcar que la infraestructura de este restaurante se diferencia exclusivamente por tener accesos adecuados para los baños para las personas con capacidades especiales.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El estado de conservación que presenta el atractivo es el conservado no alterado, debido a que sí se le ha realizado restauraciones pero siempre preservando su antigüedad y estilo dentro de un entorno netamente bien conservado.

La infraestructura vial y de acceso hacia este lugar está en muy buenas condiciones debido a que cuenta con adoquinado de calles, donde el visitante puede trasladarse fácilmente mediante un vehículo o caminando. El restaurante se encuentra abierto todos los días del año, excepto un día por semana, pero con horarios diferidos dependiendo el día en el que se visite. Siendo este el horario de atención: de Martes a Jueves de 12H00 a 00H00 y de Viernes a Domingo de 12H00 a 01H30 de la madrugada. No tiene costo de ingreso pero sí de consumo.

Esta casa cuenta con todos los servicios básicos para su buen funcionamiento, es un punto del cual se puede partir para la visita de otros puntos de interés como: El Museo de las Culturas Aborígenes que está a 5 minutos caminando o también el Barrio El Vado que se encuentra a 10 minutos.

La difusión turística de este atractivo es a nivel local y nacional debido a que es ampliamente conocido por personas y empresas de la ciudad y fuera de ella. Según nos comenta su dueño, su manera de difusión es de boca en boca. (MORA)

### **1.1.3.8. Ficha Nro. 8: Museo Municipal Remigio Crespo Toral**

#### **Datos generales**

El Museo Remigio Crespo Toral es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste y conocer de su historia, incrementando de esta manera su conocimiento y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga y Presidente Borrero, propiedad



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

actual de la Ilustre Municipalidad de Cuenca, siendo antiguamente propiedad de la familia Crespo Toral. Está situado a una altura de 2579 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), una temperatura promedio de 18°C.

### **Características físicas del atractivo**

Este museo es el más antiguo de la ciudad, data aproximadamente del año 1946, cuando el concejal Honorato Loyola solicita al cabildo presidido por el Alcalde Luis Moreno Mora, que se cree un museo municipal en el que se encuentren los testimonios históricos y culturales de la ciudad. En 1947 aceptada la solicitud se inaugura el primer museo que se llamó “Remigio Crespo Toral” en honor al reconocido escritor y político azuayo. Por 34 años la entidad se ubicó en distintos lugares de tamaño reducido e inapropiado, hasta que en 1981 la Municipalidad adquiere el inmueble de los derechos de los herederos Crespo Toral, inmediatamente pasando a ser esa la sede definitiva del museo. La casa principal es construida entre 1910 y 1915 adoptando un estilo neoclásico tanto en su fachada como en su interior, con destacados detalles como: fachada de ladrillo, cielos rasos, zócalos de metal policromado, papel tapiz en variedad de diseños, pintura mural, entre otros; característicos de la época. En 1940 se incrementa un departamento anexo, agrandado todavía más la casa.

El Museo consta de las siguientes salas: una sala amarilla, que es área social con una decoración muy agradable, un cuarto de música al estilo inglés, un cuarto de despacho y una sala roja que cuenta con un estilo femenino por su decoración; todos los objetos ubicados en el museo son donaciones de diferentes personalidades, de entre ellos los siguientes: la Sra. Elvira Vega viuda de Crespo quien entregó sus colecciones personales de la época en las cuales se incluye mobiliario, objetos de Luis Cordero Crespo, Octavio Cordero Palacios, Elia Liut piloto italiano y algunas colecciones paisajísticas pertenecientes a Honorato Vásquez.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En este museo se puede realizar una visita auto guiada, ingresando a las salas existentes, mediante la lectura de las descripciones expuestas en cada objeto de observación. El atractivo se encuentra en un estado de conservación no alterado, ya que al realizar las restauraciones se lo hizo respetando su figura original, involucrándose en un estado del entorno conservado no alterado, lo cual indica que es una zona muy bien cuidada para la recepción de turistas.

Las vías de acceso hacia este lugar se encuentran en perfecto estado, el turista puede ingresar mediante un automóvil o transporte urbano. La atención se brinda los 288 días al año ya que el museo se acata al siguiente horario de atención: de lunes a viernes de 09H00 a 17H00 y sábados de 09H00 a 15H00.

Esta casa cuenta con todos los servicios básicos para su buen funcionamiento. También es un punto del cual se puede escoger otros atractivos para la visita, entre ellos: la Iglesia de Todos Santos que está a 6 minutos caminando y el Parque de La Madre que está a 10 minutos de distancia.

El atractivo presenta un nivel de difusión local, porque no existe material publicitario idóneo para su promoción, debido a que cuando se ingresa al lugar, no existe folletería del cual el visitante se pueda guiar. (MINTUR)

### **1.1.3.9. Ficha Número 9: Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP**

#### **Datos generales**

El Museo del Centro Interamericano de Artes Populares, CIDAP, es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste, recorrerlo y conocer de su historia, incrementando de esta manera su conocimiento y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Paseo 3 de Noviembre 3-23 y la escalinata Francisco Sojos. Está situado a una



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

altura de 2538 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

### **Características físicas del atractivo**

Este Museo fue fundado el 3 de noviembre de 1975 como centro de artesanías y artes populares, mediante un acuerdo de la Organización de Estados Americanos y el Gobierno del Ecuador. Sus siglas CIDAP significan Centro Interamericano de Artes Populares. Funciona en una casa el cual antiguamente pertenecía al Dr. Gonzalo Cordero Crespo, consta de diferentes áreas como: museo, almacén, centro de documentación y reserva artesanal.

La edificación consta de un patio, traspatio y huerta; en su interior contiene aproximadamente 7 mil piezas de artesanías de diferentes países como: México, Guatemala, Colombia, Perú y Ecuador. Referente al Ecuador en el museo existen artesanías como: instrumentos musicales, las fiestas, la cerámica, la cestería, el tejido así como también la colección de indumentaria de la Sierra ecuatoriana, objetos pertenecientes a la Sra. Olga Fisch, Adicionalmente, el CIDAP ofrece servicios de biblioteca, centro de documentación, almacén de artesanías, publicaciones e investigaciones, capacitaciones de diseño y arte; y, ferias y concursos relacionados con el arte popular.

El acceso hacia este museo cuenta con una muy buena infraestructura vial, combina el asfalto y adoquinado, donde el turista puede acceder mediante un vehículo o caminando. El lugar se encuentra disponible para su visita los 288 días al año, ya que su horario de atención es de lunes a viernes de 09H30 en la mañana y de 14H30 a 18H00 en la tarde; y los días sábados de 10H00 a 12H00. El lugar también cuenta con una red de infraestructura básica completa, lo cual facilita la atención a sus visitantes. Desde aquí también se pueden visitar sitios de interés como el Parque de la Madre que se encuentra a 5 minutos caminando y El Puente Roto que está a unos 6 minutos



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

aproximadamente. Su difusión es local y nacional puesto que recibe turistas de la localidad y a nivel nacional. (MINTUR)

### **1.1.3.10. Ficha Nro. 11: Museo de las Culturas Aborígenes**

#### **Datos generales**

El Museo de las Culturas Aborígenes es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo intangible debido a que el turista puede acceder a éste y aprovechar de la toda la historia que aquí se proporciona. Se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga 5-24 entre Hermano Miguel y Mariano Cueva, propiedad del Sr. Juan Cordero Iñiguez. Está situado a una altura de 2554 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### **Características físicas del atractivo**

La casa donde funciona este museo, es una casa construida a comienzos del Siglo XIV, manejado por la Fundación Cultural Cordero, de la familia Cordero López, creada sin fines de lucro con el objetivo de dar a conocer la historia cultural de nuestro país, recolectando a lo largo de 40 años alrededor de 15.000 piezas, 5.000 expuestas y 10.000 en reserva.

En este museo también se puede encontrar la historia prehispánica del país que rinde homenaje al indio ecuatoriano y a los pueblos aborígenes, es uno de los más completos que se pueden encontrar en la ciudad. El lugar se encuentra subdividido en varias salas: la sala de exhibiciones, la misma que abarca cinco periodos de la historia: paleoindio, formativo, desarrollo regional, periodo de integración y periodo incaico.

Cabe recalcar que en las guías turísticas que se realizan dentro del museo se las trata de que sean lo más claras y breves posibles, debido a que por la cantidad de periodos que existen el tiempo se vuelve corto. Todos los objetos



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

puestos a exposición contienen una pequeña descripción con el nombre de la cultura a la cual pertenecen, un mapa señalando el lugar donde se encontró la pieza y el año.

A más de ser un museo, el lugar cuenta también con una tienda de artesanías que ofrece objetos en cerámica, plata, libros, tarjetas postales entre otros; también tiene un café-restaurant que ofrece comida ecuatoriana.

Este museo garantiza un recorrido agradable con observación de sus piezas, debido a que se encuentra en un estado muy bien conservado al igual que el entorno donde éste se desenvuelve, ya que la familia lo mantiene totalmente apto para la recepción de los turistas, mediante un cuidado y mantenimiento realizado semanalmente.

Hacia este museo se puede acceder ya sea en bus, automóvil o caminando, cualquier día de la semana, debido a que cuenta con servicio de adoquinado. El ingreso se lo puede realizar los 288 días del año, con el siguiente horario: de lunes a viernes de 08H30 a 18H30 y los sábados hasta las 15H00. Con un costo de ingreso de \$2,00 por persona. Desde aquí también se puede acceder a visitar la Iglesia de Todos Santos que se encuentra a 2 minutos caminando y las Ruinas de Pumapungo que están a 10 minutos también caminando.

El museo tiene un nivel de difusión local debido a que cuenta con las condiciones de infraestructura básica muy buena, pero de sobremanera un espacio idóneo para su explicación. (MINTUR)



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **1.1.3.11. Ficha Nro. 12: Iglesia de Todos Santos**

#### **Datos generales**

La iglesia de Todos Santos es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo intangible debido a que el turista puede acceder a éste y aprovechar de la toda la historia que proporciona con su arquitectura religiosa. Se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga y Vargas Machuca, propiedad de la Municipalidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2532 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### **Características físicas del atractivo**

La Iglesia de Todos Santos se creó como la primera edificación religiosa o capilla provisional de la ciudad, que data aproximadamente del siglo XV, en la que se celebró la primera misa a la llegada de los colonizadores españoles. Aquí se encontró la ermita de Todos los Santos, sobre la que se edificó la iglesia y llevó su nombre. Y es entonces que en 1924 se construye la actual iglesia con un estilo ecléctico de fachada con alta torre de campanario y elementos de tipo renacentista. En su interior consta de tres niveles que representan las jerarquías del altar, un atrio triangular ubicado frente a la entrada principal, en el que se encuentra la cruz de Todos Santos.

En el 2011 se inició una restauración para rescatar la historia de la iglesia, donde debajo de varias capas de pintura se descubrió pintura mural y tabular con iconografía religiosa oblata diseñada por el maestro Leonidas Paredes, donde también se encontraron 33 entierros de la época prehispánica, colonial y republicana.

El atractivo como tal también cuenta con una cafetería en su terraza con vista a El Barranco y hacia la Cuenca nueva; un restaurante y recorridos turísticos.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Todos Santos es un lugar donde se realizan ceremonias religiosas por Semana Santa, Navidad, misa en honor a Todos Santos, misa criolla y celebración del Santísimo.

Se encuentra ubicado en un lugar con un entorno conservado no alterado, consta como un atractivo netamente conservado, porque a pesar de realizarse restauraciones éste mantiene su forma original.

Respecto a su infraestructura vial y de acceso, ésta cuenta con adoquinado en perfecto estado, lo cual permite al turista trasladarse hacia el lugar mediante un bus urbano o un auto. El acceso lo puede hacer los 365 días del año, sin costo alguno.

El atractivo, cuenta con infraestructura básica completa, es decir con agua potable, alcantarillado y energía eléctrica. Su difusión turística es tanto local como provincial a gran escala.

Desde la Iglesia de Todos Santos también se puede partir hacia otros atractivos como: El Puente Roto que está a unos 2 minutos caminando o al Museo del Centro Interamericano de Artes Populares, CIDAP que se encuentra a unos 5 minutos aproximadamente. (MINTUR)

### **1.1.3.12. Ficha Nro. 13: Árboles patrimoniales**

#### **Datos generales**

Los árboles declarados “Patrimoniales”, en su conjunto forman un atractivo turístico categorizado como un grupo natural de tipo intangible debido a que el turista puede observarlos y aprovechar de la toda la historia que estos proporcionan. Se encuentran ubicados en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en el sector Barranco, propiedades de La Congregación de Madres Oblatas y de la Fundación Barranco. Se encuentran situados a una altura de 2535 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), entre altibajos geográficos, con una temperatura promedio de 18°C.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Características físicas del atractivo**

El Barranco, al ser un área que combina la arquitectura con la naturaleza, cuenta con una vegetación exuberante donde podemos encontrar árboles que por la edad de los mismos han sido declarados patrimonio de la ciudad de Cuenca, constituyen un atractivo más de visita, sin embargo por falta de su difusión, la población local no tiene conocimiento alguno sobre el tema, menos aún los potenciales turistas nacionales y extranjeros.

En lo que concierne al área de estudio, en éste caso El Barranco; existen ocho árboles aproximadamente declarados patrimonio, algunos de ellos, posesión de las Madres Oblatas y Fundación Barranco respectivamente. Declaratoria que fue impulsada por la Comisión de Gestión Ambiental, CGA y la empresa Municipal de Aseo de Cuenca, EMAC a finales del año 2007. Tomando en cuenta para su categorización aspectos como: su uso y antigüedad; donde respecto a su uso pueden ser estos de tipo: industrial, ornamental o frutal.

Al hablar de uso industrial, se refiere a la calidad de madera que éste proporciona, ya sea para usarla en actividades de ebanistería fina; siendo un claro ejemplo el Árbol de Cedro, declarado árbol patrimonial el 6 de junio de 2008, por ser una especie nativa del lugar y tener unos 120 años de antigüedad aproximadamente.

Dentro de la categoría ornamental se declararon árboles patrimoniales a 3 de nogal existentes dentro de la propiedad de la Congregación de la Madres Oblatas de igual manera por ser una especie nativa del lugar y tener 100 años de antigüedad; materia que puede ser utilizada para carpintería decorativa y fabricación de guitarras. (Cabrera, Marcelo; Arpi, Rolando; Albuja, Pablo; Garcia, Nancy; Matute, Manuel; Montesinos, Cornelio; Vargas, Patricio)



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **1.1.3.13. Ficha Nro. 13: El Puente Roto**

#### **Datos generales**

El Puente Roto es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste y aprovechar el paisaje y la historia que proporciona. Se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la bajada denominada de Todos Santos, propiedad de la Municipalidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2540 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### **Características físicas del atractivo**

Este es el puente más antiguo de la ciudad, construido en 1840 por el maestro Juan de La Cuadra Pigarra, se encuentra ubicado en el sector de Todos Santos.

El 3 de abril de 1950 por la gran creciente del Río Tomebamba se derrumbaron algunos pilares del puente, quedando únicamente la mitad de la estructura; posterior a éste acontecimiento se realiza una reinauguración del puente en 1961, donde las autoridades decidieron dejar la edificación en el mismo estado que quedó después de la catástrofe con el fin de realizar nuevos puentes con estructuras modernas y dejarlo a éste para fines turísticos, es por esta razón que el famoso “Puente Roto” hoy en día se lo usa como un mirador hacia el sector de El Barranco, el río Tomebamba y parte de la Cuenca Nueva. (MINTUR)





## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **1.1.3.14. Ficha Nro. 14: Ruinas de Todos Santos**

#### **Datos generales**

Las Ruinas de Todos Santos constituyen un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste y aprovechar de la toda la infraestructura e historia que proporciona. Se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga 2-23, propiedad del Sr. Fernando Estrella. Está situado a una altura de 2528 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### **Características físicas del atractivo**

Estas ruinas fueron descubiertas en 1972 por el Sr. Fernando Estrella cuando realizaba una excavación para construir los cimientos de la que sería su vivienda. En 1973 se realizan las debidas investigaciones donde se dictamina un sitio incásico cañari e hispánico que debía ser estudiado aún más; en 1975 son encontrados más elementos arqueológicos y se puede observar claramente la formación de las ruinas, en la parte nororiental se encuentran restos cañaris con una estructura rectangular en piedra caliza unidas por una mezcla de tierra negra, algunos de los bloques ya habían sido retocados pero la mayoría se encontraron con sus formas originales. Los restos reconocidos como incásicos datan de la mitad del siglo XV con estilo cuzqueño, se cree que fueron parte de la extensión de la ruinas de Pumapungo ubicado en el Oriente de las Ruinas. En la parte media se encuentran los molinos formados con grandes paredes de piedra que se identifican como vestigios hispánicos que datan de 1506 y 1596 aproximadamente de la época de fundación de la ciudad. Adicional a esto, durante las excavaciones se rescataron alrededor de 20 mil fragmentos y piezas enteras de cerámica, piedra y metal que se exhiben en el museo de sitio Manuel Agustín Landívar. (MINTUR)



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **1.1.3.15. Ficha Nro. 15: Museo Arqueológico Pumapungo**

#### **Datos generales**

El Museo Arqueológico Pumapungo es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste y aprovechar de la toda la infraestructura e historia que proporciona. Se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Huayna Cápac, transversal al Paseo 3 de Noviembre; propiedad del Banco Central del Ecuador. Está situado a una altura de 2528 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### **Características físicas del atractivo**

Pumapungo, es un nombre quichua que se compone de los vocablos: Puma que significa león americano y, Pungo que significa puerta, es decir “Puerta del Puma”, nombre con el cual se ha identificado a éste sitio. Este complejo arqueológico inca se encuentra ubicado en un lugar estratégico de la ciudad, ya que está situado en la parte alta de El Barranco del Río Tomebamba, característica que brinda una vista panorámica y, para los intereses de los incas, representaba tener el control del terreno en caso de un ataque enemigo.

Además es un terreno extremadamente fértil, ya que cuenta con abundancia de agua y un excelente clima por lo cual se ha desarrollado una buena cantidad de vegetación, entre las que se destacan: kikuyo, sauces, cipreses, eucalipto, entre otros.

Este terreno fue adquirido en 1978 por el Banco Central del Ecuador por los Padres Jesuitas, adquisición que incluía los muros, cimientos, canales y corredores empedrados identificados en el año 1923 por el Sr. Max Uhle como las “Ruinas del Tomebamba”, quien realizó una investigación arqueológica entre 1981 y 1990 llamada proyecto Pumapungo en el que se confirmó ser un



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

complejo religioso formado por intramuros llamados akllahuasi, kallankas del sol, coricancha y un palacio exterior que era la residencia del Cacique.

Además se recuperaron más de 2.000 piezas de cerámica, piedra, concha, hueso y metal que son expuestos en el Museo de Pumapungo.

Durante éstas investigaciones también se han descubierto edificaciones que no han sido reconocidas todavía, como por ejemplo un túnel de 320 metros con un grupo de baños intermedios, un mausoleo dentro del túnel y demás ruinas de Todos Santos que se consideran de origen incaico.

Todas estas construcciones han sido realizadas en piedra labrada, revestimientos con barro cocido y posteriormente pintadas con una técnica para paredes interiores; en otras edificaciones se empleó el adobe con piedra unidos con argamasa de tierra amarilla.

Se considera que fue Túpac Yupanqui quien fundó la ciudad Inca del Tomebamba en el Siglo XV sobre asentamientos cañaris llamado Guapondelig. (MINTUR)

### **1.2. Investigación sobre la utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca**

Para definir el uso de las páginas web por parte de los turistas que visitan la ciudad de Cuenca y conocer de primera fuente los destinos que son de su interés, se ha realizado una investigación exploratoria en fuentes primarias, es decir a los visitantes en el sector de El Barranco.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **1.2.1. Determinación de Universo y Muestra para aplicación de encuestas a turistas que visitan la ciudad de Cuenca.**

Para obtener información referente al número de turistas que visita la ciudad de Cuenca o que han visitado nuestra ciudad se buscó esta información, en las consideradas fuentes primarias por ejemplo: el Centro de Información Turística itur y; el Ministerio de Turismo MINTUR, en la cual se pudo constatar que no existen estadísticas de turistas que visiten exclusivamente la zona de El Barranco.

Esta condición ha obligado a que se considere para este estudio una “Muestra aleatoria simple”, de tamaño  $n$  que consta de  $n$  individuos de una población escogidos de manera que cualquier conjunto de  $n$  individuos de la población tenga las mismas posibilidades de ser la muestra realmente seleccionada. Este tipo de muestra da a cada individuo la oportunidad de ser escogido, evitando por tanto el sesgo en la selección. (Moore)

Consecuentemente, durante el período comprendido entre los meses de marzo y abril de 2015, se realizaron 100 encuestas a las personas que se encontraban visitando la zona de El Barranco.

Se optó por realizar dos encuestas, con la primera se buscó conocer datos generales de los turistas que se encontraban en la ciudad de Cuenca y el nivel de utilización de las páginas web por parte de éstos turistas y, con la segunda encuesta se buscó conocer la utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca, y que buscan información específica sobre El Barranco.

### **1.2.2. Encuesta piloto y encuesta final realizada**

Previo a realizar la encuesta final, se realizó una encuesta piloto a tres personas y, en éste pilotaje se detectaron errores de forma y de fondo, los cuales fueron corregidos y quedó como encuesta final la que se detalla



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

seguidamente, la misma que fue aplicada a 100 personas que se encontraban visitando la zona de El Barranco.

### Modelo de encuesta

#### TESIS PREVIA A LA OBTENSION DEL TITULO DE INGENIERA EN TURISMO

#### Utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca

A continuación encontrará una serie de preguntas. Reflexione cuidadosamente sobre su experiencia y responda con franqueza. Para contestar marque con una X el espacio en el casillero que refleja de modo más exacto su opinión. ESCOJA POR FAVOR UNA SOLA OPCION.

##### 1. ¿CUAL ES EL TIEMPO QUE DURARÁ SU ESTANCIA EN LA CIUDAD DE CUENCA?

OPCION	MARQUE X
1 DÍA	
2 DÍAS	
MAS DE 2 DÍAS	
RESIDE AQUÍ	

##### 2. ¿DURANTE SU ESTANCIA REALIZA CITY TOURS POR CUENCA?

OPCION	MARQUE X
SI	
NO	
CAMINATAS	

##### 3. ¿UTILIZA PAGINAS WEB PARA ENCONTRAR EL DESTINO ANTES DE VISITARLO?

OPCION	MARQUE X
SI	
NO	

##### 4. EN CASO DE QUE USE PAGINAS WEB:

##### ¿HA BUSCADO ATRACTIVOS EN LA CIUDAD DE CUENCA PARA VISITAR?

OPCION	MARQUE X
SI	
NO	

##### 5. ¿HA BUSCADO ESTAS FRASES FRECUENTES PARA LA BUSQUEDA?

<a href="http://www.cuenca.com">www.cuenca.com</a>	SI __	NO __
QUE VISITAR EN CUENCA (buscador google)	SI __	NO __



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 1.2.3. Resultado de las encuestas realizadas

**ANEXO 3:** Modelo de encuesta para utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca

**ANEXO 4:** Tabulación de datos de la primera encuesta

#### P1. ¿Cuál es el tiempo que durará su estancia en la ciudad de Cuenca?

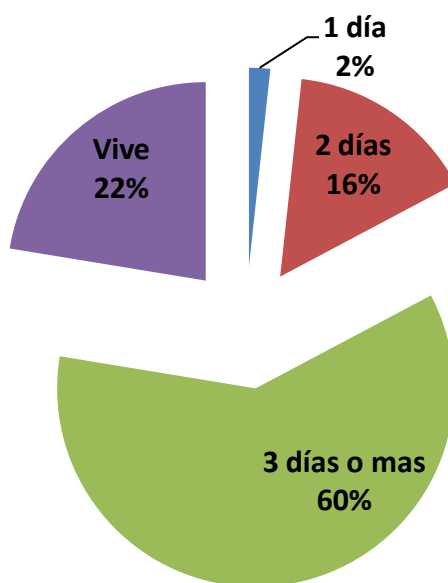


Ilustración 2 ¿Cuál es el tiempo que durará su estancia en la ciudad de Cuenca?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Es importante anotar que la estancia promedio de un visitante nacional o extranjero en la ciudad de Cuenca varía entre los siguientes porcentajes:

El 2% permanecen 1 día

El 16% permanecen 2 días

El 60% permanecen 3 días o más y,

El 22% son residentes actualmente.

El resultado con mayor porcentaje, de la estadía promedio de una persona dentro de la ciudad de la ciudad de Cuenca entre 3 días o más.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P2. ¿Durante su estancia realiza un city tour por Cuenca?

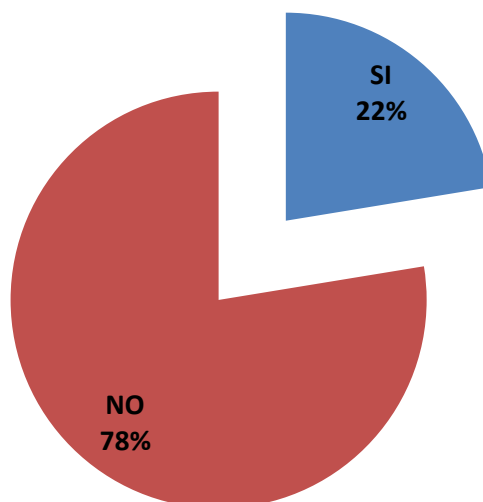


Ilustración 3 ¿Durante su estancia realiza un city tour por Cuenca?

Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Como parte de ésta investigación se indagó a los turistas que visitaban El Barranco, si es que lo habían realizado por medio de un city tour contratado en alguna agencia u operadora turística y, en caso de que la respuesta hubiese sido negativa, se les consultó cual fue la fuente de información mediante la cual se basaron para llegar hacia éste sector. El resultado que se obtuvo con esta pregunta fue que un 22% de los turistas encuestados realizaron un city tour por Cuenca en el que incluía el sector de El Barranco y, el 78% de ellos respondieron que no tomaron un city tour y llegaron a conocer el sitio realizando caminatas o paseos por iniciativa propia. Este resultado permite aseverar que la mayoría de turistas prefieren conocer la ciudad de Cuenca y sus atractivos de manera directa, sin intermediarios.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P3. ¿Utiliza páginas web para encontrar el destino antes de visitarlo?

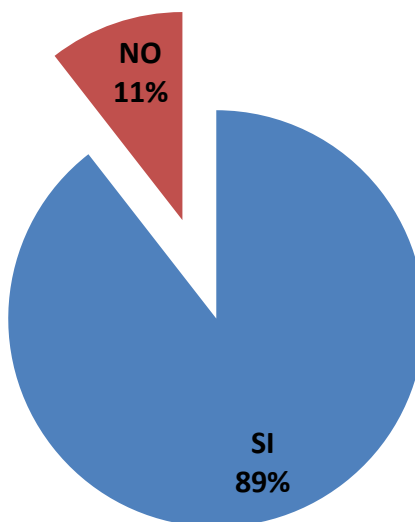


Ilustración 4 ¿Usa páginas web para encontrar el destino antes de visitarlo?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Hoy en día el uso del Internet a través de sus navegadores, es muy común en la generalidad de la población, sin distinguir edades, por lo que se consideró muy importante investigar cuantos de los turistas encuestados utilizaron páginas web para encontrar el destino antes de visitarlo, ya sea la ciudad de Cuenca, o propiamente El Barranco o, cualquier otro destino del mundo.

Se determinó que un 89% de los encuestados utilizan páginas web para encontrar el destino antes de visitarlo y, apenas un 11% no las usan, sin embargo fue interesante descubrir que utilizan otros medios como por ejemplo libros, ITUR (establecimiento que brinda de forma gratuita información turística del lugar), recomendación de familiares o amigos, entre otros, más adelante se especificará el método usado por nuestros turistas para encontrar su destino.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**P4. Si la afirmación anterior fue positiva.**

**¿Ha buscado atractivos en la ciudad de Cuenca para visitar?**

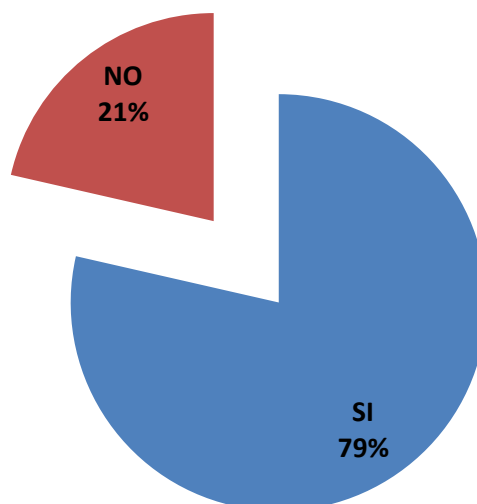


Ilustración 5 ¿Ha buscado atractivos en la ciudad de Cuenca para visitar?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

En caso de que la afirmación anterior resultara positiva, se consideró necesario investigar ¿cuántas de las personas encuestadas han buscado atractivos en la ciudad de Cuenca para visitar?

En esta interrogante se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 79% si han buscado atractivos en la ciudad de Cuenca para visitar
- El 21% no lo han hecho.

Fue interesante conocer que en su mayoría realizan la búsqueda de muchas ciudades del mundo, en algunos casos de las más populares y en otros de las más promocionadas, es decir las que más publicidad ofrecen.

Este resultado es muy halagador para la ciudad de Cuenca, ya que la mayoría de los turistas si se han interesado en obtener información ya sea por medio de fotografías o información proporcionada a través de Internet.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P5. ¿Ha buscado estas frases frecuentes para la búsqueda?

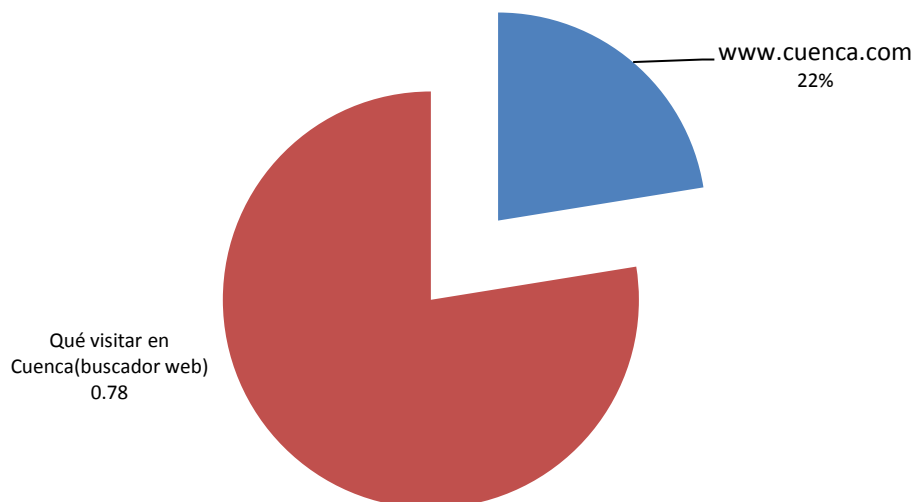


Ilustración 6 ¿Ha buscado estas frases frecuentes para la búsqueda?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Dentro de las búsquedas que se realizan a través del Internet, existen preguntas frecuentes y, para filtrar más información acerca del uso de páginas web por parte de los turistas encuestados se indagó sobre cuál es la frase más frecuente de búsqueda en Internet por parte de quienes las han realizado, obteniendo como resultado que un 22% ha usado la frase [www.cuenca.com](http://www.cuenca.com) y un 78% ha utilizado la frase: ¿qué visitar en Cuenca? en algún buscador web, siendo la segunda la gran mayoría.



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **1.2.1. Utilización de páginas web por parte de los turistas que visitan la ciudad de Cuenca para buscar información sobre El Barranco.**

La siguiente investigación realizada por medio de encuestas se utilizó para definir el nivel de utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan la ciudad de Cuenca para buscar información sobre el área de El Barranco.

Existe un gran potencial para el desarrollo de la promoción de destinos turísticos en el internet, pero en su mayoría son destinos muy populares que tienen gran afluencia de turistas. Para obtener información sobre la búsqueda del destino El Barranco por medio de páginas web, se consideró necesario realizar la siguiente encuesta.

#### **Modelo de encuesta**

##### **TESIS PREVIA A LA OBTENSIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO**

Utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca, y que buscan información sobre El Barranco



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

A continuación encontrará una serie de preguntas. Reflexione cuidadosamente sobre su experiencia y responda con franqueza. Para contestar marque con una X el espacio en el casillero que refleja de modo más exacto su opinión. ESCOJA POR FAVOR UNA SOLA OPCION.

**1. ¿ALGUNA VEZ HA ESCUCHADO SOBRE LA EXISTENCIA DE “EL BARRANCO DE CUENCA” COMO UN LUGAR PARA VISITAR?**

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2. ¿HA REALIZADO BUSQUEDAS EN INTERNET DEL DESTINO CUENCA CON RESULTADOS DEL BARRANCO?**

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**3. ¿HA ENCONTRADO INFORMACION DE QUE VISITAR EN EL BARRANCO?**

MUSEO DEL SOMBRERO	<input type="checkbox"/>
CASA DE LOS ARCOS	<input type="checkbox"/>
EL VADO	<input type="checkbox"/>
BARES	<input type="checkbox"/>
RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
CAFETERIAS	<input type="checkbox"/>
MERCADO 10 DE AGOSTO	<input type="checkbox"/>
MUSEO DE CULTURAS ABORIGENES	<input type="checkbox"/>
VESTIGIOS DE TODOS SANTOS	<input type="checkbox"/>
IGLESIA DE TODOS SANTOS	<input type="checkbox"/>
RUINAS DE PUMAPUNGO	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>

**4. PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN SOBRE EL BARRANCO ¿CUANTOS CLICS TUVO QUE HACER APROXIMADOS PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN DE SU PREFERENCIA?**

2 CLIKS	3 CLIKS	MAS DE 3 CLIKS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. DEFINA ¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN ENCONTRÓ?**

GASTRONÓMICA	<input type="checkbox"/>
MUSEOS	<input type="checkbox"/>
RUINAS	<input type="checkbox"/>
CASAS PATRIMONIO CULTURAL DE CUENCA	<input type="checkbox"/>
CULTURAL	<input type="checkbox"/>



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 1.2.4. Resultado de las encuestas realizadas

**ANEXO 5:** Utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca, y que buscan información sobre El Barranco

**ANEXO 6:** Tabulación de datos de la segunda encuesta

**P1. ¿Alguna vez ha escuchado sobre la existencia de El Barranco de Cuenca como lugar para visitar?**

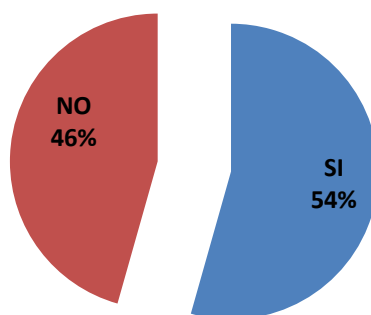


Ilustración 7. ¿Le han mencionado la existencia de El Barranco como un lugar para visitar?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Un 54% de los encuestados han escuchado sobre la existencia de El Barranco de Cuenca como un lugar para visitar y, un 46% nunca obtuvo información previa a su visita.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**P2. ¿Ha realizado búsquedas en internet del destino Cuenca con resultados del Barranco?**

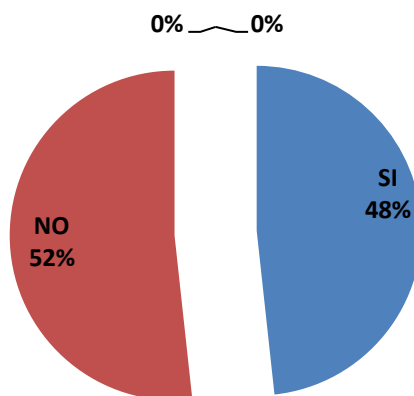


Ilustración 8 Ha realizado búsquedas en Internet del destino Cuenca con resultados de El Barranco?

Autor: Karolina Aspiazu Hinojosa e Isabel Bonilla Cando

Investigando actualmente en internet en busca de información acerca del Barranco de Cuenca se ha constatado de que es muy escasa y lo poco que existe en su gran mayoría no está ofertado al público es decir no existe una promoción que indique cada atractivo que se encuentra en la zona de El Barranco, por lo que se incluyó en ésta encuesta cuántas personas han realizado búsquedas en internet del destino Cuenca con resultados específicamente sobre El Barranco, obteniendo como resultado que un 52%, es decir, la mayoría respondió que sí han realizado búsquedas en internet con resultados de El Barranco y un 48% respondió que no. Determinando que la diferencia en porcentajes no es mucha sin embargo cabe recalcar que los turistas comentaban que solo encontraban imágenes del sitio sin especificación alguna.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P3. ¿Ha encontrado información de qué atractivos visitar en El Barranco?

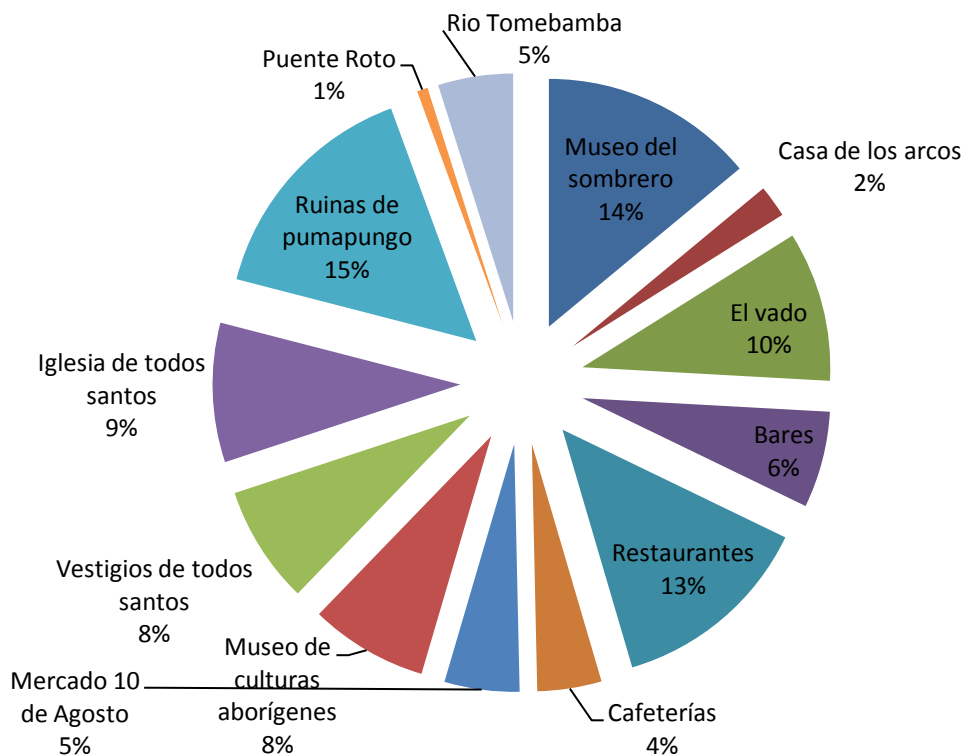


Ilustración 9 ¿Ha encontrado información de qué visitar en El Barranco?

Autor: Karolina Aspiazu Hinostraza e Isabel Bonilla Cando

A los turistas que si encontraron información acerca de El Barranco se solicitó indicar sobre qué lugares fue que encontraron la misma, siendo los resultados son los siguientes:

- 14% Museo del Sombrero,
- 2% La Casa de los Arcos,
- 10% El sector de El Vado,
- 6% Bares aledaños,
- 13% Restaurantes,
- 4% Cafeterías,
- 5% El Mercado 10 de Agosto,
- 8% El Museo de Culturas Aborígenes,
- 8% Todos Santos,
- 9% La Iglesia Todos Santos,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- 15% Las Ruinas de Pumapungo,
- 1% El Puente Roto y,
- 5% El Río Tomebamba.

Se puede afirmar que el atractivo con mayor información en internet son las Ruinas de Pumapungo.

### **P4. Para encontrar información sobre el barranco ¿Cuántos clics tuvo que hacer aproximados para encontrar información de su preferencia?**

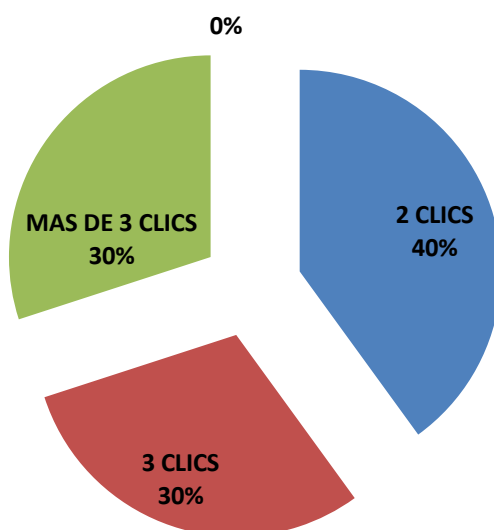


Ilustración 10 ¿Cuántos clics tuvo que hacer aproximados para encontrar información?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Esta pregunta permite conocer la rapidez con la que encontró el visitante la información aspirada.

A sabiendas de que mientras más comodidad, rapidez y eficacia se brinde a los clientes se obtendrá más satisfacción y por ende buena reputación e imagen del producto que se oferta, la propuesta de este estudio es implementar una página web, que tenga todas las preferencias investigadas, por ello se indagó cuán rápido encontraron la información que necesitaban los turistas en internet. Obteniendo como resultado que además de digitar textos con nombres de destinos a visitar un 40% realizaron 2 clics para obtener información acerca de.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P5. Defina ¿Qué tipo de información encontró?

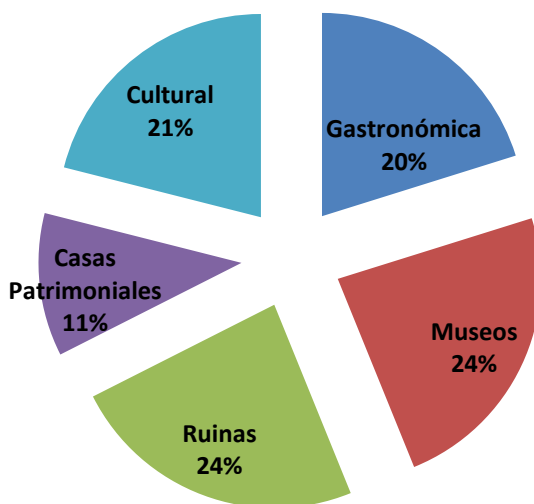


Ilustración 11 Defina ¿Qué tipo de información encontró?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinojosa e Isabel Bonilla Cando

La siguiente pregunta se orientó a definir el tipo de información encontrada, de la cual un 20% adquirió información gastronómica, un 24% información de museos, un 24% información de ruinas, un 11% de casas patrimoniales, y un 21% información cultural. Dando como resultado que la mayoría de información que se encuentra en el internet según los visitantes son las ruinas y museos del sector.

### 1.3. Uso de las páginas web por operadores de turismo y agencias de viajes para ofertar el destino El Barranco.

Otro aspecto importante a considerar en éste estudio, es la oferta que entregan los operadores de turismo y las agencias de viajes a los potenciales turistas de la ciudad de Cuenca, en referencia a El Barranco.

Para este fin, se ha considerado en primera instancia, tener una clara idea de lo que es una Agencia de Viaje, Operador Turístico y Turismo Receptivo.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En este contexto, cabe indicar que una Agencia de Viajes es una empresa intermediaria entre la oferta y la demanda en el sector turístico, la misma que tiene como actividad, principalmente en los mercados de origen es, técnicamente, una función de mediación entre la oferta y la demanda; realizan una función de comercialización de la oferta turística, comunicando y distribuyendo el producto turístico. (Organización Mundial de Turismo OMT).

Los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final es decir el turista, la demanda turística y el producto turístico es decir el bien o servicio, destino turístico, aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restauración, hotel, conjunto de la oferta de alojamiento entre otras). A éstos se los clasifica según el país donde estén instauradas; perteneciendo a una de éstas clasificaciones los Operadores Turísticos quienes a su vez se encargan de vender el producto nacional al público ya sea ésta directamente dentro del país o fuera del mismo, denominándose Turismo Receptivo (Organización Mundial de Turismo OMT).

### **1.3.1. Determinación de Muestra para aplicación de encuestas a Agencias de Viajes y Operadores Turísticos en nuestra ciudad.**

Para obtener información referente al nivel de oferta por parte de las Agencias de Viajes y Operadores Turísticos, en relación al sector de El Barranco, se acudió a las consideradas fuentes primarias y precisamente ahí fue en donde se realizaron las encuestas, cuyas preguntas se detallan seguidamente.

La muestra que se utilizó fue una “Muestra aleatoria simple”, al igual que en las encuestas realizadas a los turistas.

Las encuestas fueron realizadas a 10 empresas turísticas, entre ellas agencias de viajes y operadoras de turismo.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 1.3.2. Modelo de encuesta aplicada

En estas encuestas tomamos un universo de 10 establecimientos ya que en el mercado turístico de Cuenca no existe gran número de operadoras turísticas y agencias de viaje.

#### TESIS PREVIA A LA OBTENSIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO

A continuación encontrará una serie de preguntas. Reflexione cuidadosamente sobre su experiencia y responda con franqueza. Para contestar marque con una X el espacio en el casillero que refleja de modo más exacto su opinión.  
ESCOJA POR FAVOR UNA SOLA OPCIÓN.

##### ENCUESTA PARA DEFINIR EL USO DE PÁGINAS WEB POR OPERADORES DE TURISMO Y AGENCIAS DE VIAJES PARA OFERTAR EL DESTINO EL BARRANCO

###### 1. SELECCIONE SU CATEGORIZACIÓN:

OPERADOR TURISTICO

AGENCIA DE VIAJES

###### 2. ¿OFERTA CITYS TOUR DE LA CIUDAD DE CUENCA?

SI	NO

###### 3. SI SU RESPUESTA ES "SI" ¿INCLUYE EL CITY TOUR AL BARRANCO DE CUENCA?

SI	NO

###### 4. SI SU RESPUESTA ES "SI" SELECCIONE: ¿CUAL DE LOS SIGUIENTES LUGARES VISITA DENTRO DEL CITY TOUR?

RUINAS PUMAPUNGO	
RUINAS DE TODOS SANTOS	
CASA DE LOS ARCOS	
CAMINATA POR PASEO 3 DE NOVIEMBRE	
RESTAURANTES	
BARES	
HISTORIA DEL RIO TOMBAMBA	
IGLESIA DE TODOS SANTOS	
HOTELES	
CUAL	

###### 5. ¿SU OPERADOR TURISTICO/AGENCIA DE VIAJES POSEE PAGINA WEB EN LINEA DISPONIBLE?

SI	NO

###### 5. PROMOCIONA ESTA INFORMACION SOBRE EL BARRANCO POR MEDIO DE SU PAGINA WEB?

SI	NO

### 1.3.3. Resultado de las encuestas realizadas

**ANEXO 7:** Utilización de las páginas web por parte de los operadores de turismo y agencias de viajes para ofertar El Barranco como destino turístico.

**ANEXO 8:** Tabulación de datos de la tercera encuesta.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P1. Seleccione su categorización

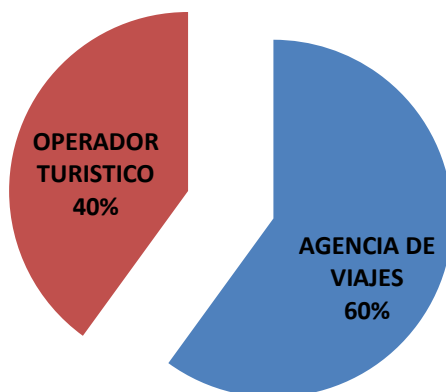


Ilustración 10. Seleccione su categorización  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Como resultado se obtuvo que 6 de las 10 agencias de viajes encuestadas corresponden a Operadores Turísticos que representan el 60 % del mercado en Cuenca y 4 agencias de viajes que representan el 40%, cabe recalcar que también existen algunas combinaciones de las dos definiciones, debido a que realizan las dos funciones.

### P2. ¿Oferta city tours de la ciudad de Cuenca?

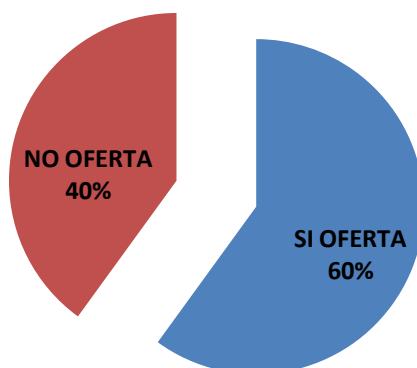


Ilustración 11. ¿Se oferta city tours la ciudad de Cuenca?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para conocer si la ciudad de Cuenca es ofertada como destino turístico, se realizó esta pregunta, en la que se obtuvo como resultado que 6 de las 10 agencias de viajes y operadoras turísticas si ofertan city tour de la ciudad de Cuenca representando un 60%, mientras el 4 no la ofertan representando un 40%.

### **P3. Si la respuesta anterior fue "sí" ¿Incluye el city tour a El Barranco de Cuenca?**

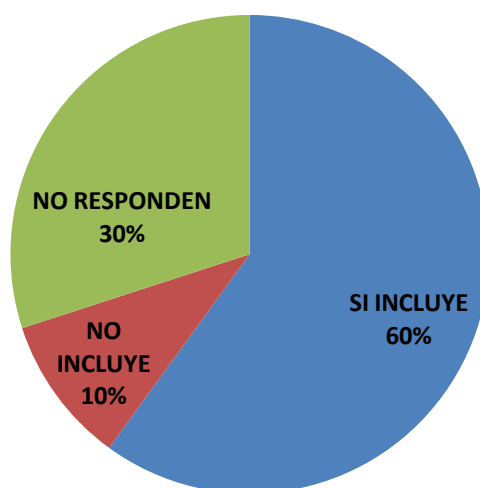


Ilustración 12. ¿Incluye el city tour al sector de El Barranco de Cuenca?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Luego de filtrar la pregunta anterior para quienes sí ofertan a la ciudad de Cuenca como destino turístico, se preguntó si el city tour en la ciudad incluye un paseo por El Barranco, ante lo cual se determinó que un 60% sí lo hace; el 10% no lo incluye y, un 30% no conocía el recorrido.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P4. ¿Cuál de los siguientes lugares visita dentro del city tour?

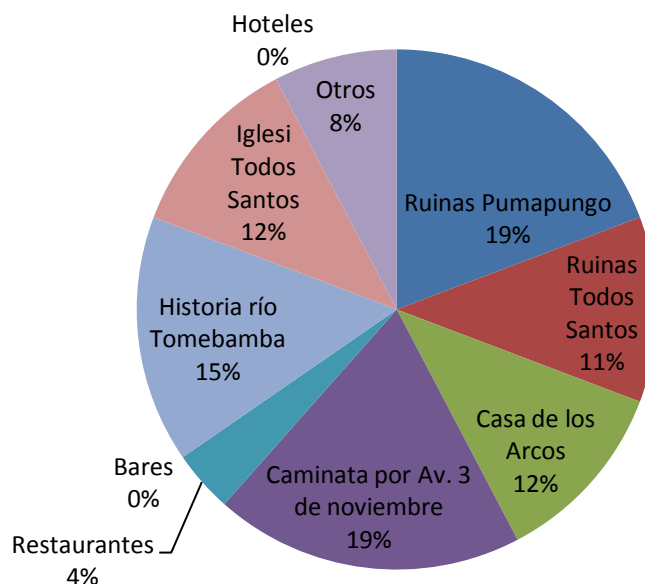


Ilustración 13. ¿Cuál de los siguientes lugares visita dentro del city tour?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

En relación a la pregunta anterior, se estableció un segundo filtro en la encuesta para llegar al objetivo de este estudio, El Barranco de Cuenca para lo cual se consultó los lugares que se incluyen en las ofertas, teniendo como resultado que dentro de los lugares visitados en el city tour se encuentran:

- 19% Caminata por el Paseo 3 de Noviembre
- 19% Ruinas de Pumapungo,
- 15% Rio Tomebamba;
- 12% La Casa de los Arcos,
- 11% Las Ruinas de Todos Santos,
- 8% El Puente Roto y Museo del Sombrero, que se encuentran dentro de la clasificación de Otros,
- 4% Restaurantes



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**P5. ¿Su operador turístico o agencia de viajes cuenta con una página web en línea disponible?**

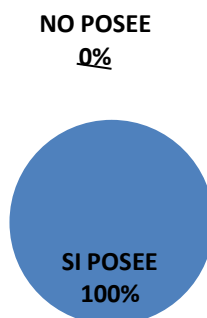


Ilustración 14. ¿Cuenta con una página Web en línea disponible?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Las 10 empresas turísticas encuestadas respondieron que “sí” cuentan con una página web propia disponible en línea, ya que se analizará posteriormente, la manera más idónea hoy en día para promocionar cualquier producto es por medio de la red.

**P6. ¿Promociona esta información sobre El Barranco de Cuenca por medio de su página web?**

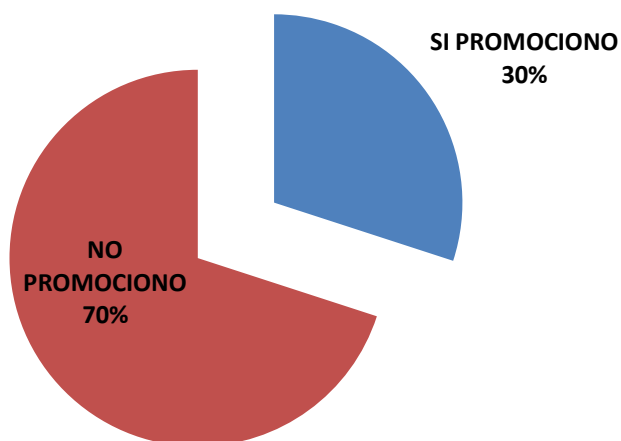


Ilustración 15. ¿Promociona El Barranco de Cuenca por medio de su página web?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para conocer si el sector de El Barranco es un lugar ofertado por medio de internet en las páginas web, se indagó si las agencias de viajes u operadores turísticos promocionan por medio de sus portales web a El Barranco.

En ésta pregunta se obtuvieron los siguientes resultados:

- 30% sí lo promociona, sin embargo es importante recalcar que la promoción es en conjunto con otros atractivos.
- 70% no lo promocionan, sin embargo publicitan imágenes de ciertos atractivos que se encuentran en el sector de El Barranco.





## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **CAPÍTULO 2**

#### **ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE LA DEMANDA EN EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA**

En este capítulo se pretende determinar el perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca y concretamente el Sector de El Barranco del Río Tomebamba, para conseguir este objetivo se ha planteado un análisis cualitativo y cuantitativo de la demanda por parte de los potenciales turistas.

Por métodos cuantitativos los investigadores se refieren a las técnicas experimentales aleatorias, cuasi-experimentales, test, objetivos de lápiz y papel, análisis estadísticos multivariados, estudios de muestras, etc. En contraste, y entre los métodos cualitativos, figuran la etnografía, los estudios de caso, las entrevistas en profundidad y la observación participativa. Cada uno de estos tipos metodológicos, es decir el cuantitativo y el cualitativo, tiene un grupo de partidarios quienes afirman que sus métodos preferidos son los mejor adecuados para la evaluación. (Tomas D. Cook, Ch.S.Reichardt)

##### **2.1. Modelo de encuesta aplicada**

En estas encuestas tomamos un universo de 10 establecimientos ya que en el mercado turístico de Cuenca no existe gran número de operadoras turísticas y agencias de viaje.

##### **2.2. Análisis del perfil del turista que visita El Barranco**

Para definir el perfil de los potenciales turistas se determinó la necesidad de realizar una investigación por medio de encuestas directas a los visitantes que se encontraban realizando un recorrido por el sector del Barranco de Cuenca, por este motivo el muestreo que se escogió fue el aleatorio simple, el mismo que ha sido abordado en el capítulo que precede.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.1. Modelo de Encuesta para determinar el perfil de los potenciales turistas

#### PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DE EL BARRANCO POR MEDIO DE UN PORTAL WEB 2015

1. Seleccione su nacionalidad

Ecuatoriana	americana	europaea	otro

2. Seleccione su edad

entre 18 y 30	entre 31 y 50	entre 51 y 75

3. Seleccione su sexo

Femenino	masculino

4. Seleccione su estado civil

Soltero	casado	divorciado	separado	unión libre	viudo

5. Seleccione su tiempo de permanencia en la ciudad de Cuenca

1 día	2 días	3 o más días	reside aquí

6. ¿Cómo se interesó en venir al barranco?

por medio de internet	por Agencias de viajes/ operadores	por recomendación de amigos	caminando	otros

7. ¿Usted ha tenido un conocimiento previo sobre El Barranco?

Si	no

8. ¿Cuál fue su principal motivación para visitar El Barranco?

Restaurantes		Museo Culturas Aborígenes	
Bares		Ruinas Todos Santos	
El Vado		Casas patrimoniales	
Cafeterías		Paisaje	
Ruinas Pumapungo		sendero	

9. ¿Le parece una buena idea encontrar una página web sobre todo lo que puede encontrar en El Barranco de Cuenca?

Si	no

10. ¿Qué le gustaría encontrar en la página web?

Imágenes		listado de atractivos	
Videos		colores fosforescentes	
una ruta virtual		colores pasteles	
variedad de colores		horarios de atención de lugares de El Barranco	
información histórica			
información básica			



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 2.2.2. Resultado de las encuestas realizadas

**ANEXO 9:** Encuesta para determinar el perfil de los posibles turistas de la zona de El Barranco del Río Tomebamba.

**ANEXO 10:** Tabulación de datos de la cuarta encuesta

#### P1. Seleccione su nacionalidad

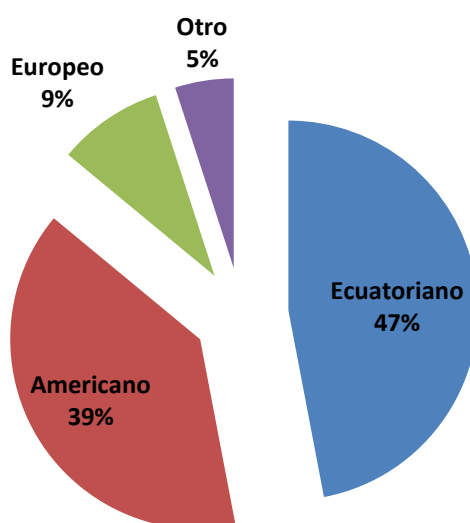


Ilustración 16 Seleccione su nacionalidad  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

El resultado de las encuestas realizadas a personas que se encontraban visitando el sector de El Barranco durante los días sábados y domingos del mes de marzo y abril del 2015, fue el siguiente:

El 50% es decir la mitad de personas que visitaron el sector de El Barranco son de nacionalidad ecuatoriana, el 41% son americanos, el 9% europeos y, el 5% pertenecían a otras nacionalidades.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P2. Seleccione su edad

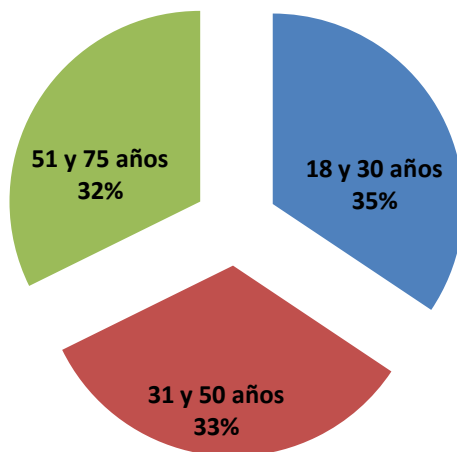


Ilustración 17 Seleccione su edad  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

El resultado que se obtuvo con esta pregunta fue que, un 32% de los visitantes se encuentran en entre 18 y 30 años; un 33% están entre 31 y 50 años y, un 35% están entre los 51 y 75 años.

### P3. Seleccione su sexo

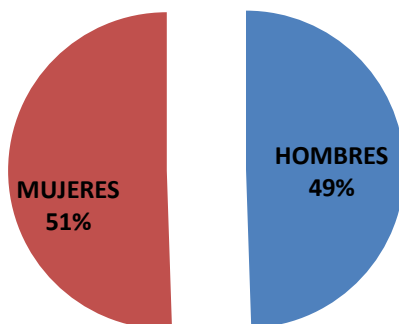


Ilustración 18. Seleccione su sexo  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La mayoría de visitantes que recorren el sector del Barranco son mujeres con un 51% y varones con un 49%, existiendo una diferencia mínima.

### P4. Seleccione su estado civil

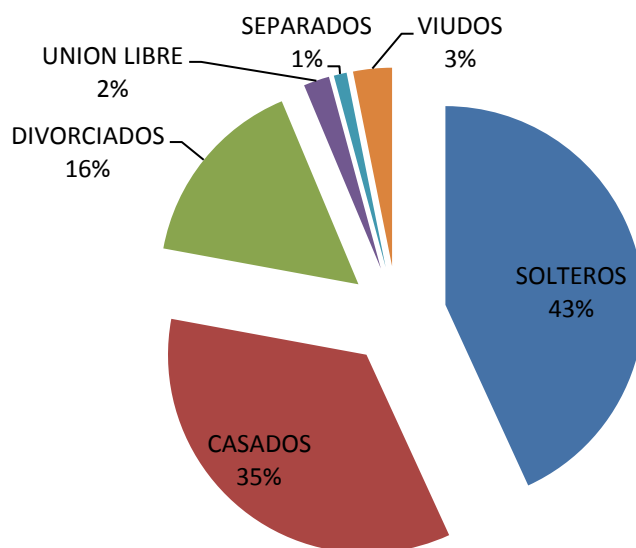


Ilustración 19. Seleccione su estado civil  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

El estado civil de nuestros visitantes se estableció de la siguiente manera: 43% solteros, 35% casados, 16% divorciados, 2% unión libre, un 1% separados y un 3% viudos, siendo la mayoría de turistas solteros.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P5. Seleccione su tiempo de Permanencia en la ciudad de Cuenca

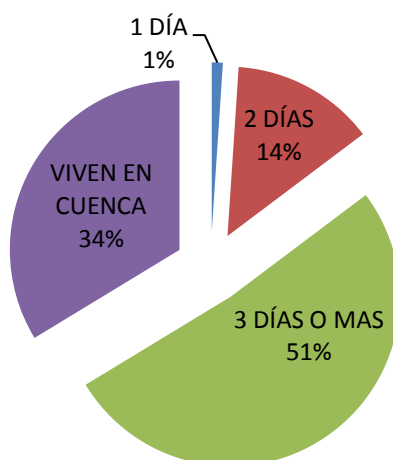


Ilustración 20. Seleccione su tiempo de Permanencia en la ciudad de Cuenca  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Se determinó que la estadía de un turista para recorrer y conocer la ciudad de Cuenca incluyendo el sector de El Barranco es de: 1% permanecen 1 día, 14% se quedan 2 días, 51% permanecen 3 o más días y, 34% viven en la ciudad y recorren el sector de El Barranco. Siendo la mayoría de turistas los que se quedan en la ciudad por 3 días o más.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P6. ¿Cómo se interesó en venir al Barranco?

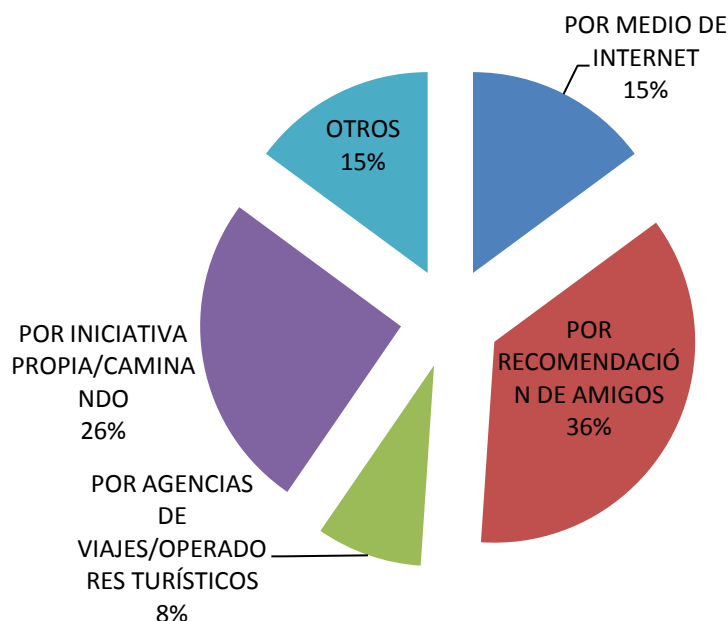


Ilustración 21. ¿Cómo se interesó en venir a El Barranco?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Los turistas encuestados se interesaron en visitar El Barranco de la siguiente manera:

- 15% obtuvieron conocimientos del sector de El Barranco por medio de internet,
- 36% fueron recomendados por amigos
- 8% fueron llevados por un operador turístico o agencia de viaje,
- 26% se interesaron en visitar el Barranco por iniciativa propia, es decir caminando, explorando la ciudad,
- 15% tuvieron otros intereses como por ejemplo invitación a eventos en la ciudad, obteniendo información por medio de libros, traídos por familiares residentes en la ciudad, entre otros.

Concluimos que, la mayoría de turistas interesados en recorrer el sector del Barranco por recomendación de amistades.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P7. ¿Usted ha tenido conocimiento previo sobre el Barranco de Cuenca?

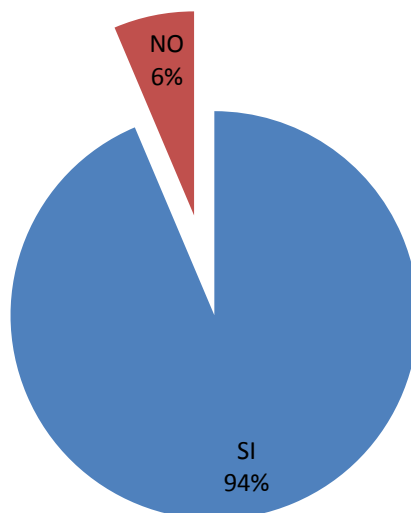


Ilustración 22 ¿Usted ha tenido conocimiento previo sobre el Barranco de Cuenca?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinojosa e Isabel Bonilla Cando

Los turistas que visitaron El Barranco en meses de marzo y abril de 2015 si tuvieron un conocimiento previo sobre este sector, es decir: el 94% de los encuestados afirmaron haber tenido conocimiento, y apenas el 6% no tuvieron conocimientos previos de que visitarían el Barranco de Cuenca.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P8. ¿Cuál fue su principal motivación para visitar El Barranco?

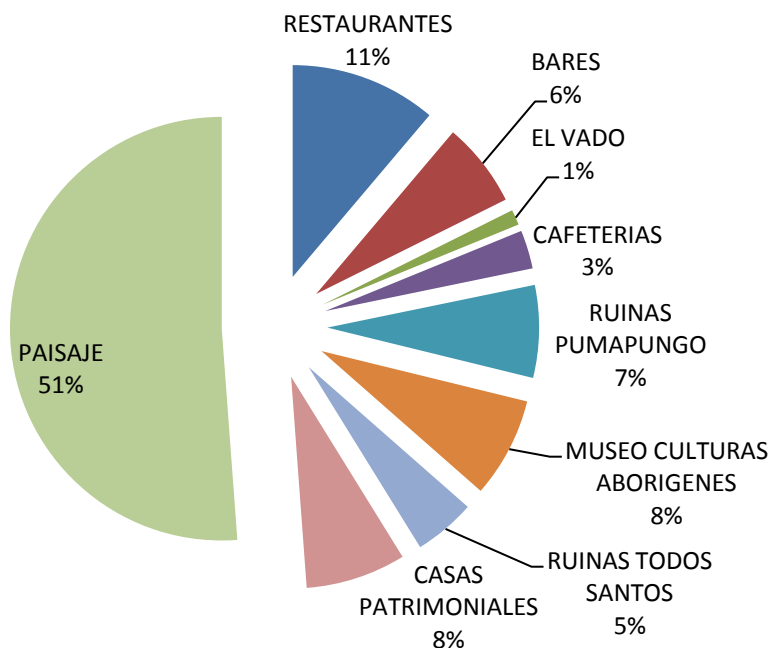


Ilustración 23 ¿Cuál fue su principal motivación para visitar el barranco?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinojosa e Isabel Bonilla Cando

Hemos definido cuales son los principales atractivos del Barranco para los turistas que visitaron este sector, siendo el paisaje la mayor atracción con un 51%, los restaurantes un 11%, los bares un 6%, el sector del Vado un 1%, cafeterías un 3 por ciento, las ruinas de Pumapungo un 7%, el museo de culturas aborígenes un 8%, las ruinas de todos santos un 5%, y las casas patrimoniales un 8%.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**P9. ¿Le parece una buena idea encontrar una página web sobre todo lo que puede encontrar en el sector del Barranco de Cuenca?**

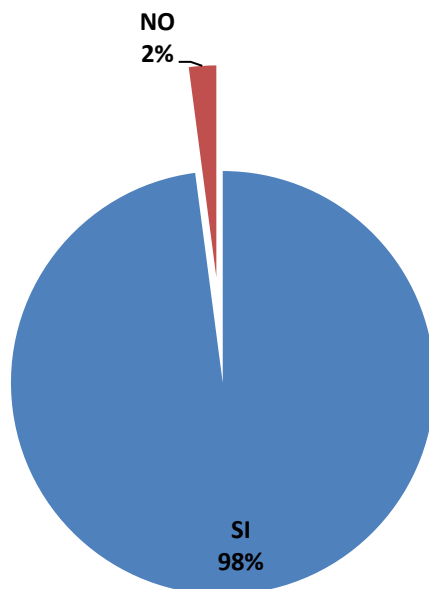


Ilustración 24. ¿Le parece una buena idea encontrar una página web sobre todo lo que puede encontrar en el sector de El Barranco de Cuenca?

Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Con esta pregunta se pretendió ratificar la aceptación de la presente propuesta de promoción turística de El Barranco por medio de un portal web; en la misma obtuvimos un 98% de confirmación, lo que indica que producto turístico que éste estudio pretende oferta tendrá excelente acogida ya que apenas un 2% no tuvo interés en la idea.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P10. ¿Qué le gustaría encontrar en la página web del Barranco?

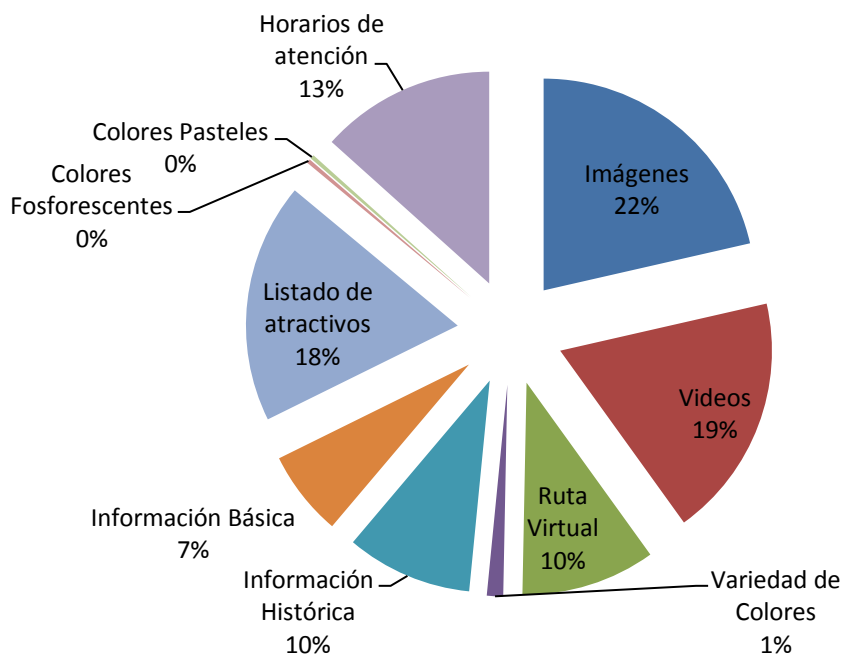


Ilustración 25 ¿Qué le gustaría encontrar en la página web del Barranco?  
Autor: Karolina Aspiazu Hinojosa e Isabel Bonilla Cando

Para complementar la información necesaria para la propuesta del Portal Web de El Barrano se investigó cuáles son las preferencias de los visitantes, sus respuestas fueron las siguientes:

- 22% imágenes,
- 19% videos,
- 10% una ruta virtual,
- 1% variedad de colores,
- 10% información histórica,
- 7% información básica,
- 18% listado de atractivos,
- 13% horarios de atención de lugares ubicados en el sector del Barranco.

Se puede afirmar que la mayoría de visitantes les gustaría encontrar imágenes.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### **Recomendaciones adicionales:**

Durante la realización de las encuestas, los visitantes aportaron con importantes recomendaciones para incorporar en el Portal Web, entre otras: fomentar la importancia de la limpieza del sector, adjuntar un mapa, adicionar los distintos eventos que se realizan tanto en áreas verdes como en locales comerciales, nombrar las distintas especies de plantas de las riberas del río Tomebamba, mencionar las distintas actividades que se pueden realizar en áreas verdes y áreas sociales como deportes extremos y menús que ofrecen los establecimientos de comida.

### **2.2.3. Determinación del perfil del turista que visita El Barranco del Río Tomebamba en la Ciudad de Cuenca**

Para definir nuestro perfil de cliente debemos tener claro que los clientes son los consumidores.

Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y los mercados de consumo son población que envejece, mayor número de mujeres que trabajan, matrimonios a edad avanzada, mayor incidencia de divorcios y familias más pequeñas, surgimiento de distintos grupos étnicos. (Kotler)

Para lograr que un cliente consuma, Kotler, afirma que si éste se encuentra solo, por lo regular, no comprarán suficientes productos de la empresa. Por tanto, ésta debe emprender un esfuerzo agresivo de ventas y promoción. La mayoría de empresas practica el concepto de venta cuando tiene capacidad excedente. Su objetivo es vender lo que hace, no hacer lo que el mercado desea.

Sin embargo no se debe dejar de lado las necesidades del consumidor. Una empresa puede definir su mercado meta, pero tal vez incurra en omisiones en cuanto a comprender por completo las necesidades del cliente. Pueden distinguirse cinco tipos:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

1. Necesidades que se manifiestan.
2. Necesidades reales.
3. Necesidades que no se manifiestan.
4. Necesidades placenteras.
5. Necesidades secretas.

Esto ayudará para definir si concentrarse en uno o más segmentos del mercado, en vez, de participar en todo el mercado. (Kotler)

Luego de analizadas las respuestas de los encuestados, se puede definir el perfil de los potenciales clientes que visitarán la zona de El Barranco del Río Tomebamba en la ciudad de Cuenca, siendo éste el que se detalla a continuación:

Los potenciales clientes en su mayoría son ecuatorianas, de género femenino, sin descartar también al género masculino ya que hubo un buen porcentaje, la gran mayoría oscila entre los 18 y 30 años de edad, solteros, permanecerán en la ciudad entre 3 días o más; se interesaron en conocer El Barranco por medio de recomendación de amistades, pero no tuvieron un conocimiento previo del sector sino hasta que llegaron a la ciudad; En su mayoría se motivaron en venir por el bello paisaje del lugar, del río Tomebamba. Casi a todos los turistas les gustaría la idea de poder encontrar una página web sobre todo algo específico de El Barranco, de preferencia les interesaría encontrar imágenes y videos de esta zona icónica de la ciudad de Cuenca.

### **2.3. Medios utilizados por los turistas para conseguir información sobre el destino y el atractivo**

Para definir cuáles son los medios usados por los turistas que visitan el sector de El Barranco, se ha realizado un sondeo por medio de encuestas, utilizando la misma metodología que se ha detallado en los puntos anteriores, es decir entrevistas mediante el muestreo aleatorio simple a todos los visitantes que se



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

encontraron en la zona de El Barranco durante los meses de marzo y abril del presente año.

### 2.3.1. Modelo de Encuesta para definir los medios que utilizan los turistas para conseguir información sobre el destino y el atractivo

#### PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DE EL BARRANCO POR MEDIO DE UN PORTAL WEB 2015

1. Seleccione el medio que usó para conseguir información sobre el destino y el atractivo:

OPCION	ELIJA UNA OPCIÓN
Buscador Google	
Buscador Ask.com ( motor de búsqueda en Internet)	
Buscador URL ejemplo: (www.barranco.com)	
Búsqueda en páginas de operadores turísticos/agencias de viajes en Cuenca	
Recomendación de turistas que ya han visitado el Barranco de Cuenca	
Recomendación de algún amigo por medio de fotos/videos	
Preguntó a gente en las calles de cuenca que visitar	
Le recomendaron en el hotel donde se hospeda	
Un familiar lo trajo a conocer El Barranco	

### 2.3.2. Resultado de las encuestas realizadas

**ANEXO 11:** Encuesta para definir los medios que utilizan los turistas para conseguir información sobre el destino y el atractivo.

**ANEXO 12:** Tabulación de datos de la quinta encuesta



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### P1. Seleccione el medio que usó para conseguir información sobre el destino y el atractivo

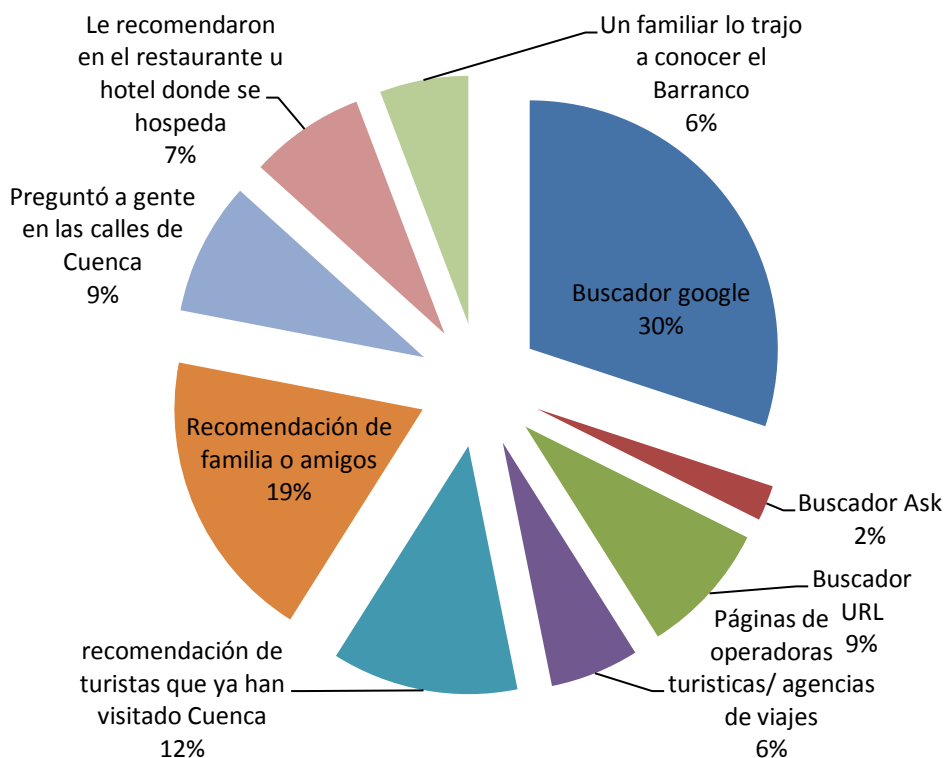


Ilustración 26 Medio que usó para conseguir información sobre el destino y el atractivo  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

El resultado de esta pregunta dio como resultado que los turistas en su mayoría, el 30% utilizan el método de buscador GOOGLE en internet, un 2% usan un buscador ask.com, motor de búsqueda de internet, un 9% usaron búsquedas URL [www.barranco.com](http://www.barranco.com), un 6% realizaron búsquedas por medio de páginas de operadores turísticos o agencias de viajes, un 12% se interesaron por comentarios de turistas que ya han visitado el sitio, un 19% fueron recomendados por algún amigo o familiar que les mostró fotografías o imágenes, un 9% preguntaron a la gente en las calles de la ciudad de Cuenca sobre qué visitar, un 7% recibieron recomendaciones en el restaurante u hotel donde se hospedan y, un 6% fue traído por un familiar que conocía con anterioridad sobre el sector de El Barranco.



## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

Este resultado demuestra que el método más común y conocido por turistas que visitaron el sitio en los meses de marzo y abril del 2015 fue el buscador [www.google.com](http://www.google.com).





## **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

### **CAPÍTULO 3**

#### **DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA EL SECTOR DE EL BARRANCO EN CUENCA**

##### **3.1. Creación del portal web para el sector de El Barranco de Cuenca.**

El objetivo final de este proyecto, es la creación de un Portal Web mediante el cual se pueda promocionar como sitio obligatorio de visita para turistas nacionales y extranjeros al sector de El Barranco del Río Tomebamba en la ciudad de Cuenca.

Para mayor comprensión de lo que constituye la creación de un Portal Web, a continuación se presentan las siguientes definiciones básicas:

La Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM define que una página web es un documento digital en el que se puede encontrar información variada y numerosa en distintos tipos de formatos; esta aseveración se puede verificar con tan sólo teclear un tema en buscadores como: yahoo, google, altavista, entre muchos otros. En ellos aparecen listados de páginas web en los que se puede localizar una amplia gama de contenidos, ya sean definiciones cortas como documentos completos de investigaciones con su debido autor. (Coordinación de Publicaciones Digitales. DGSCA-Universidad Nacional Autónoma de México)

Las páginas web son el elemento básico de la World Wide Web, el servicio más exitoso de Internet [www.](http://www.), la misma UNAM afirma que son documentos digitales dinámicos, ya que hacen posible la ejecución de diferentes acciones, como por ejemplo difundir a cualquier parte del mundo un documento y otras páginas web, además de tener servicios y aplicaciones más complejos que hoy en día



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

son usados por profesionales de todas las ramas, ya que se puede encontrar información y programación de toda índole.

La UNAM también indica que las páginas web sirven para realizar publicaciones de todo tipo, ya sean informativos o publicitarios, mediante la utilización de imágenes, texto, sonidos, videos y animaciones con el fin de comunicar cualquier tipo de información que el usuario seleccione a su gusto e interés. (Coordinación de Publicaciones Digitales. DGSCA-Universidad Nacional Autónoma de México)

Para poder crear una página de buena calidad con la rapidez y capacidad de contenido necesaria para satisfacer las expectativas de los usuarios es necesario obtener un web hosting.

Un web hosting, o en ingles un alojamiento web se puede definir como un lugar para una página web o correo electrónico, el alojamiento web es en realidad un espacio en Internet para prácticamente cualquier tipo de información, sea archivos, sistemas, correos electrónicos, videos etc.

### **3.1.1. Determinación del Hosting apropiado para la propuesta Página Web de promoción de El Barranco**

Para crear una página web se puede obtener algunos tipos de hosting, existen varias compañías en internet que ofrecen a sus clientes mejores precios si contratan un plan de alojamiento "No Administrado" esto quiere decir que ellos se limitarán a ofrecer la conectividad, recursos, y todas las herramientas necesarias para administrar el plan contratado pero no le brindarán asistencia para los fallos, desconfiguraciones, o errores causados por la aplicación web que se esté ejecutando, ya sea un CMS, Control de Manual de Contenidos; archivos de PHP, Preprocesador de Hipertexto; HTML, Lenguaje de Marcado de Hipertexto; los cuales deben ser administrados enteramente por el



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Webmaster que es la persona responsable del mantenimiento o programación de un sitio web. (Universidad de Murcia)

En el caso de elegir un "Alojamiento Administrado" el cual normalmente conlleva un precio más alto ya que el soporte técnico incluye una cierta cantidad de incidencias / horas en el lapso de un mes o un año según el plan contratado, pudiendo solicitar ayuda para remediar problemas en su lenguaje de programación, errores de ejecución u otros similares. (WIKIPEDIA)

En base de las consideraciones expuestas, para la propuesta Página Web de promoción de El Barranco se obtendrá un hosting administrado, que tendrá un lapso de un año de duración con una base de datos abierta para poder modificar tanto texto como imágenes, animaciones, videos u otros elementos que contendrá ésta página.

### **3.2. Aspectos técnicos que deberán ser considerados para la construcción de un sitio web**

Existen ciertos aspectos técnicos de vital importancia para lograr una promoción web exitosa, donde al publicar una página en la red ésta cumpla con los estándares de calidad requeridos por los usuarios, para que de esta manera pueda alcanzar un alto grado de competitividad, frente al creciente número de páginas atractivas, funcionales e interactivas de destinos que se ofertan en la red.

Conforme lo establecido en el Manual de Posicionamiento en Buscadores de Miguel Ángel Álvarez, los contenidos a considerarse, son los que se detallan a continuación:

#### **3.2.1. El Contenido Escrito**

El contenido abarca toda la información tipo texto de la página web, la misma que puede estar dispuesta en variedad de textos, informativos y de promoción,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

herramientas multimedia que ayuden a diversificar la comunicación web, a continuación se detalla cada elemento del contenido escrito en la página web:

**El texto:** El contenido más importante de las páginas web se encuentra en los textos, los mismos que son una fuente muy importante de atracción de visitas, además pueden asegurar o no el retorno del visitante, si éste ingresa a la página y no encuentra lo que busca es muy probable que jamás regrese. Por ello es muy importante la elaboración correcta del contenido de los textos web. El texto web debe tener tipografía clara y un tamaño cómodo para la lectura, este es un factor muy importante para que el contenido pueda ser aprovechado por el usuario.

**La información que ofrece el texto:** La información que debe ofrecerse en los textos de una página web de promoción de un destino turístico debe ser útil, relevante y atractiva para el segmento de mercado específico al que se dirige la página. Ya que la información de la página web deberá en cierto grado mejorar la calidad de la experiencia del posible viajero, para ello la página debe contener:

- Generalidades del destino.
- Geografía, mapas.
- Huso horario, moneda.
- Historia, cultura, costumbres.
- Actividades, atractivos.
- Servicios: transporte, alojamiento, alimentación, esparcimiento telecomunicaciones, entre otros.
- Horarios de atención de cada atractivo.
- Recomendaciones, preguntas frecuentes.
- A más de la variedad de información es fundamental que todo dato publicado sea verídico para así no dañar la imagen del destino y crearle una mala reputación al sitio web.

(Juan Carlos Camus y Paulo Saavedra)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**La redacción del texto:** Debe ser breve, concisa y clara, evitando dejar fuera del contenido información realmente indispensable y llamativa.

Los parámetros a cumplir con el fin de lograr una buena redacción son:

- Usar la mitad de las palabras utilizadas por un medio escrito.
- En cada párrafo una sola idea.
- Cada tema o subtema con título o subtítulo claro que describa la información en los párrafos a continuación.
- Adecuada separación entre párrafos para mejorar la comprensión.

(Marcelo Bosch)

**La extensión del texto:** Es preciso saber que los usuarios de páginas web generalmente observan en primera instancia el texto en vez de leerlo, así también a éstos no les gusta desplazarse por páginas muy extensas y está comprobado que la retención de lo leído en pantalla es mucho menor a lo leído en papel. Motivo por el cual las páginas web de promoción deben basarse en las siguientes características:

- Permitir una lectura rápida, a través de una correcta señalización, separación, distribución y uso de palabras claves que faciliten la comprensión contenido.
- Ser breves para no exigir un desplazamiento o uso del scroll del ratón exagerado.
- Ofrecer textos concisos para ser visibles aún en monitores pequeños.
- Publicar información estrictamente necesaria que impacte y promocióne adecuadamente.
- Hacer uso de vínculos o enlaces. No olvidar que el visitante o usuario generalmente revisa tan solo la información visible en la pantalla y se desplaza únicamente si observa algo que llame su atención.

(Marcelo Bosch)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**La distribución del texto:** Para una correcta distribución del texto se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Título visible, llamativo y explícito, diferenciado del resto del texto, explicado con los subtítulos para distribuir de la mejor manera la información.
- Textos distribuidos en párrafos cortos y separados de forma que la información no se mezcle y sea de fácil lectura.
- Combinar y dividir los textos utilizando otros elementos en el diseño.
- Ofrecer una buena experiencia de navegación, al permitir un acceso fácil a los contenidos del mismo.
- Para la promoción de elementos más importantes, utilizar un espacio diferente y separado del resto para que el usuario acceda con mayor facilidad.

(Marcelo Bosch)

### 3.2.2. Enlaces

Los enlaces corresponden a la zona en la cual el usuario hará click para viajar a otra parte del documento o a otro documento, (Francisco Arocena). Los enlaces permiten al usuario navegar por la página web de forma más sencilla.

Se tomó del Manual Básico de Creación de Páginas Web de Francisco Arocena, la clasificación de los enlaces.

- Enlaces a otras zonas en la misma página: Conocidos como locales, muy útiles para subdividir información extensa a través de índices de subtemas.
- Enlaces a otras páginas: Al hacer clic permiten acceder a otras páginas que contienen información o servicios relacionados, complementarios o adicionales a lo ofrecido en la página actual.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Enlaces a otras zonas de otras páginas: Permiten llegar a información específica de otras zonas de otras páginas, lo que generalmente ayuda a complementar la información ofrecida en la página.

### 3.2.3. Imágenes para la Web

En la actualidad los medios de comunicación, incluyendo a la web, han optado por dirigirse a sus usuarios a través de la imagen, gracias a que éstas captan mayor atención que la palabra escrita, por ello las imágenes son la clave o base para todo tipo de promoción. Las imágenes pueden comunicar mensajes de una manera que no es posible hacer por medio de las palabras. Es posible describir en un texto la belleza del paisaje pero cada lector se hará una imagen mental diferente del mismo (Marcelo Bosch).

**Uso y distribución de la imagen:** La motivación de uso de imágenes en un sitio web de promoción de destino debe ser clara y objetiva, no es aconsejable publicar imágenes con el fin de ser material de relleno, siendo el propósito de las mismas complementar la información y agregar mayor atractivo. En el Manual de Estilo y Diseño de Sitios y Páginas Web de Marcelo Bosch, se encontraron tres motivos por los cuales las imágenes que no cumplan una función significativa deben ser eliminadas:

- Incrementan el tiempo de descarga de la página.
- Distraen la atención.
- Interfieren con el mensaje.

Calidad, tamaño y número para que la imagen sea de calidad, podemos afirmar que, para que una página web sea de buena calidad debe contar con las siguientes características:

- Buena composición, novedosa y diferente
- Clara, de colores vivos y brillantes que transmitan positivamente el mensaje.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Se recomienda usar los formatos GIF, formato con pocos matices, y JPEG que es un formato que contiene millones de colores que se comprimen para ilustrar mejor las fotografías. Una imagen de mala calidad reduce el espacio, y no produce mayor impacto en el usuario del sitio web. El tamaño adecuado de la imagen no debe ser menor a 284X116 pixeles, con un peso de 16 Kb., puesto que imágenes muy pequeñas no dan un aporte real a la página, en cambio imágenes muy grandes incrementan el tiempo de descarga y por ello son perjudiciales para el sitio web.

(Marcelo Bosch)

### 3.2.4. Multimedia

El uso de la multimedia en la web es cada vez más frecuente debido al inmenso y creciente número de datos digitales en la actualidad, ya que la mayoría de escritores, publicistas, medios de comunicación, etc., tienen mayor facilidad de difundir su trabajo por medio de la red, o de un sitio web, y a su vez hay un creciente número de usuarios de la web, por lo que hoy en día hay muchas más oportunidades de que una página web obtenga un mayor valor y atractivo, siempre y cuando sea un trabajo de alta calidad y sobre todo no se pierda de vista la importancia de mantener la velocidad en el tiempo de descarga y su aporte real al sitio.

**Elemento audio visual:** El elemento audiovisual en los sitios web puede ofrecer muchas ventajas, tanto en lo informativo, comercial y educativo, sin embargo debido a su tamaño y peso en bytes el mismo debe ser utilizado únicamente en casos muy especiales, para no afectar el tiempo de descarga de la página y la usabilidad de la misma. Dichos elementos audiovisuales además de ser usados con propósito específico deben cumplir con ciertas características, las mismas que han sido extraídas de la página web de Wikipedia. (Antonio Bartolome)





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**La integración de medios:** La web audiovisual tiene la capacidad de integrar texto, incrustar ventanas que muestran vídeos, sonidos, animaciones, 3D u otras de forma simultáneas como: incrementar lenguajes, textos y elementos multimedia.

**Las comunidades de usuarios:** La web audiovisual crea estos espacios virtuales y audiovisuales donde se crean espacios de intercambio, lo que llamamos comunidades de usuarios, que dejan de ser plataformas para compartir contenidos y ser espacios dinámicos de crear contenidos.

**Diversidad de formas:** La web audiovisual no trata, únicamente, el vídeo de manera tradicional, sino que ha creado nuevas formas de comunicación y expresión. Encontramos formas narrativas, y no narrativas, creando y evolucionando el cine, el video arte, el cine experimental entre otros. Poco a poco se desarrollan diseños alternativos basados en recursos de las nuevas tecnologías y las posibilidades de la web audiovisual.

### 3.3. Oferta virtual del portal web para el sector de El Barranco de Cuenca al mercado turístico

Para poder promocionar como atractivo turístico de la ciudad de Cuenca a El Barranco, se propone un portal o página web donde se ha definido lo que se ofertará al segmento de mercado que en este caso serán los posibles visitantes quienes constituyen nuestra demanda turística.

Según la OMT, Organización Mundial del Turismo, que es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, se entiende por demanda turística a los consumidores a quienes deseamos llegar como: turistas, viajeros y visitantes. (Organización Mundial de Turismo OMT)

La OMT, distingue entre el concepto amplio de viajero: “cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

residencia habitual” y el de visitante: “todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo”.

Nuestra demanda turística se desenvuelve en una plataforma económica que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculados con el turismo denominándose a ésta plataforma como mercado turístico. Para tener éxito debemos ofrecer un producto turístico de calidad, llamativo para nuestra demanda. (Organización Mundial de Turismo OMT)

Un producto turístico se compone de componentes tangibles e intangibles que se ofrecen a los turistas, y obtienen para satisfacer sus necesidades, ayudando al desarrollo de la industria. (Organización Mundial de Turismo OMT)

Una vez definido lo que vamos a ofrecer a nuestros usuarios debemos delimitar la oferta virtual que es la que incluye todos los atractivos en bienes y servicios a promocionar virtualmente, ya sea en una página web, en Facebook, twitter, entre otros espacios en internet, en este caso será por medio de un portal o página web.

En la actualidad las tendencias de moda se han volcado hacia la tecnología, y eso implica un comportamiento global de las personas para obtener lo último en tecnologías, viéndonos inclinados en conseguir el último modelo de computadora, celular, tablet, ipod etc. Esto favorece hoy en día a la personas ya que facilita la búsqueda del mundo entero virtualmente.

La mayoría de viajeros buscan un destino turístico antes de visitarlo, una vez que lo han visto por televisión, han escuchado buenas referencias por radio o algún familiar o amigo cercano les recomendó cierto lugar o simplemente porque vieron una publicidad con precios en promoción o con descuentos, se produce el interés por el destino turístico.

La OMT afirma que un destino turístico es un espacio geográfico que posee de manera natural o artificial atractivos turísticos, planta turística, e infraestructura



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

con una elevada reputación como para ocasionar la visita de un flujo de turistas.

Una vez que se ha ganado el interés en visitar por parte del turista se genera una motivación por la búsqueda acerca del destino, la misma que principalmente se realiza en internet.

Las estadísticas que arroja este estudio determinan que los turistas prefieren realizar su búsqueda por medio de uno de los buscadores web más populares en el mundo como es GOOGLE. En algunas ocasiones el usuario encuentra atractivos turísticos que llaman la atención.

Un atractivo turístico es un lugar específico de interés que los turistas visitan ya sea por su valor cultural, natural, patrimonial, gastronómico, histórico, por su apariencia, estructura, etc.

Posteriormente empieza una investigación un poco más profunda en la que se busca medios para lograr la llegada al destino elegido, y es en ese momento que aparece la oferta turística, que son todos los recursos ya sean bienes, servicios, establecimientos turísticos, que han sido escogidos para formar el paquete turístico, que complementa el interés y el viaje en sí de los turistas para conocer y obtener el mismo.

Es así como nos convertimos en un país receptor que amplía su capacidad de desarrollo.

### **3.4. Posicionamiento en la red del portal [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com) para el sector de El Barranco de Cuenca.**

Para lograr un posicionamiento en la red de la página web, objeto de éste trabajo, será vital que cuando el turista realice una búsqueda, ésta página se



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

visualice en los primeros resultados de su búsqueda, caso contrario la posibilidad de atraer a los turistas al sector de El Barranco sería casi nula; por este motivo será preciso establecer algunas estrategias de posicionamiento web.

### **3.4.1. Proceso de posicionamiento**

Para conseguir un posicionamiento debemos en primera instancia identificar el producto con una marca.

La marca es el intangible que representa la esencia misma de un producto o servicio, de una institución u organización; transmite sus características, sus promesas de valor y su vinculación con sus públicos objetivos. Va más allá de un simple logo, sino que debe tener una planificación estratégica que la soporte, con acciones encaminadas a un discurso unificado que corresponda a la realidad de la identidad corporativa. (Juan Larrea, Diego Ontiveros)

Para crear una marca se requiere un trabajo arduo de investigación y de organización en el que debemos edificar la marca y a este proceso lo llamamos “Branding” . El concepto de “branding” no se limita sólo al nivel de los productos o servicios de una entidad, sino que se puede aplicar a cualquier sujeto susceptible de realizarle una acción de “gestión de los atributos de identidad”. Así, el branding puede desarrollarse a diferentes niveles, según se esté gestionando los atributos de identidad de un producto/servicio, de una organización, de un sector de actividad o de un área geográfica (a nivel de ciudad, región o país). (Juan Larrea, Diego Ontiveros)

### **3.4.2. Identidad de la marca**

Este tema no es necesario ampliar, ya que el Portal Web para El Barranco de Cuenca, contara con una identidad que servirá para la búsqueda del usuario, por lo que se pondrá especial énfasis en el diseño y calidad de la página Web.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El sitio Web que propone este estudio se denominará “barranco turístico”, el mismo que para poder ser ingresado al mundo del internet se debió adicionar las tres “www” al comienzo y “com” al final, es decir constituye una página comercial. El resultado final del nombre del sitio será: [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com) el mismo que se encontrará en primera fila cuando se realice una búsqueda por medio del buscador GOOGLE ya que conforme los resultados de éste estudio, es la página más popular y usada por los potenciales turistas de El Barranco.

Para llegar a este nombre se realizó una investigación exhaustiva a los turistas que fueron encuestados durante el desarrollo de este trabajo, los mismos que revelaron palabras claves que usaron alguna vez para encontrar que visitar en la ciudad de Cuenca.

Siempre escriben el nombre del atractivo cuando es conocido, en este caso El Barranco de Cuenca, utilizando por ello el nombre de nuestro destino como nuestra frase de identificación.

En caso de ser desconocido el lugar a conocer por lo general se utiliza la palabra turismo y, posteriormente se escribe el nombre de la ciudad que se va a visitar, al momento de escribir en el buscador de GOOGLE se despliegan todas las coincidencias con la palabra escrita.

### **3.4.3. Posicionamiento publicitario en GOOGLE**

Google Statistics, son las estadísticas de ranking que ofrece esta empresa en internet, la misma que informa por medio de una publicación en el 2013 que Google determina que a partir de diciembre de 2012 disfrutó de una cifra del 65,2% del volumen de búsqueda en la web en todo el mundo, con 114,7 mil millones de búsquedas al mes.

A comparación de otros motores de búsqueda encontramos los siguientes indicadores:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Baidu tiene una participación de 8.2%, 14.5 mil millones de búsquedas en diciembre de 2012.
- Yahoo 4,9%, 8,6 mil millones de búsquedas en diciembre de 2012.
- Yandex 2,8%, 4,8 billones busca en diciembre de 2012.
- Los sitios de Microsoft (en su mayoría Bing), 2,5% (4,5 billones de búsquedas en diciembre de 2012).

Aunque Yandex, Baidu y Yahoo están creciendo a un ritmo algo más rápido en comparación con Google como cuando recién se inició, la distancia entre Google y otros motores de búsqueda en términos de volumen de búsqueda es tan grande que cualquier diferencial de crecimiento no afecta el liderazgo global de Google de manera significativa. (GOOGLE STATISTICS)

Actualmente podemos afirmar que el buscador GOOGLE, es el más popular a nivel mundial por lo que lo ideal para promocionar un producto es que salga en las páginas de búsqueda de GOOGLE, para lograr esto debemos seguir un proceso y analizar cómo podemos posicionar nuestro producto o anuncio en este medio.

Posicionamiento publicitario significa que, en la parte superior derecha de la página se muestran varios enlaces bien diferenciados de un tamaño regular, esto indica que éstas páginas han pagado por su posición, es decir para salir primeros.

Además existe el posicionamiento natural, que a diferencia del otro éste no es pagado y consigue la primera posición únicamente por la gran cantidad de visitas de los usuarios.

Actualmente la manera más rápida y eficaz de llegar a las personas ya sean turistas o no, es incitándolos a crear cuentas en páginas de redes sociales como twitter, Facebook, e instagram que son el boom para usuarios de todas las edades en nuestra sociedad, por este motivo se ha creado una cuenta en cada una de estas páginas sociales para hacer conocer los atractivos de la ruta de El Barranco en la ciudad de Cuenca.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cabe indicar que serán enlazados los links que trasladen a estas páginas en el portal web. Que a su vez el buscador google realizará un despliegue de las cuentas de redes sociales con las palabras claves de la frase escogida al momento que se escriba las coincidencias de “barranco” o “turismo” o “turístico”.

### 3.4.4. Página Web con Dominio Propio

Para publicar un sitio web es necesario considerar los siguientes aspectos:

- Un nombre de dominio único: Cada nombre de dominio está registrado con un DNS, Sistema de Nombres de Dominio, el cual asigna al nombre del dominio una dirección IP única.
- Espacio: Cada sitio web debe tener una determinada cantidad de espacio web asignado a él. Este espacio es proporcionado por un servidor web, muchos de los cuales son mantenidos por empresas privadas.

Una vez ya definido el nombre y espacio se deberá seguir los siguientes pasos para crear el sitio web con dominio propio.

- Averiguar si el nombre de dominio que se desea utilizar está disponible. Muchos sitios, como por ejemplo domainsbot, mostrarán qué dominios están disponibles. Otra opción para averiguar si el dominio que se desea registrar está disponible o no, es escribir el nombre de dominio que se quiere en la barra de direcciones del navegador y pulsar "Enter".
- Cuando el dominio que se busca esté registrado, el resultado de búsqueda mostrará nombres de dominio similares que aún están disponibles para registrar. Por ejemplo, si se quiere registrar el nombre de dominio "barrancoturistico.com" se verá que "barranco-turistico.com" está disponible para registrar, pero "barrancoturistico.com" no.
- Registrar el dominio. Encontrar un registrador de dominios y registrar el propio. Para encontrar un registrador, simplemente se busca "registrador de dominios" en Internet. Lo más probable es que se tenga que pagar una cuota inicial, así también como una anual para mantener el nombre



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

de dominio registrado a nombre del propio. Luego de completar el proceso de registro, el registrador proporcionará los datos de acceso al panel de control del sitio web, siempre y cuando éste también ofrezca el servicio de hospedaje web. Por eso es importante conseguir un registrador completo. (Juan Carlos Camus y Paulo Saavedra)

**Proceso para gestionar un sitio web:** Desde el panel de control, se puede ver el espacio disponible en el disco, desde aquí también se pueden subir y descargar los archivos que conforman el contenido del sitio web, también actualizar los ficheros y carpetas usando la dirección del servidor FTP, Protocolo de Transferencia de Archivos.

**Usar una plantilla prediseñada:** Existen varias aplicaciones web que permiten utilizar y aplicar plantillas o temas prediseñados a un sitio web, para hacer más llamativa la página.

**Crear una página con HTML:** Para crear una página web se utiliza un lenguaje de codificación con el cual se hacen las páginas web. Para entender mejor, se puede dirigir a Internet Explorer y hacer clic derecho para seleccionar “Ver código fuente de la página”, con esta opción se puede visualizar una página con códigos: eso es el HTML. El código es lo que ve el navegador para interpretarlo y armar una página web.

- En Google Chrome, mediante F12.
- En Mozilla Firefox, mediante Ctrl+U para ver el código fuente de la página.
- En Safari, mediante Ver > Ver fuente (u Opción+Comando+U).
- En Explorer, con la opción del menú “Ver” y eligiendo “Origen”.

Este es el tipo de codificación que se utiliza, pero por lo general los especialistas o ingenieros en sistemas son los encargados de crear estas páginas, sin embargo para una persona sin ese nivel de conocimientos no le resultaría difícil; para la creación de la página web que propone este estudio, se recurrió a un especialista en programación, el mismo que diseñó y creó la página web personalizada, con la información que se ha originado a lo largo de esta investigación.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 3.2. Presentación de la Página Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)

A continuación se presenta el resultado final de este trabajo el mismo que consiste en un Portal Web denominado [barrancoturistico.com](http://barrancoturistico.com), que contiene toda la información que se ha obtenido mediante esta investigación académica y que de seguro constituirá un aporte al desarrollo del turismo y a la promoción de este hermoso atractivo: El Barranco del Río Tomebamba de la ciudad de Cuenca.

Este portal se encuentra disponible en el Internet para uso del público en general. Es importante anotar que las fotografías y videos que se exhiben en éste portal web son de autoría de: Diana Karolina Aspiazu Hinostroza y Lourdes Isabel Bonilla Cando; a continuación se detalla el informe de la creación de la página web:

#### Informe

La creación de la presente página web, fue realizada mediante un programador informático llamado adobe dreamweaver, este sistema ayuda a programar en php, html y css que son los lenguajes que se utilizan para la creación de una página web. Posteriormente se utiliza un servidor llamado apache con mysql, e un programa que configura la base de datos para ir formando la página en sí.

Para la edición de videos e imágenes se utilizaron los programas llamados photoshop y fireworks, los mismos que ayudaron para modificar ciertos errores en fotografías y grabaciones realizadas por las autoras.

Posteriormente el siguiente paso fue poner en la red el portal web y para darle uso verdadero por parte de los usuarios, se realizó mediante la compra de un dominio a la página de hosting americana que permitiría catalogar a la misma como una página seria y segura, por un valor de cien dólares, el mismo que se canceló por medio de tarjeta de crédito.

Finalmente el diseño de la página fue escogido conjuntamente entre las autoras y el departamento de diseño de la microempresa [SomosCuenca.com](http://SomosCuenca.com), quienes nos brindaron su ayuda.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

La presentación de este sitio web, en un inicio se da a conocer de la siguiente manera, en una primera portada se puede visualizar una foto cuasi general del atractivo:

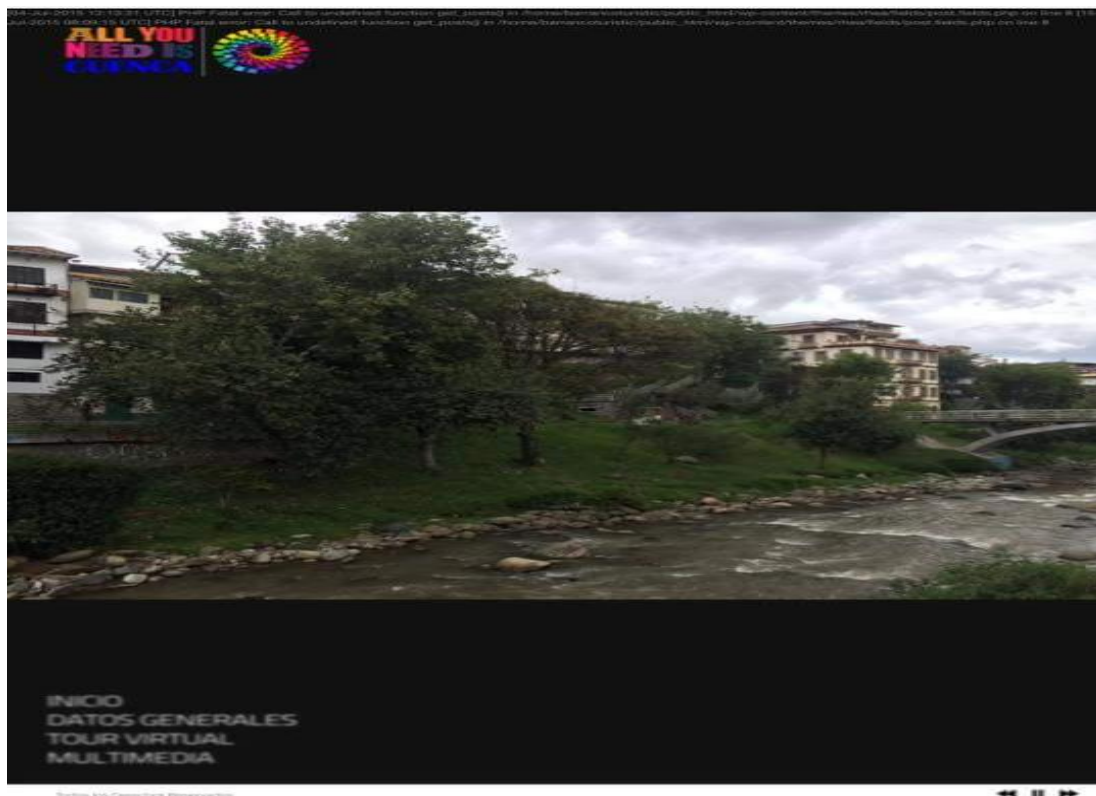


Ilustración 2727 Página principal del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

En esta parte se pueden observar links que al hacer un solo click, nos trasladaran a obtener una breve síntesis del proyecto, conteniendo lo siguiente:

**INICIO.-** Pestaña donde se puede apreciar toda la historia en general del El Barranco como un atractivo natural dentro de la ciudad de Cuenca.

Las fotografías aquí presentadas son de autoría propia, las mismas que fueron tomadas en las varias salidas de campo que se realizaron para llevar a cabo las encuestas que se efectuaron para saber en números estadísticos que porcentaje de la población nacional y extranjera conocen sobre el atractivo.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Ilustración 28 Página de inicio del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

**DATOS GENERALES.-** Dentro de esta pestana se puede obtener los diferentes atractivos naturales y culturales que presenta el Barranco, donde al ingresar a cada uno de ellos se puede obtener una breve descripción y ubicación de cada una de los atractivos.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

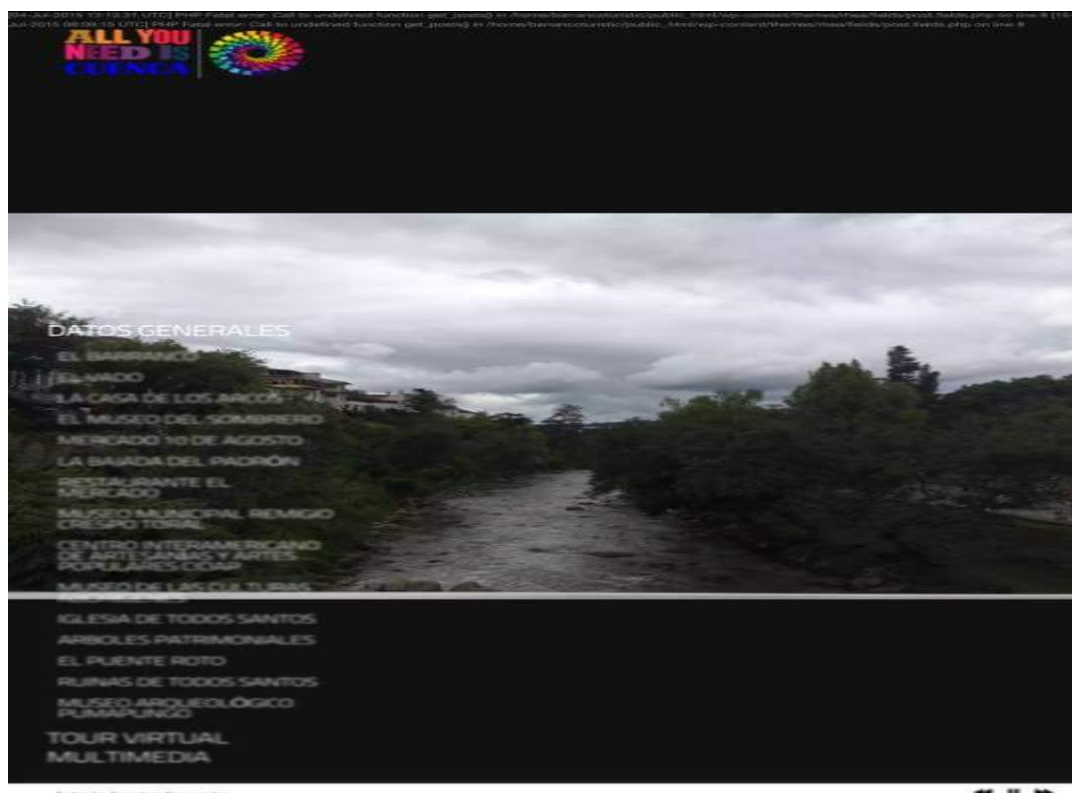


Ilustración 299 Datos Generales del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Cabe destacar también entre los principales atractivos que se pueden encontrar dentro de El Barranco como un todo de un atractivo en la página web realizada tenemos:

El Rio Tomebamba y El Barranco, atractivos principales que le hacen más llamativo al lugar debido a la conexión entre los histórico y natural a lo largo de su recorrido.

Seguido se presenta el Vado, un atractivo cultural importante que se diferencia por su historia a lo largo de los años dentro de la ciudad de Cuenca. Aquí se presenta una breve historia y características del atractivo. Para la recopilación de su información se accedió a la búsqueda de información en el Ministerio de Turismo (MINTUR).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Ilustración 3030 Atractivo El Vado del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Posteriormente se presenta la casa de los Arcos un atractivo de gran trascendencia dentro del lugar; relativo a su investigación e imágenes, fue realizada dentro de la misma puesto que en su parte interior alberga un museo que se encuentra a disposición de toda la población en general y no tiene costo alguno.





Ilustración 3131 Atractivo Casa de los Arcos del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
 Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

Autores: Karolina Aspiazu, Lourdes Bonilla.



Ilustración 3232 Atractivo Museo del Sombreo del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
 Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

De esta manera tenemos los siguientes atractivos, los mismos que fueron visitados uno por uno para la respectiva recopilación de la información.



Ilustración 3333 Atractivo Mercado 10 de Agosto del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
 Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

04-Jul-2015 13:13:31 UTCI PR  
From: ALL YOU  
To: MILES ENT  
From: barrancoturistico.com



**DATOS GENERALES**

- EL BARRIO
- LA CASA DE LOS ARCOS
- EL MUSEO DEL SOMBRERO
- MERCADO 10 DE AGOSTO
- LA BAJADA DEL PADRÓN
- RESTAURANTE EL MERCADO
- MUSEO DE LAS CULTURAS ADJACENTES
- MUSEO DE LAS CULTURAS ADJACENTES
- IGLESIA DE TODOS SANTOS
- ARCOS PATRIMONIALES
- EL PUENTE ROSO
- RUINAS DE TODOS SANTOS
- MUSEO ARQUEOLÓGICO DOMINICANO
- TOUR VIRTUAL MULTIMEDIA

### La Bajada del Padrón



**Datos generales**

La bajada o calle del Padrón es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste y recorrerlo, conociendo su historia, incrementando de esta manera su conocimiento y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, entre las calles Larga y Avenida 12 de Abril, transversal a las calles Benigno Malo y Padre Aguirre, propiedad de la Ilustre Municipalidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2565 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.



**Características físicas del atractivo**

Este es un atractivo que enlaza al centro histórico con la zona moderna de la ciudad. Se sitúa diagonal a la calle Padre Aguirre y Benigno Malo. En esta zona encontramos viviendas de una sola planta a excepción de tres de ellas que son de más de dos pisos. El nombre de la "Bajada de El Padrón" la toma por su condición geográfica que como su nombre lo indica hace referencia a una inclinación, y se asume también que toma el nombre de PADRÓN debido a que según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, hace alusión a un registro administrativo de los vecinos de un municipio. Incluso se manifiesta que uno de los antiguos moradores de esta zona era de tal apellido, razón por la cual se cree que él fue el representante del barrio y de esta manera se le atribuyó el nombre a esta calle. Aquí vive uno de los moradores más conocedores del barrio, se trata del Sr. Amadeo Vázquez de 60 años de edad, quien vive en esta zona desde los 12 años de edad y desde ese entonces se dedica a la elaboración de cruces, flores, coronas, Cristos en fierro para los techos de las casas. También encontramos artesanos que elaboran marcos para cuadros y, finalmente un Hostal. En la actualidad la calle denominada la Bajada de El Padrón se encuentra muy

Ilustración 3434 Atractivo Bajada del Padrón del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

04-Jul-2015 13:13:31 UTCI PR  
From: ALL YOU  
To: MILES ENT  
From: barrancoturistico.com



**DATOS GENERALES**

- EL BARRIO
- LA CASA DE LOS ARCOS
- EL MUSEO DEL SOMBRERO
- MERCADO 10 DE AGOSTO
- LA BAJADA DEL PADRÓN
- RESTAURANTE EL MERCADO
- MUSEO DE LAS CULTURAS ADJACENTES
- MUSEO DE LAS CULTURAS ADJACENTES
- IGLESIA DE TODOS SANTOS
- ARCOS PATRIMONIALES
- EL PUENTE ROSO
- RUINAS DE TODOS SANTOS
- MUSEO ARQUEOLÓGICO DOMINICANO
- TOUR VIRTUAL MULTIMEDIA

### Restaurante El Mercado



**Datos generales**

Este restaurante es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural-gastronómico de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste, conocerlo y degustar platos exquisitos, satisfaciendo sus necesidades e incrementando su conocimiento y cultura general, sintiendo una experiencia única. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga 8-27, transversal a las calles Benigno Malo y Escalinata del Hotel Crespo, propiedad del Sr. Alfonso María Peña Andrade. Está situado a una altura de 2579 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.



**Características físicas del atractivo**

El Restaurante El Mercado funciona en una casa Post-Colonial, se cree fue construida entre los años 1880 y 1890, su primera propietaria fue la Sra. Margarita Jerves. Los cuarentos de la vivienda son de bahareque, ubicado en una de las calles más antiguas de la ciudad y actualmente bastante concurrida. Esta calle servía de conexión de las poblaciones del sur, por donde ingresaban provisiones de víveres para la ciudad, razón por la cual el diseño de la casa influye en la entrada que da hacia la Calle Larga y otra que da a El Barranco junto a la rivera del Río Tomebamba. En 1980 se realizaron retoques a la vivienda, donde las paredes de bahareque fueron intervenidas, al igual que la parte delantera, con el afán de poner en funcionamiento un restaurante; motivo por el cual desde ese entonces la vivienda ha sido utilizada con esa finalidad. Años más tarde, en noviembre de 2011 el Arquitecto Pablo Peña Soja realizó la restauración de la vivienda con las siguientes restricciones: solo utilizarían teja de cerámica; en la fachada la colocación de puertas y ventanas sería de madera; en el proyecto también se presentó la ampliación de la vivienda con fines comerciales – turísticos creando para

Ilustración 3535 Atractivo Restaurante El Mercado del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

04-Jul-2015 13:13:31 UTC PH  
/home/...  
08:09 AM EDT  
/home/...



### Museo Municipal Remigio Crespo Toral



#### Datos generales

El Museo Remigio Crespo Toral es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste y conocer de su historia, incrementando de esta manera su conocimiento y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga y Presidentes Borrero, propiedad actual de la Ilustre Municipalidad de Cuenca, siendo antiguamente propiedad de la familia Crespo Toral. Está situado a una altura de 2579 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), una temperatura promedio de 18°C.



#### Características físicas del atractivo

Este museo es el más antiguo de la ciudad, data aproximadamente del año 1946, cuando el concejal Honorato Loyola solicita al cabildo presidido por el Alcalde Luis Moreno Mora, que se cree un museo municipal en el que se encuentren los testimonios históricos y culturales de la ciudad. En 1947 aceptada la solicitud se inaugura el primer museo que se llamó "Remigio Crespo Toral" en honor al reconocido escritor y político azuayo. Por 34 años la entidad se ubicó en distintos lugares de tamaño reducido e inapropiado, hasta que en 1981 la Municipalidad adquiere el inmueble de los derechos de los herederos Crespo Toral, inmediatamente pasando a ser sede de dicho museo.

Ilustración 3636 Atractivo Museo Remigio Crespo del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostraza e Isabel Bonilla Cando



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



### Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP



#### Datos generales

El Museo del Centro Interamericano de Artes Populares, CIDAP, es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo tangible e intangible debido a que el turista puede acceder a éste, recorrerlo y conocer de su historia, incrementando de esta manera su conocimiento y cultura general. Se encuentra ubicado dentro de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Paseo 3 de Noviembre 3-23 y la escalinata Francisco Sojos. Está situado a una altura de 2538 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.



#### Características físicas del atractivo

Este Museo fue fundado el 3 de noviembre de 1975 como centro de artesanías y artes populares, mediante un acuerdo de la Organización de Estados Americanos y el Gobierno del Ecuador. Sus siglas CIDAP significan Centro Interamericano de Artes Populares. Funciona en una casa el cual antiguamente pertenecía al Dr. Gonzalo Cordero Crespo, consta de diferentes áreas como: museo, almacén, centro de documentación y reserva artesanal. La edificación consta de un patio, traspaso y huerta; en su interior contiene aproximadamente 7 mil piezas de artesanías de diferentes países como: México, Guatemala, Colombia, Perú y Ecuador. Referente al Ecuador en el museo existen artesanías como: instrumentos musicales, las fiestas, la cerámica, la cestería, el tejido así como también la colección de instrumentaria de la Sierra ecuatoriana, objetos pertenecientes a la Sra. Olga Fischl. Adicionalmente, el CIDAP ofrece servicios de biblioteca, centro de documentación, almacén de artesanías,

Ilustración 3737 Atractivo Museo del CIDAP del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



### Museo de las Culturas Aborígenes



#### Datos generales

El Museo de las Culturas Aborígenes es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo intangible debido a que el turista puede acceder a éste y aprovechar de la toda la historia que aquí se proporciona. Se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga 5-24 entre Hermano Miguel y Mariano Cueva, propiedad del Sr. Juan Cordero Iniguez. Está situado a una altura de 2554 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### Características físicas del atractivo

La casa donde funciona este museo, es una casa construida a comienzos del Siglo XIV, manejado por la Fundación Cultural Cordero, de la familia Cordero López, creada sin fines de lucro con el objetivo de dar a conocer la historia cultural de nuestro país, recolectando a lo largo de 40 años alrededor de 15.000 piezas, 5.000 expuestas y 10.000 en reserva. En este museo también se puede encontrar la historia prehispánica del país que rinde homenaje al indio ecuatoriano y a los pueblos aborígenes, es uno de los más completos que se pueden encontrar en la ciudad. El lugar se encuentra subdividido en varias salas: la sala de exhibiciones, la misma que abarca cinco periodos de la historia: paleoindio, formativo, desarrollo regional, periodo de integración y periodo incaico. Cabe resaltar que en las guías turísticas que se realizan dentro del museo se las trata de que sean lo más claras y breves posibles, debido a que por la cantidad de periodos que existen el tiempo se vuelve en corto. Todos los objetos puestos a exposición contienen una pequeña descripción con el nombre de la cultura a la cual pertenecen, un mapa señalando el lugar donde se encontró la pieza y el año. A más de ser un museo, el lugar cuenta también con una tienda de artesanías que ofrece objetos en cerámica, plata, libros, tarjetas postales entre otros, también tiene un café-restaurant que ofrece comida ecuatoriana. Este museo garantiza un recorrido agradable con observación de sus piezas, debido a que se encuentra en un estado muy bien conservado al igual que el entorno donde éste se desenvuelve, ya que la familia lo mantiene totalmente apto para la recepción de los turistas, mediante un cuidado y mantenimiento realizado semanalmente. Hacia este museo se puede acceder ya sea en bus, automóvil o caminando, cualquier día de la semana, debido a que cuenta con servicio de adopción. El ingreso se lo puede realizar los 288 días del año, con el siguiente horario: de lunes a viernes de 08h30 a 18h30 y los sábados hasta las 15h00. Con un costo de ingreso de \$2.00 por persona. Desde aquí también se puede acceder

Ilustración 3838 Atractivo Museo Culturas Aborígenes del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

[04-Jul-2019 13:13:31 UTC] PH  
Home / [ALL YOU](#) /  
08:09 [ALL YOU](#) /  
Home / [ALL YOU](#) /

**DATOS GENERALES**

POPULARES CDM  
MUSEO DE LAS CULTURAS  
ABORÍGENAS  
IGLESIA DE TODOS SANTOS  
ARBOLES PATRIMONIALES  
EL PUENTE ROTO  
RUINAS DE TODOS SANTOS  
MUSEO ARQUEOLÓGICO  
PUMPUCHO  
TOUR VIRTUAL  
MULTIMEDIA

### Iglesia de Todos Santos



#### Datos generales

La iglesia de Todos Santos es un atractivo turístico categorizado como sitio cultural de tipo intangible debido a que el turista puede acceder a éste y aprovechar de la toda la historia que proporciona con su arquitectura religiosa. Se encuentra ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en la calle Larga y Vargas Machuca, propiedad de la Municipalidad de Cuenca. Está situado a una altura de 2532 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), con una temperatura promedio de 18°C.

#### Características físicas del atractivo

La Iglesia de Todos Santos se creó como la primera edificación religiosa o capilla provisional de la ciudad, que data aproximadamente del siglo XV, en la que se celebró la primera misa a la llegada de los colonizadores españoles. Aquí se encontró la ermita de Todos los Santos, sobre la que se edificó la iglesia y llevó su nombre. Y es entonces que en 1924 se construye la actual iglesia con un estilo ecléctico de fachada con alta torre de campanario y elementos de tipo renacentista. En su interior consta de tres niveles que representan las jerarquías del altar, un altar triangular ubicado frente a la entrada principal, en el que se encuentra la cruz de Todos Santos. En el 2011 se inició una restauración para rescatar la historia de la iglesia, donde debajo de varias capas de pintura se descubrió pintura mural y tabular con iconografía religiosa oblatá diseñada por el maestro Leonidas Paredes, donde también se encontraron 33 enteros de la época prehispánica, colonial y republicana. El atractivo como tal también cuenta con una cafetería en su terraza con vista a El Barranco y hacia la Cuenca nueva; un restaurante y recorridos turísticos. Todos Santos es un lugar donde se realizan ceremonias religiosas por Semana Santa, Navidad, misa en honor a Todos Santos, misa críola y celebración del Santísimo. Se encuentra ubicado en un lugar con un entorno conservado no alterado, consta como un atractivo netamente conservado, porque a pesar de realizarse restauraciones éste conserva su forma original. Respecto a su infraestructura vial y de acceso, ésta cuenta con adosquinado en perfecto estado, lo cual permite al turista trasladarse hacia el lugar mediante un bus urbano o un auto. El acceso lo puede hacer los 365 días del año, sin costo alguno. El atractivo, cuenta con infraestructura básica completa, es decir con agua potable, alcantarillado y energía.

Ilustración 3939 Atractivo Iglesia Todos Santos del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando

[04-Jul-2019 13:13:31 UTC] PH  
Home / [ALL YOU](#) /  
08:09 [ALL YOU](#) /  
Home / [ALL YOU](#) /

**DATOS GENERALES**

POPULARES CDM  
MUSEO DE LAS CULTURAS  
ABORÍGENAS  
IGLESIA DE TODOS SANTOS  
ARBOLES PATRIMONIALES  
EL PUENTE ROTO  
RUINAS DE TODOS SANTOS  
MUSEO ARQUEOLÓGICO  
PUMPUCHO  
TOUR VIRTUAL  
MULTIMEDIA

### Arboles patrimoniales

#### Datos generales

Los árboles declarados "Patrimoniales", en su conjunto forman un atractivo turístico categorizado como un grupo Natural de tipo intangible debido a que el turista puede observarlos y aprovechar de la toda la historia que éstos proporcionan. Se encuentran ubicados en la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca, en el sector Barranco, propiedades de La Congregación de Madres Oblatas y de la Fundación Barranco. Se encuentran situados a una altura de 2535 msnm. (Metros sobre el nivel del mar), entre altibajos geográficos, con una temperatura promedio de 18°C.



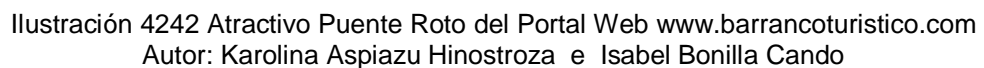
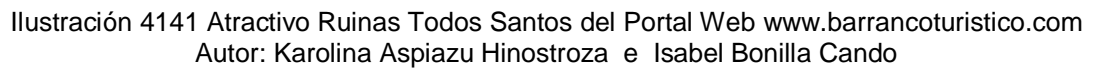
#### Características físicas del atractivo

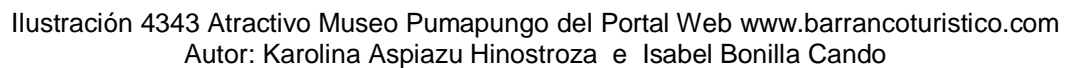
El Barranco, al ser un área que combina la arquitectura con la naturaleza, cuenta con una vegetación exuberante donde podemos encontrar árboles que por la edad de los mismos han sido declarados patrimonio de la ciudad de Cuenca, constituyen un atractivo más de visita, sin embargo por falta de su difusión, la población local no tiene conocimiento alguno sobre el tema, menos aún los potenciales turistas nacionales y extranjeros. En lo que concierne al área de estudio, en éste caso El Barranco, existen ocho árboles aproximadamente declarados patrimonio, algunos de ellos, posesión de las Madres Oblatas y Fundación Barranco respectivamente. Declaratoria que fue impulsada por la Comisión de Gestión Ambiental, CGA y la empresa Municipal de Aseo de Cuenca, EMAC a finales del año 2007. Tomando en cuenta para su categorización aspectos como su uso y antigüedad; donde respecto a su uso pueden ser estos de tipo: industrial, ornamental o frutal. Al hablar de uso industrial, se refiere a la calidad de madera que éste proporciona, ya sea para usarla en actividades de ebanistería fina; siendo un claro ejemplo el Árbol de Cedro, declarado árbol patrimonial el 6 de junio de 2006, por ser una especie nativa del lugar y tener unos 120 años de antigüedad aproximadamente. Dentro de la categoría ornamental se declararon árboles patrimoniales a 3 de nogal existentes dentro de la propiedad de la Congregación de la Madres Oblatas de igual manera por ser una especie nativa del lugar y tener 100 años de antigüedad; materia que puede ser utilizada para carpintería decorativa y fabricación de guitarras.



Ilustración 4040 Atractivo Arboles Patrimoniales del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando







Finalmente la página ofrece también una ruta virtual, la misma que fue realizada con una cámara de video, donde se puede visualizar el recorrido por el Paseo 3 de Noviembre, la subida de la Calle La Condamine, la calle Larga y la Bajada de Todos Santos; dando a conocer los diferentes atractivos existentes a lo largo de las calles antes mencionadas.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA



Ilustración 4444 Multimedia del Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)  
Autor: Karolina Aspiazu Hinostroza e Isabel Bonilla Cando



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### CONCLUSIONES

Una finalizar el presente estudio, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- La zona de El Barranco de la ciudad de Cuenca, cuenta con 15 atractivos turísticos que deben ser promocionados, los mismos han sido inventariados como parte de este estudio contando con un documento en donde se puede encontrar toda esta información consolidada.
- La promoción turística en la actualidad es mucho más efectiva a través de la utilización de medios tecnológicos como el Internet.
- Los potenciales turistas buscan que lugares visitar en los buscadores más conocidos del Internet.
- Los visitantes de El Barranco del Río Tomebamba de la ciudad de Cuenca, tienen mucho interés en contar con una página web en donde puedan encontrar información valiosa de los atractivos turísticos que oferta este espacio.
- El atractivo turístico El Barranco del Río Tomebamba de la ciudad de Cuenca, no es ofertado en su totalidad a través de un portal web.
- Un Portal Web exclusivamente para la promoción turística de El Barranco de la ciudad de Cuenca, constituirá un gran aporte tanto para el turismo local como para los potenciales turistas que podrán contar con valiosa información previa a su visita.
- El resultado final de este estudio es el Portal Web [www.barrancoturistico.com](http://www.barrancoturistico.com)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### BIBLIOGRAFÍA

- Antonio Bartolome. Tecnología y comunicación educativa. Barcelona, 2007.
- Arteaga, Diego. «Cuenca y sus gentes.» 1975-1900.
- Cabrera, Marcelo; Arpi, Rolando; Albuja, Pablo; Garcia, Nancy; Matute, Manuel; Montesinos, Cornelio; Vargas, Patricio. «Lista de arboles patrimoniales de Cuenca.» I Convocatoria Publica a Nominacion de Arboles Patrimoniales de Cuenca (2008): 15-25.
- Cook, Karina Farfán referencias Tomas. «Clases participativas acerca de Clasificación de Agencias de viajes.» Cuenca, 2010.
- Coordinación de Publicaciones Digitales. DGSCA-Universidad Nacional Autónoma de México. «Weblogs en Educación.» Revista Digital Universitaria UNAM 5.10 (2004): 03-12.
- Definición de lúdico. Definición de lúdico. 29 de 03 de 2015.  
<<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/ludico>>.
- Definicion.de. Definición de. 23 de 01 de 2015 <[www.definicion.de/oferta/](http://www.definicion.de/oferta/)>.
- Explored.com. Cuenca volvió a ser el hogar de los anfibios y las aves. 20 de 03 de 2015.  
<<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/cuenca-volvio-a-ser-el-hogar-de-los-anfibios-y-las-aves-603277.html>>.
- Francisco Arocena. Manual Básico de creación de páginas web. Murcia: ATICA, 2008.
- GAD. «Ruta Recreativa.» Estaciones. Cuenca, 2015.
- Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. «Gerencia Nacional de Recursos Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador.» 2004.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Cuenca. «Mapa de Estaciones.» Cuenca, 2015.
- GOOGLE STATISTICS. 16 de ABRIL de 2015  
<<http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.internetlivestats.com/google-search-statistics/&prev=search>>.
- Juan Carlos Camus y Paulo Saavedra. Guía para desarrollo de sitios web. Santiago, 2004.
- Juan Larrea, Diego Ontiveros. La comunicación de las marcas, branding. 1era edición. Buenos Aires: DIRCOM, 2013.
- Kotler, Philip. Análisis, Planeación, implementación y control. Northwestern: 8va edición ESAN, 2001.
- libre, WIKIPEDIA la enciclopedia. Alojamiento web. 2010. 27 de mayo de 2015  
<[http://es.wikipedia.org/wiki/Alojamiento\\_web](http://es.wikipedia.org/wiki/Alojamiento_web)>.
- Marcelo Bosch. Manual de estilo y diseño de sitios y páginas web. Argentina: INTA, 2002.
- MINTUR, Ministerio de Turismo del Ecuador. «Fichas.» 2015.
- Moore, David S. Estadística aplicada básica. Antoni Bosch, 2005.
- MORA, ROBERTO. RESTAURANTE EL MERCADO KAROLINA ASPIAZU Y LOURDES BONILLA. 04 de ABRIL de 2015.
- Organización Mundial de Turismo OMT. «Introducción al turismo OMT.» España, 1997.
- Rafael Paredes Sempertegui e hijos Cia.Ltda. «Museo del sombrero de paja toquilla.» Barranco hechos a mano. Cuenca, 2015.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ramón Aquilla, Viviana. «ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES EN EL BARRANDO DE CUENCA.» Monografía previa a la obtención del título en Ingeniería en Turismo. Cuenca, 01 de 2012.

Real Academia de la Lengua. Diccionario de la Lengua Española vol. I. Madrid, 1992.

Tomas D. Cook, Ch.S.Reichardt. Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. Madrid: Morata, S.L., 1a ed, 1986.

Torres Pombert, Ania. «El uso de los buscadores en Internet.» ACIMED (2003): 7-8.

UNIVERSIDAD DE CUENCA. «CASA DE LOS ARCOS HISTORIA.» Cuenca, 2015.

Universidad de Murcia. Manual Básico de Creación de Páginas WEB. Murcia, 2013.

Viajando X. VIAJANDO X. 03 de 06 de 2015. 03 de 06 de 2015

<<http://www.viajandox.com/azuay/barranco-rio-tomebamba-cuenca.htm>>.

Vicuña, Azucena. «Cuenca: patrimonio cultural de la humanidad.» Espacio y Desarrollo (2014): 171-198.

WIKIPEDIA. Página de Inicio. 03 de 06 de 2015

<[http://es.wikipedia.org/wiki/Alojamiento\\_web](http://es.wikipedia.org/wiki/Alojamiento_web)>.

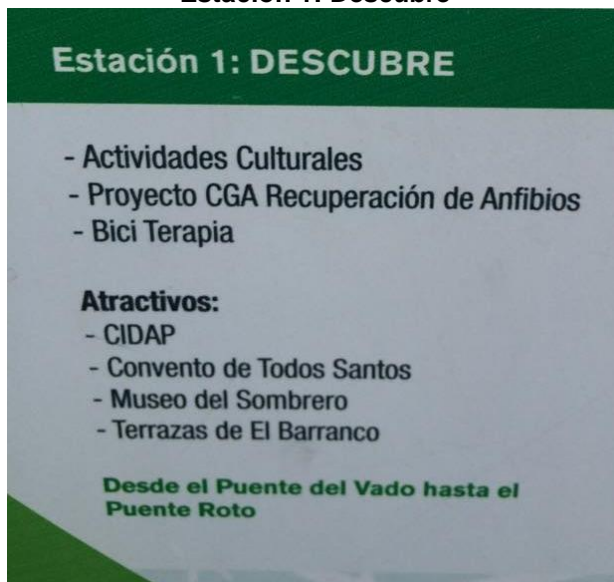


## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXOS

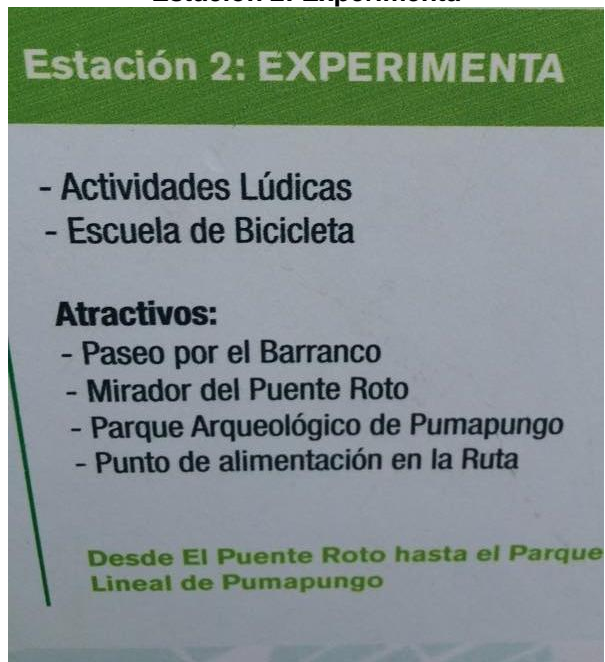
**ANEXO 1:** Estaciones que constan en la Señalización existente dentro del Paseo 3 de Noviembre en el Barranco de la Ciudad de Cuenca.

#### Estación 1: Descubre



Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Cuenca)

#### Estación 2: Experimenta

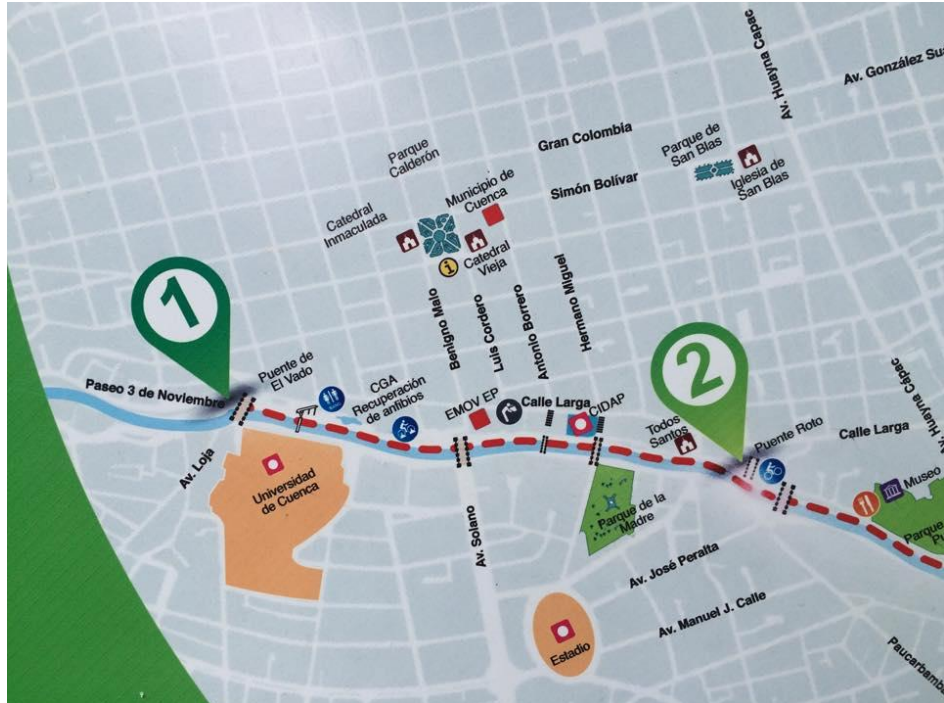


FUENTE: (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Cuenca)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### MAPA ESTACION 1 Y ESTACION 2



FUENTE: (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Cuenca)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 2: Ejemplo de Ficha para inventario de Atractivos Turísticos

#### FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

##### 1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: KAROLINA ASPIAZU Y LOURDES BONILLA.....

FICHA No.....01

SUPERVISOR EVALUADOR: MGST. ANA LUCIA SERRANO.....

FECHA: 21/MAR/2015

NOMBRE DEL ATRACTIVO: BARRANCO DE CUENCA.....

PROPIETARIO: MUNICIPALIDAD DE CUENCA.....

CATEGORÍA: PROMOCION TURISTICA VIRTUAL.....TIPO: NATURAL TANGIBLE (PLANICIE).....

##### 2. UBICACIÓN

##### LATITUD:

##### LONGITUD:

PROVINCIA: AZUAY.....

CANTÓN: CUENCA.....

LOCALIDAD:.....

CALLE: PASEO 3 DE NOVIEMBRE.....

NÚMERO:.....

TRANSVERSAL: ENTRE LA CONDOMINE Y HUAYNA CAPAC

##### 3. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

C A L I D A D	V A L O R  I N T R I N S E C O	ALTURA (m.s.n.m.): 2535.....	TEMPERATURA (°C): 18 °.....	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm³):.....
		LA CIUDAD DE CUENCA SE ENCUENTRA EN UN GRAN CONO ALUVIAL, EN LAS QUE SE DISTINGUEN 3 TERRAZAS FLUVIALES, INICIA		
		DESDE LA LOMA DE CULLCA, LUEGO EL CENTRO HISTÓRICO Y LUEGO LA PLANICIE POR DONDE CORREN TRES DE LOS CUATRO RÍOS		
		DE LA CIUDAD DE CUENCA. LAS CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DE ESTA DESNIVELACIÓN HAN PERMITIDO QUE EN ESTE		
		TERRITORIO A LA RIVERA DEL RÍO TOMBAMBA SE FORME UN ASENTAMIENTO EN EL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LOS PUENTES		
		DEL VADO, EL PUENTE DEL VERGEL, Y ENTRE LA CALLE LARGA Y AV 12 ABRIL. ES ASÍ QUE SE CREÓ NATURALMENTE UNO DE LOS		
		ATRATIVOS ARQUITECTÓNICOS MÁS IMPORTANTES Y POPULARES DEL CENTRO HISTÓRICO. POSEE PAISAJES ESPECTACULARES		
		QUE SE FUSIONAN ENTRE LA VEGETACIÓN, EL RÍO, LA TOPOGRAFÍA Y LAS EDIFICACIONES QUE SE ENCUENTRAN ESCALONADAS		
		YA QUE SE HAN ADAPTADO AL TERRENO. ES ASÍ QUE ENCONTRAMOS EDIFICACIONES MUY IMPORTANTES COMO LA CASA DE LOS		
		ARCOS CIDAP, CASA ORDOÑEZ MONTESINOS, CASA ORDOÑEZ CRESPO, ANTIGUO PUENTE JUANA DE ORO, HOTEL CRESPO, HOTEL		
		VICTORIA Y UNA SERIE DE BARES Y RESTAURANTES QUE APROVECHAN LA GRAN AFLUENCIA DE TURISTAS.		



Autores: Karolina Aspiazu, Lourdes Bonilla.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS					365	
	LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES	
	SENDERO	X			TREN					Culturales:	Día Inicio: Lunes Día Fin: Sábado
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales:	365
					BOTE						
	FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DIA	
					OTROS					Culturales:	Día Inicio: 8 horas Día Fin: 4 horas
AEREO					AVION						
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS					Naturales:	365
Observaciones:											



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### 8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

#### AGUA

POTABLE

☒

ENTUBADA

☐

TRATADA

☐

DE POZO

☐

NO EXISTE

☐

OTROS

#### ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA  
INTERCONECTADO

☒

GENERADOR

☐

NO EXISTE

☐

OTROS

#### ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA

☒

POZO CIEGO

☐

POZO SEPTICO

☐

NO EXISTE

☐

OTROS

#### PRECIO

SI

☐

NO

☒

ENTRADA LIBRE

☐

OTROS

Observación : LUGAR DE TRANSITO LIBRE Y USO PÚBLICO( los distintos bares, restaurantes, cafeterías tienen precios de consumo no de entrada)

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

DISTANCIA

BARRIO DEL VADO

5 MIN CAMINANDO

MUSEO DE PUMAPUNGO

10 MIN CAMINANDO

### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

☒

NACIONAL

☐

PROVINCIAL

☐

INTERNACIONAL

☐

Otros:


Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 3: Modelo de encuesta para utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca

  
UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
INGENIERIA EN TURISMO  
PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN  
PORTAL WEB 2015

---

1.2. ENCUESTA PILOTO PARA DEFINIR EL USO DE PÁGINAS WEB POR TURISTAS EN CUENCA PARA BUSCAR  
INFORMACION DE DESTINOS

\* PARA DEFINIR SI ES TURISTA:

1. ¿CUAL ES SU ESTANCIA EN LA CIUDAD DE CUENCA?  
1 DÍA\_\_ 2DÍAS~~X~~ MAS DE 2 DÍAS\_\_

2. ¿DURANTE SU ESTANCIA REALIZA CITY TOURS POR CUENCA?  
SI\_\_ NO~~X~~


\*PARA DEFINIR SI USA PAGINAS WEB:

3. ¿USA PAGINAS WEB PARA ENCONTRAR EL DESTINO ANTES DE VISITARLO?  
SI~~X~~ NO\_\_

\*PARA DEFINIR SI TURISTAS BUSCAN A CUENCA POR MEDIO DE LA WEB

4. EN CASO DE QUE USE PAGINAS WEB: ¿HA BUSCADO ATRACTIVOS EN LA CIUDAD DE CUENCA PARA VISITAR?  
SI~~X~~ NO\_\_

5. ¿HA USADO ESTAS FRASES FRECUENTES PARA LA BUSQUEDA?  
www.cuenca.com SI~~X~~ NO\_\_  
QUE VISITAR EN CUENCA (buscador google) SI~~X~~ NO\_\_







## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 4: Tabulación de datos de la primera encuesta

#### ENCUESTA PARA DEFINIR EL USO DE PÁGINAS WEB POR TURISTAS EN CUENCA PARA BUSCAR INFORMACION DE DESTINOS

##### 1. ¿CUAL ES SU ESTANCIA EN LA CIUDAD DE CUENCA?

OPCION	NRO TOTAL
1 DÍA	0
2DÍAS	9
MAS DE 2 DÍAS	40
RESIDE AQUÍ	13
NO RESPONDEN	38

##### 2. ¿DURANTE SU ESTANCIA REALIZA CITY TOURS POR CUENCA?

OPCION	NRO TOTAL
SI	13
NO	42
CAMINATAS	8
NO RESPONDEN	37

##### 3. ¿USA PAGINAS WEB PARA ENCONTRAR EL DESTINO ANTES DE VISITARLO?

OPCION	NRO TOTAL
SI	51
NO	11
NO RESPONDEN	38

##### 4. EN CASO DE QUE USE PAGINAS WEB: ¿HA BUSCADO ATRACTIVOS EN LA CIUDAD DE CUENCA PARA VISITAR?

OPCION	NRO TOTAL
SI	44
NO	12
NO RESPONDEN	44

##### 5. ¿HA USADO ESTAS FRASES FRECUENTES PARA LA BUSQUEDA?


OPCION	SI	NO
<a href="http://www.cuenca.com">www.cuenca.com</a>	11	34
QUE VISITAR EN CUENCA (buscador google)	38	16
OTRAS FRASES	51	



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**ANEXO 5:** Utilización de las páginas web por parte de los turistas que visitan Cuenca, y que buscan información sobre El Barranco

28/03/2015



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
INGENIERIA EN TURISMO

**PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN PORTAL WEB 2015**

---

**1.2.1. ENCUESTA PARA DEFINIR EL USO DE PÁGINAS WEB POR TURISTAS EN CUENCA PARA BUSCAR INFORMACION DEL BARRANCO**

\* PARA DEFINIR SI HA BUSCADO EL BARRANCO

1. ¿ALGUNA VEZ LE HAN MENCIONADO SOBRE LA EXISTENCIA DEL "BARRANCO DE CUENCA" COMO UN LUGAR PARA VISITAR?  
SI ☒ NO ☐

2. ¿HA REALIZADO BUSQUEDAS EN INTERNET DEL DESTINO CUENCA CON RESULTADOS DEL BARRANCO?  
SI ☒ NO ☐


3. ¿HA ENCONTRADO INFORMACION DE QUE VISITAR EN EL BARRANCO?

MUSEO DEL SOMBRERO	<input checked="" type="checkbox"/>	MERCADO 10 DE AGOSTO	<input checked="" type="checkbox"/>
CASA DE LOS ARCOS	<input type="checkbox"/>	MUSEO DE CULTURAS ABORIGENES	<input checked="" type="checkbox"/>
EL VADO	<input checked="" type="checkbox"/>	VESTIGIOS DE TODOS SANTOS	<input checked="" type="checkbox"/>
BARES	<input type="checkbox"/>	IGLESIA DE TODOS SANTOS	<input checked="" type="checkbox"/>
RESTAURANTES	<input checked="" type="checkbox"/>	RUINAS DE PUMAPUNGO	<input checked="" type="checkbox"/>
CAFETERIAS	<input type="checkbox"/>		

4. PARA ENCONTRAR INFORMACION SOBRE EL BARRANCO ¿CUANTOS CLIKS TUVO QUE HACER APROXIMADOS PARA ENCONTRAR INFORMACION DE SU PREFERENCIA?  
2 CLIKS ☐ 3 CLIKS ☒ MAS DE 3 CLIKS ☒

5. DEFINA ¿QUE TIPO DE INFORMACION ENCONTRO?

GASTRONÓMICA	<input checked="" type="checkbox"/>
MUSEOS	<input checked="" type="checkbox"/>
RUINAS	<input checked="" type="checkbox"/>
CASAS PATRIMONIO CULTURAL DE CUENCA	<input checked="" type="checkbox"/>
CULTURAL	<input checked="" type="checkbox"/>





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 6: Tabulación de datos de la segunda encuesta

#### USO DE PÁGINAS WEB POR TURISTAS EN CUENCA PARA BUSCAR INFORMACION DE EL BARRANCO

1. ¿ALGUNA VEZ LE HAN MENCIONADO SOBRE LA EXISTENCIA DEL “BARRANCO DE CUENCA” COMO UN LUGAR PARA VISITAR?

OPCION	NRO TOTAL
SI	31
NO	26
NO RESPONDIERON	43

2. ¿HA REALIZADO BUSQUEDAS EN INTERNET DEL DESTINO CUENCA CON RESULTADOS DEL BARRANCO?

OPCION	NRO TOTAL
SI	28
NO	30
NO RESPONDIERON	42

3. ¿HA ENCONTRADO INFORMACION DE QUE VISITAR EN EL BARRANCO?

OPCION	NRO TOTAL
MUSEO DEL SOMBRERO	20
CASA DE LOS ARCOS	3
EL VADO	14
BARES	9
RESTAURANTES	19
CAFETERIAS	6
MERCADO 10 DE AGOSTO	7
MUSEO DE CULTURAS ABORIGENES	11
VESTIGIOS DE TODOS SANTOS	11
IGLESIA DE TODOS SANTOS	13
RUINAS DE PUMAPUNGO	22
OTROS	13

4. PARA ENCONTRAR INFORMACION SOBRE EL BARRANCO ¿CUANTOS CLIKS TUVO QUE HACER APROXIMADOS PARA ENCONTRAR INFORMACION DE SU PREFERENCIA?

OPCION	NRO TOTAL
2 CLIKS	16
3 CLIKS	12
MAS DE 3 CLIKS	12
NO RESPONDIERON	60

5. DEFINA ¿QUE TIPO DE INFORMACION ENCONTRO?

OPCION	NRO TOTAL
GASTRONÓMICA	23
MUSEOS	27
RUINAS	27
CASAS PATRIMONIO CULTURAL DE CUENCA	13
CULTURAL	24



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 7: Utilización de las páginas web por parte de los operadores de turismo y agencias de viajes para ofertar El Barranco como destino turístico



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
INGENIERIA EN TURISMO

#### PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN PORTAL WEB 2015

##### 1.2.2. ENCUESTA PARA DEFINIR EL USO DE PÁGINAS WEB POR OPERADORES DE TURISMO Y AGENCIAS DE VIAJES PARA OFERTAR EL DESTINO BARRANCO

1. SELECCIONE SU CATEGORIZACIÓN:

OPERADOR TURISTICO ☒ AGENCIA DE VIAJES ☐

2. ¿OFERTA CITYS TOUR DE LA CIUDAD DE CUENCA?

SI ☒ NO ☐

3. SI SU RESPUESTA ES "SI" ¿INCLUYE EL CITY TOUR AL BARRANCO DE CUENCA?

SI ☒ NO ☐

4. SI SU RESPUESTA ES "SI" SELECCIONE: ¿CUAL DE LOS SIGUIENTES LUGARES VISITA DENTRO DEL CITY TOUR?

RUINAS PUMAPUNGO	<input checked="" type="checkbox"/>
RUINAS DE TODOS SANTOS	<input checked="" type="checkbox"/>
CASA DE LOS ARCOS	<input checked="" type="checkbox"/>
CAMINATA POR PASEO 3 DE NOVIEMBRE	<input checked="" type="checkbox"/>
RESTAURANTES	<input checked="" type="checkbox"/>
BARES	<input type="checkbox"/>
HISTORIA DEL RIO TOMBAMBA	<input checked="" type="checkbox"/>
IGLESIA DE TODOS SANTOS	<input checked="" type="checkbox"/>
HOTELES	<input type="checkbox"/>

CUAL \_\_\_\_\_

5. ¿SU OPERADOR TURISTICO/AGENCIA DE VIAJES POSEE PAGINA WEB EN LINEA DISPONIBLE?

SI ☒ NO ☐

5. PROMOCIONA ESTA INFORMACION SOBRE EL BARRANCO POR MEDIO DE SU PAGINA WEB?

SI ☒ NO ☐

*Aspilacta*





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 8: Tabulación de datos de la tercera encuesta

#### ENCUESTA PARA DEFINIR EL USO DE PÁGINAS WEB POR OPERADORES DE TURISMO Y AGENCIAS DE VIAJES PARA OFERTAR EL DESTINO BARRANCO

##### 1. SELECCIONE SU CATEGORIZACIÓN:

OPCION	NRO TOTAL
OPERADOR TURISTICO	6
AGENCIA DE VIAJES	4

##### 2. ¿OFERTA CITYS TOUR DE LA CIUDAD DE CUENCA?

OPCION	NRO TOTAL
SI	4
NO	6

##### 3. SI SU RESPUESTA ES "SI" ¿INCLUYE EL CITY TOUR AL BARRANCO DE CUENCA?

OPCION	NRO TOTAL
SI	6
NO	4

##### 4. SI SU RESPUESTA ES "SI" SELECCIONE: ¿CUAL DE LOS SIGUIENTES LUGARES VISITA DENTRO DEL CITY TOUR?

OPCION	NRO TOTAL
RUINAS PUMAPUNGO	5
RUINAS DE TODOS SANTOS	3
CASA DE LOS ARCOS	3
CAMINATA POR PASEO 3 DE NOVIEMBRE	5
RESTAURANTES	1
BARES	0
HISTORIA DEL RIO TOMBAMBA	4
IGLESIA DE TODOS SANTOS	4
HOTELES	0
CUAL	

##### 5. ¿SU OPERADOR TURISTICO/AGENCIA DE VIAJES POSEE PAGINA WEB EN LINEA DISPONIBLE?

OPCION	NRO TOTAL
SI	10
NO	0

##### 5. PROMOCIONA ESTA INFORMACION SOBRE EL BARRANCO POR MEDIO DE SU PAGINA WEB?


OPCION	NRO TOTAL
SI	3
NO	7



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**ANEXO 9:** Encuesta para determinar el perfil de los posibles turistas de la zona de El Barranco del Río Tomebamba.

21/07/2015

  
UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
INGENIERIA EN TURISMO  
PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN  
PORTAL WEB 2015

1. SELECCIONES SU NACIONALIDAD  
ECUATORIANA ☒ AMERICANA\_\_ EUROPEA\_\_ OTRO\_\_

2. SELECCIONE SU EDAD  
ENTRE 18 Y 30 ☒ ENTRE 31 Y 50\_\_ ENTRE 51 Y 75\_\_

3. SELECCIONE SU SEXO  
FEMENINO ☒ MASCULINO\_\_

4. SELECCIONE SU ESTADO CIVIL  
SOLTERO ☒ CASADO\_\_ DIVORCIADO\_\_ SEPARADO\_\_

5. SELECCIONE SU TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA CIUDAD DE CUENCA  
1DÍA\_\_ 2DÍAS\_\_ 3 O MAS DÍAS ☒

6. ¿COMO SE INTERESÓ EN VENIR AL BARRANCO?  
POR MEDIO DE INTERNET\_\_ POR RECOMENDACIÓN DE AMIGOS\_\_  
POR AGENCIA DE VIAJES/OPERADOR TURISTICO\_\_  
*vive Cuenca*


7. ¿USTED HA TENIDO UN CONOCIMIENTO PREVIO SOBRE EL BARRANCO?  
SI\_\_ NO ☒ *por medio de*

8. ¿CUAL FUE SU PRINCIPAL MOTIVACION PARA VISITAR EL BARRANCO?  
RESTAURANTES\_\_ MUSEO DE CULTURA ABORIGEN\_\_  
BARES\_\_ RUINAS TODOS SANTOS\_\_  
EL VADO\_\_ CASAS PATRIMONIALES\_\_  
CAFETERIAS\_\_ PAISAJE ☒  
RUINAS PUMAPUNGO\_\_

9. ¿LE PARECE UNA BUENA IDEA ENCONTRAR UNA PAGINA WEB SOBRE TODO LO QUE PUEDE ENCONTRAR EN EL BARRANCO DE CUENCA?  
SI\_\_ NO ☒

10. ¿QUE LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN LA PAGINA WEB?  
IMÁGENES\_\_ *Importancia*  
VIDEOS\_\_ *no en su ciudad*  
UNA RUTA VIRTUAL\_\_ *Rio.*  
VARIEDAD DE COLORES\_\_  
INFORMACION HISTORICA\_\_  
INFORMACION BASICA\_\_  
LISTADO DE ATRACTIVOS\_\_  
COLORES FOSFORESCENTES\_\_  
COLORES PASTELES\_\_  
HORARIOS DE ATENCION DE LUGARES DEL BARRANCO\_\_

TANIA BALDA  
6YE.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 10: Tabulación de datos de la cuarta encuesta

#### 1. Seleccione su nacionalidad

OPCION	NRO TOTAL
ecuatoriana	52
americana	39
europea	9

#### 2. Seleccione su edad

OPCION	NRO TOTAL
entre 18 y 30	37
entre 31 y 50	32
entre 51 y 75	31

#### 3. Seleccione su sexo

OPCION	NRO TOTAL
femenino	53
masculino	47

#### 4. Seleccione su estado civil

OPCION	NRO TOTAL
soltero	46
casado	33
divorciado	15
separado	1
unión libre	2
viudo	3

#### 5. Seleccione su tiempo de permanencia en la ciudad de Cuenca

OPCION	NRO TOTAL
1 día	1
2 días	13
3 o más días	54
reside aquí	32

#### 6. ¿Cómo se interesó en venir al barranco?

OPCION	NRO TOTAL
por medio de internet	14
por Agencias de viajes/ operadores	8
por recomendación de amigos	39
caminando	25
otros	14

#### 7. ¿Usted ha tenido un conocimiento previo sobre El Barranco?

OPCION	NRO TOTAL
si	47
no	53

#### 9. ¿Le parece una buena idea encontrar una página web sobre todo lo que puede encontrar en El Barranco de Cuenca?

OPCION	NRO TOTAL
si	98
no	2

#### 8. ¿Cuál fue su principal motivación para visitar El Barranco?

OPCION	NRO TOTAL
Restaurantes	19
Bares	11
El Vado	2
Cafeterías	5
Ruinas Pumapungo	12
Museo Culturas Aborígenes	13
Ruinas Todos Santos	8
Casas patrimoniales	13
Paisaje	92
sendero	4

#### 10. ¿Qué le gustaría encontrar en la página web?

OPCION	NRO TOTAL
imágenes	69
videos	80
una ruta virtual	33
variedad de colores	4
información histórica	31
información básica	21
listado de atractivos	59
colores fosforescentes	9
colores pasteles	1
horarios de atención de lugares de El Barranco	43






## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 11: Encuesta para definir los medios que utilizan los turistas para conseguir información sobre el destino y el atractivo.

23/03/2015




UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
INGENIERIA EN TURISMO  
PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL SECTOR DEL BARRANCO DE CUENCA MEDIANTE UN  
PORTAL WEB 2015

---

**2.2. ENCUESTA PARA DEFINIR LOS MEDIOS UTILIZADOS POR TURISTAS PARA CONSEGUIR INFORMACION  
SOBRE EL DESTINO Y EL ATRACTIVO**

1. SELECCIONE EL MEDIO QUE USÓ PARA CONSEGUIR INFORMACION SOBRE EL DESTINO Y EL  
ATRACTIVO:

- BUSCADOR GOOGLE —
- BUSCADOR ASK.COM(motor de búsqueda en internet) —
- BUSCADOR URL ejemplo:([www.barranco.com](http://www.barranco.com)) —
- BUSQUEDA EN PAGINAS DE OPERADORES TURISTICOS/AGENCIAS DE VIAJES EN CUENCA —
- RECOMENDACIÓN DE TURISTAS QUE YA HAN VISITADO EL BARRANCO EN CUENCA —
- RECOMENDACIÓN DE ALGUN AMIGO POR MEDIO DE FOTOS/VIDEOS —
- PREGUNTÓ A GENTE EN LAS CALLES DE CUENCA QUE VISITAR —
- LE RECOMENDARON EN EL HOTEL DONDE SE HOSPEDA —
- UN FAMILIAR LO TRAJÓ A CONOCER EL BARRANCO X







## UNIVERSIDAD DE CUENCA

### ANEXO 12: Tabulación de datos de la quinta encuesta

1. Seleccione el medio que usó para conseguir información sobre el destino y el atractivo:

OPCION	NRO TOTAL
Buscador Google	52
Buscador Ask.com ( motor de búsqueda en Internet)	4
Buscador URL ejemplo: (www.barranco.com)	15
Búsqueda en páginas de operadores turísticos/agencias de viajes en Cuenca	10
Recomendación de turistas que ya han visitado el Barranco de Cuenca	21
Recomendación de algún amigo por medio de fotos/videos	33
Preguntó a gente en las calles de cuenca que visitar	15
Le recomendaron en el hotel donde se hospeda	13
Un familiar lo trajo a conocer El Barranco	10