

## EL PATRIMONIO INMATERIAL DE LA HUMANIDAD COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO

Tomás López-Guzmán\*  
Universidad de Córdoba - España  
José Prada-Trigo\*\*  
Universidad de Concepción - Chile  
Jesús C. Pérez-Gálvez\*\*\*  
Universidad de Córdoba - España  
Sandra Pesantez\*\*\*\*  
Universidad de Cuenca - Ecuador

**Resumen:** El turismo cultural y patrimonial ha tenido un importante desarrollo recientemente, sobre todo centrado en las ciudades Patrimonio de la Humanidad. Sin embargo, en los últimos años también los turistas están buscando nuevas experiencias relacionadas con el Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. En este artículo se presenta una investigación que analiza la relación existente entre un Patrimonio Inmaterial de la Humanidad inscripto por la UNESCO (la elaboración del sombrero de paja toquilla -Panama Hat-) y el desarrollo turístico asociado al mismo en la ciudad de Cuenca (Ecuador), declarada como Patrimonio de la Humanidad. Los principales resultados de esta investigación se centran en el análisis del perfil sociodemográfico del visitante, de los atributos relacionados con el patrimonio inmaterial y con la respuesta que el turista da en relación con la satisfacción de su viaje.

**PALABRAS CLAVE:** Panama hat, Ecuador, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, demanda turística, satisfacción.

**Abstract:** Intangible Cultural Heritage as a Promotion of a Tourist Destination. Heritage tourism is having a great development in recent years, especially focused on the World Heritage Site. However, in recent years also tourists are looking for new experiences related to Intangible Cultural Heritage. This paper presents an investigation that analyzes the relationship between Intangible Cultural Heritage of UNESCO (the development of Panama Hat) and tourism development associated with it, and developed in the city of Cuenca (Ecuador), declared a World Heritage Site. The main results of this research focuses on the analysis of socio-demographic profile of the visitor, attributes related to intangible heritage and the response that gives tourists regarding the satisfaction of your trip.

**KEY WORDS:** Panama hat, Ecuador, Intangible Cultural Heritage, tourist demand, satisfaction.

\* Doctor en Economía por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España. Se desempeña como Profesor de Economía Aplicada de la Universidad de Córdoba, Córdoba, España. E-mail: tomas.lopez@uco.es

\*\* Dr. en Geografía Humana por la Universidad Complutense de Madrid, España. Se desempeña como profesor del Departamento de Geografía en la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Geografía, Universidad de Concepción, Chile. E-mail: jprada@udec.cl

\*\*\* Doctor en Economía por la Universidad de Córdoba, España. Se desempeña como Profesor de Economía Aplicada de la Universidad de Córdoba, España. E-mail: dt1pegaj@uco.es

\*\*\*\* Magister en educación con especialización en docencia e investigación por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador. E-mail: spesantezi@yahoo.com

## INTRODUCCIÓN

El sombrero de paja toquilla, mundialmente conocido como sombrero Panamá, se confecciona con hojas trenzadas procedentes de la *carludovica palmata*. Y, a pesar de su nombre, son originarios y fabricados en Ecuador, fundamentalmente en las zonas geográficas de las provincias de Azuay y Manabí. De hecho, su denominación más popular procede de la utilización de esta tipología de sombrero por parte de los trabajadores contratados para la construcción del Canal de Panamá con el objetivo de protegerse del sol. En 2012, UNESCO inscribió la elaboración del sombrero de paja toquilla como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. De acuerdo con la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad (en inglés *Intangible Cultural Heritage* –ICH), el ICH es definido como las prácticas, las representaciones, las expresiones, el conocimiento y las herramientas que las comunidades, grupos y, en determinados casos, individuos reconocen como parte de su herencia cultural (UNESCO, 2003). Por tanto, ICH es, además del patrimonio tangible y de los diferentes objetos que han sido preservados a lo largo del tiempo, las tradiciones y las formas de vida que han llegado hasta nuestros días como herencia de nuestros ancestros (UNESCO, 2007). Esta Convención agrupa al ICH en cinco categorías diferentes: tradiciones y expresiones orales, incluyendo el lenguaje como vehículo del ICH; desarrollo de las artes; prácticas sociales, rituales y festivos; conocimiento y prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo; y artesanía tradicional. En este sentido, el ICH debe cumplir una serie de características entre las que destacan la ausencia de una relación con una localización específica, que sean móvil, efímero, de limitada duración, transmitida de generación en generación o que se desarrollen en grandes áreas (Pan, Shizhou & Crone, 2007).

La inscripción por parte de la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, en cualquiera de las modalidades que existen, supone en la mayoría de los casos un incremento significativo del número de visitantes a esa zona geográfica, y por tanto un aumento de los ingresos económicos derivados del turismo (Nguyen & Cheung, 2014). En este sentido, la inscripción de la elaboración del sombrero de paja toquilla (en adelante, SPT), como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO en 2012 debe ser un aliciente importante para la conservación de este intangible cultural y, para aumentar el número de visitas a las zonas de elaboración del mismo. Dicha inscripción viene a completar el reconocimiento con el que fue galardonada previamente la ciudad de Cuenca, capital de la provincia de Azuay, por la UNESCO al declararse el centro histórico de la ciudad como Patrimonio de la Humanidad en 1999.

Si bien el Patrimonio de la Humanidad - en inglés, World Heritage Site (WHS) - es un tema bastante estudiado por la literatura científica, la Organización Mundial del Turismo -UNWTO- (UNWTO, 2012) señala que es necesario también llevar a cabo estudios académicos que permitan un seguimiento de los efectos de esta tipología de turismo cultural y el análisis de los datos recogidos a través de los diferentes productos turísticos asociados al ICH. Incluso algunos autores (Adie & Hall, 2016) denominan a este tipo de turismo como world heritage tourism. Siguiendo, por tanto, las

recomendaciones de UNWTO, la intención de este artículo es presentar los resultados de una investigación que aborde la relación que existe entre el turismo y un ICH, concretamente la elaboración del sombrero de paja toquilla.

Este artículo fue realizado en el marco del proyecto "Turismo y patrimonio inmaterial: el sombrero paja toquilla" financiado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, Ecuador. El objetivo fundamental de este trabajo es presentar los resultados de una investigación llevada a cabo en la ciudad de Cuenca para conocer el perfil sociodemográfico, las motivaciones y el grado de satisfacción de los turistas que visitan la ciudad y con la premisa previa de que conocían que el SPT es ICH y que, al mismo tiempo, la provincia de Azuay, y más en concreto la ciudad de Cuenca, es una de las áreas geográficas de mayor producción de este bien. El artículo se estructura, tras esta introducción, en un segundo apartado donde se realiza la revisión de la literatura en relación al turismo e ICH; un tercero hace referencia a la elaboración del sombrero de paja toquilla; el cuarto apartado presenta la metodología de la investigación, y un quinto muestra los resultados más relevantes de la investigación. El artículo finaliza con las conclusiones y la bibliografía utilizada.

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

El turismo patrimonial (en inglés, *heritage tourism*) es una inmersión que realiza el visitante en la historia natural, en la herencia cultural, en las artes, en la filosofía y en las instituciones culturales de otras regiones o países (Nguyen & Cheung, 2014) y, por tanto, es necesario generar investigaciones que permitan definir diferentes tipologías de turistas culturales. En este sentido, McKercher & Du Cros (2003) señalan que pueden identificarse cinco clases de turistas culturales: turista con claros motivos culturales, turista de visitas culturales en general, turista de visitas culturales imprevistas, turista de visitas culturales ocasionales y turista de visitas culturales fortuitas.

Los orígenes de la protección del ICH se encuentran en las negociaciones multilaterales realizadas entre diferentes países en la década de los 50 del pasado siglo XX, se pretendía la búsqueda de un copyright para el folklore y las tradiciones culturales. En 1972, UNESCO realizó la Convención para la Protección de la Cultura Mundial y de la Herencia Natural, iniciándose la elaboración de un listado a nivel global. En 1982, se produjo un avance en la consolidación de este objetivo a través de la denominada Declaración de la Ciudad de México sobre políticas culturales (Lenzerini, 2011). Posteriormente en 1989 UNESCO presentó la Recomendación para la Salvaguarda de la Tradición Cultural y el Folklore, y en 1999 la Recomendación de la Salvaguarda de las Tradiciones Culturales y la instauración del programa *Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage* (Kurin, 2004) para llegar finalmente, y como se señaló anteriormente, en 2003 a la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

En cuanto a los estudios empíricos centrados en la relación entre el patrimonio y el turismo, la literatura científica se ha centrado, como anteriormente hemos expuesto, básicamente en los WHS.

Así, por ejemplo encontramos, entre otras, investigaciones realizadas en Israel (Poria, Reichel & Cohen, 2013), en Macau (Vong & Ung, 2012), en Portugal (Correia, Kozak & Ferradeira, 2013) o en Vietnam (Nguyen & Cheung, 2014). Sin embargo, y en relación con ICH, no son muchos los estudios académicos efectuados debido tanto a la dificultad de realizar este tipo de investigaciones, -es difícil encontrar lugares geográficos físicos donde se ejecuten (Vidal González, 2008)-, como a la relativa juventud de esta categorización. No obstante, se puede destacar, entre otras, la investigación de Gómez Schettini, Almirón & González Bracco (2011) donde se analiza el tango como recurso turístico en la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Por su parte, Bille (2012) observa la cultura de los beduinos de la ciudad de Petra y el Wadi Rum en Jordania como ICH, y su relación tanto con la potenciación del desarrollo turístico como su sinergia con la inscripción de Petra como WHS. Schmitt (2008) examina la plaza Jemaa el Fna in Marrakech, Marruecos, y Aoyama (2009) estudia la relación que existe entre el turismo y el flamenco como ICH en la región de Andalucía, España.

En este sentido se considera que es importante analizar, si es posible, la relación que existe entre el ICH y el turismo; incluso, se podría estudiar la relación entre ICH, WHS y turismo. De esta manera, se tendrían como ejemplos, a Bille (2012) y los estudios que se han expuesto anteriormente donde se relaciona el espacio cultural de los Bedu de Petra y Wadi Rum (ICH por la UNESCO en 2008), el WHS que es Petra (1985) y la Zona Protegida del Wadi Rum (2011) en la misma ciudad. Por tanto, el estudio que se aborda en este artículo se engarza en esta línea de investigación debido a que la elaboración del SPT, inscrito como ICH, se realiza en un área geográfica que, en gran medida, está declarada WHS, como es la ciudad de Cuenca y, por tanto, los visitantes que quieren aprender en cuanto al SPT al mismo tiempo pueden disfrutar de un extraordinario patrimonio material.

Al centrarse en el ICH, las estrategias para transformar la riqueza derivada de un ICH en productos culturales serían las siguientes (UNWTO, 2012): primera, la creación de atracciones primarias o la construcción de instalaciones específicamente dedicadas a la exhibición del ICH; segunda, la combinación de diferentes atracciones para generar un mayor interés por parte de los turistas; tercera, la creación de espacios culturales, sobre todo para aquellas manifestaciones relacionadas con la cultura viva y espectáculos; cuarta, la utilización de itinerarios que abarcan el ICH; y quinta, la revitalización de festivales y eventos. De acuerdo con la creación de estos productos culturales, se pueden establecer cuatro grandes categorías temáticas para definir y explicar la relación que existe entre ICH y turismo (McKercher & Du Cros, 2003; UNWTO, 2012): primera, la naturaleza y sentido de la experiencia del turismo cultural; segunda, el alcance de la actividad turística correspondiente; tercera, la perspectiva del sector turístico en general y la demanda de turismo cultural; y cuarta, los motivos de viaje por parte de los turistas. Por su parte, el concepto de producto turístico derivado del ICH se basa en dos niveles diferentes. Un primer nivel determina qué necesidades satisface el producto y qué tipo de satisfacción aporta al turista. Un segundo nivel corresponde con la manifestación física del producto creado y que facilita la satisfacción de una necesidad básica. Por otro lado, UNWTO (2012) señala que los principales riesgos del ICH en los Países Desarrollados serían las cuestiones relacionadas con la autenticidad y la mercantilización del

patrimonio, mientras que en los Países en Vías de Desarrollo sería la equidad económica y la sostenibilidad.

En los últimos años, Ecuador se está configurando como un importante destino turístico en América Latina, éste integra su riqueza patrimonial (con dos ciudades reconocidas como Patrimonio de la Humanidad -Quito y Cuenca-), su variada gastronomía, sus parques naturales y sus ciudades de importancia en el mundo de los negocios (como es Guayaquil). En el año 2015, Ecuador recibió 1.543.091 turistas extranjeros (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2016). Ello implica que la actividad turística se configura como uno de los grandes motores económicos del país con una aportación a la economía de 1.557,4 millones de dólares en 2015, ello supone aproximadamente un 1,5% del PIB del país (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2016). La importancia económica del turismo y su desarrollo ha tenido su reflejo en la realización de investigaciones académicas, entre las que destacamos las realizadas por Erskine & Meyer (2012), Everingham (2015), Gascón (2015) y Croes & Rivera (2015).

El sombrero de paja toquilla se teje con las fibras de una palmera peculiar que crece en las costas del Ecuador. Los tejedores son en su mayoría familias campesinas y las técnicas de tejido se transmiten a los hijos en el hogar, mediante la observación y la imitación, desde una edad muy temprana. Las técnicas y los conocimientos engloban una trama social compleja y dinámica que comprende, entre otros elementos, las técnicas tradicionales de cultivo y producción, las diversas formas de organización social, y el uso del sombrero como parte de la indumentaria cotidiana y festiva. La elaboración de este sombrero se realiza, como anteriormente se ha indicado, en dos áreas geográficas de Ecuador, las provincias de *Azuay* y de *Manabí*.

Esta investigación se centra en la ciudad de Cuenca, capital de la provincia de *Azuay*. En 1999, el centro histórico de la ciudad de Cuenca fue declarado WHS en reconocimiento a las siguientes características: la perfecta implantación de los principios de la planificación urbana del Renacimiento en América, la fusión alcanzada por diferentes sociedades y culturas de América Latina, que se manifiesta de manera notable en la traza y el paisaje urbano, y por ser un ejemplo excepcional de ciudad colonial española, planificada y situada en el interior.

El turismo en Cuenca, y en general en la provincia de *Azuay*, es de vital importancia para su economía. En el año 2013 llegaron a su aeropuerto 253.051 viajeros (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2016). El sector turístico ocupa en la provincia de *Azuay* 4.358 plazas de trabajo, de las cuales 1.412 se encuentran en el sector hotelero y 2.363 en el sector de la restauración (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2016). La importancia del desarrollo económico del sector turístico en la ciudad de Cuenca también ha implicado la realización de investigaciones, destacando el trabajo de Xu, Martínez, Van Hoof, Tews, Torres & Farfán (2015).

## **METODOLOGÍA**

### **Recolección de los datos**

Los datos del trabajo fueron obtenidos a través de un cuestionario realizado a una muestra representativa de personas que visitaron la ciudad de Cuenca, incluyendo los lugares donde se explica a los visitantes el proceso de elaboración del sombrero de paja toquilla. Sólo se consideran los resultados correspondientes a las encuestas de aquellas personas que conocían que la elaboración del sombrero de paja toquilla era ICH y, al mismo tiempo, también sabían que la provincia de Azuay era uno de los lugares de producción, ya que, y siguiendo a McKercher & Du Cros (2003), se estaba discriminando en esta investigación en cuanto a la tipología de turista cultural. Este segmento de turistas a efectos de este trabajo se ha catalogado como turista SPT. A partir de una encuesta inicial, y mediante sucesivas depuraciones, que incluyó un pre-test de 15 encuestas a una muestra inicial de turistas de similares características a la muestra final, se llegó al formato definitivo. La versión final del cuestionario buscaba la máxima claridad de las preguntas, el mayor ajuste de las respuestas para conseguir los objetivos marcados en la investigación, y la máxima concreción posible para no alargar demasiado la entrevista a los visitantes encuestados. Los cuestionarios se realizaron en diversos puntos de la ciudad, con la premisa de que el turista encuestado ya llevaba un determinado tiempo en el destino y, por tanto, podía dar una opinión fundada sobre el ICH (Correia *et al.*, 2013; Remoaldo, Barreiro, Ribeiro & Santos, 2014).

Las encuestas fueron realizadas por un equipo de encuestadores perfectamente capacitados y formados para la ocasión, vinculados a la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, coordinado y dirigido por los autores de esta investigación. Se realizaron un total de 430 encuestas, de las cuales 414 fueron válidas, durante los meses de octubre y noviembre de 2015. Los cuestionarios fueron realizados en diversos puntos seleccionados según las premisas anteriormente indicadas, en distintos días y diferentes horarios, tratando de recoger así el abanico más amplio posible de personas y situaciones. Se utilizó un muestreo técnico no probabilístico, comúnmente utilizado en este tipo de investigaciones donde la muestra está disponible para ser encuestada en un espacio y tiempo determinado (Finn, Elliott-White & Walton, 2000). No se estratificó por género, edad, formación, nacionalidad ni por ninguna otra variable al no disponer de estudios previos que avalasen esta estratificación. La tasa de rechazos al cuestionario fue baja y no significativa en función de ninguna variable. En ningún caso, la duración para la cumplimentación de la encuesta fue superior a 10 minutos.

### **Diseño de la encuesta**

La encuesta utilizada en esta investigación se basa en diferentes trabajos previos (Poria *et al.*, 2013; Lee, Lee & Wicks, 2004; Yuan & Jang, 2008; Devesa, Laguna & Palacios, 2010; Correia *et al.*, 2013; Remoaldo *et al.*, 2014). La encuesta se distribuyó en dos idiomas (español e inglés). En cuanto

a su estructura, se divide en tres grandes bloques: el primero recoge las preguntas relacionadas con las características del viaje, el tiempo de permanencia, el tipo de establecimiento que utiliza para pernoctar o el medio por el cual ha tenido conocimiento de la ciudad. El segundo bloque de preguntas se centra en el análisis de las motivaciones para visitar la ciudad y para conocer la elaboración del sombrero de paja toquilla, y el nivel de satisfacción alcanzado en función de la experiencia vivida. El tercer bloque recoge diferentes características sociodemográficas de los visitantes como la edad, el género, el nivel económico o grado de formación, entre otros.

### Muestreo y error muestral

El marco concreto de la investigación es el turista que visita la ciudad de Cuenca, incluyendo los lugares donde se explica la elaboración del sombrero de paja toquilla, con independencia tanto de si pernocta o no en la ciudad como de si visita otros lugares de la provincia de Azuay. En cuanto al número de turistas que visitan la ciudad, no existe un dato fiable debido a la escasez de estadísticas oficiales sobre actividad turística y ocupación hotelera en Cuenca. La única información disponible es la proporcionada por la entidad local Fundación Municipal Turismo para Cuenca (FMTC). Según ésta, el número de turistas que han visitado en los últimos años la provincia de Azuay es de aproximadamente 800.000 personas anuales. De ese número, la FMTC estima que, en promedio, unos 200.000 visitantes anuales llegan a la ciudad de Cuenca. Por tanto, se utilizó la cifra de 200.000 visitantes anuales como población de referencia, siendo el error muestral para un nivel de confianza del 95% del  $\pm 4,8\%$ . En la Tabla 1 se presenta la ficha técnica de la investigación.

Tabla 1: Ficha técnica de la investigación

Número total visitantes	200.000
Muestra	414 encuestas
Procedimiento	Muestreo de conveniencia
Periodo de realización	Octubre y noviembre 2015
Error muestral	$\pm 4,8\%$
Nivel de confianza	95,0%; $p = q = 0,5$
Control de la muestra	Realización y supervisión del trabajo por los autores de la investigación

Fuente: Elaboración propia

### Análisis de los datos

Los datos, resultados y conclusiones que se presentan en este artículo se relacionan tanto con el análisis del perfil sociodemográfico de los turistas como con las motivaciones y la satisfacción con la visita. La tabulación y análisis estadístico de los datos se ha realizado utilizando el programa informático SPSS v. 22. En la investigación se ha recurrido a diversas técnicas estadísticas. En este sentido, se han utilizado estadísticos para valorar la fiabilidad y validez de las respuestas del cuestionario (alpha de Cronbach), y medidas de asociación que proporcionan información necesaria para estudiar las posibles pautas de asociación existentes entre variables a partir de una tabla de

contingencias bidimensional. Al objeto de establecer comparaciones se han aplicado procedimientos estadísticos para efectuar contrastes de hipótesis sobre medias a partir del análisis de la varianza (ANOVA).

## RESULTADOS

### Perfil sociodemográfico Turista SPT

En la Tabla 2 se recogen diversas características sociodemográficas de los turistas encuestados como el sexo, la edad, la renta, el área geográfica de procedencia, el nivel de formación y la categoría profesional. De acuerdo con la Tabla 2 los visitantes de la ciudad de Cuenca son en su mayoría jóvenes, más de un 54% tiene menos de 40 años. Asimismo, el nivel de formación es muy elevado, más del 77% indica que tienen estudios universitarios. Ello es lógico teniendo en cuenta que la ciudad de Cuenca es WHS. Tres son las áreas geográficas predominantes de emisión de turistas: América Latina, incluyendo Ecuador; Norteamérica, fundamentalmente Estados Unidos; y Europa, fundamentalmente España.

Tabla 2: Perfil sociodemográfico de los turistas SPT encuestados

Variables	Categorías	%	Variables	Categorías	%
<b>Sexo</b> (N=414)	Hombre	55,8%	<b>Edad</b> (N= 410)	Menos 30	26,3%
	Mujer	44,2%		30-39 años	28,3%
		40-49 años		16,6%	
		50-59 años		12,0%	
		60 y más años		16,8%	
<b>Renta</b> (N = 377)	Menos de 700	17,0%		<b>Área geográfica</b> (N= 390)	Ecuador
	\$ 700 - 1.000	21,2%	América Latina		18,7%
	\$ 1.001 - 1.500	23,1%	Norteamérica		28,2%
	\$ 1.501 - 2.500	19,9%	Europa		20,3%
	Más de 2.500 \$	18,8%			
<b>Educación</b> (N= 400)	Primaria	2,5%	<b>Categoría profesional</b> (N= 400)	Asalariado	27,5%
	Secundaria	20,3%		Profesional liberal	27,3%
	Universitaria	77,2%		Jubilado	15,0%
				Estudiante	12,5%
		Funcionario		6,8%	
		Labores del hogar		4,5%	
		Otros		6,8%	

Fuente: Elaboración propia

Se ha detectado asociación entre el sexo de los turistas encuestados y la categoría profesional de los mismos (coeficiente de contingencia = 0,271; p = 0,000), y con el área geográfica de procedencia (coeficiente de contingencia = 0,170; p = 0,000). Asimismo, se ha revelado asociación entre el área



geográfica de procedencia con la edad (coeficiente de contingencia = 0,410;  $p = 0,000$ ), con la categoría profesional (coeficiente de contingencia = 0,470;  $p = 0,000$ ), y con el nivel de renta (coeficiente de contingencia = 0,418;  $p = 0,000$ ).

Por otro lado, el 36% de los turistas encuestados no había visitado nunca la ciudad frente a un 31,9% que lo había hecho en más de tres ocasiones. Asimismo, la mayoría de los turistas (93%) pernocta en la ciudad, siendo el espacio temporal de permanencia más importante entre 3 y 7 días. Los turistas viajan acompañados de sus parejas (39,9%) o con compañeros de trabajo o amigos (23%).

### **Motivación del viaje turistas SPT**

La encuesta incorporaba una pregunta con diferentes ítems que recogía las motivaciones de viaje más frecuentes y relevantes analizadas en investigaciones previas (Lee *et al.*, 2004; Yuan & Jang, 2008; Devesa *et al.*, 2010), adaptándolas y teniendo en cuenta las características específicas del destino turístico y de los visitantes. Tras la realización de un pretest, se seleccionaron un total de 10 ítems, medidos en una escala de Likert de 5 puntos para determinar la importancia relativa de una serie de factores en su decisión de viajar y visitar el destino turístico. Se incluyeron factores internos y externos, tal y como establece la teoría de Crompton (1979) entre motivos de arrastre y motivos de empuje. El coeficiente alpha de Cronbach de la escala final alcanza un valor de 0,619, indicativo de la consistencia interna meritoria entre los elementos de la escala. El nivel crítico ( $p$ ) asociado al estadístico F (139,564) del análisis de varianza que se utiliza para contrastar la hipótesis nula que todos los elementos de la escala tienen la misma media (ANOVA) es menor que 0,001, no siendo, por tanto, posible mantener la hipótesis de que las medias de los elementos son iguales. En una escala de Likert de 5 puntos - donde 1 es poco y 5, mucho -, un 58% de los entrevistados considera “conocer la ciudad” como el principal motivo para visitar Cuenca como destino turístico. También sobresalen como razones la “relajación” y el “degustar la gastronomía” para el 37% de los encuestados -. En el polo opuesto, entre las motivaciones menos poderosas destacan el “aprender sobre el proceso de confección del sombrero paja toquilla”, el “visitar amigos y familiares” y los “motivos laborales”. Los resultados (Tabla 3) revelan una posible baja incidencia del ICH de la ciudad de Cuenca como herramienta de promoción turística, ocupando los últimos lugares de la escala de motivación aquellas razones que relacionan directamente con SPT; ocupando los primeros puestos razones de naturaleza hedónica.

Tabla 3: Motivaciones para visitar la ciudad de Cuenca (Ecuador)

Motivaciones Turistas SPT	Total	
	Valor	Ranking
Conocer la ciudad	4,22	1
Relajación	3,91	2
Degustar la gastronomía	3,86	3
Conocer su riqueza patrimonial	3,71	4
Entretenimiento	3,68	5
Pasar un día fuera	3,66	6
Visitar talleres confección SPT	2,78	7
Aprender proceso confección SPT	2,68	8
Visitar amigos y familiares	2,68	9
Motivos labores	1,89	10

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Motivaciones para visitar Cuenca según procedencia turistas SPT

Motivaciones	Procedencia Turistas		ANOVA		Homogeneidad de Varianzas	
	Nacionales	Extranjeros	F	Sig.	Levene	Sig.
Conocer la ciudad	4,11	4,27	1,530	<,217	,414	<,520
Relajación	4,05	3,85	2,101	<,148	5,581	<,019
Degustar la gastronomía	3,94	3,83	,892	<,345	4,043	<,1
Conocer su riqueza	3,66	3,73	,349	<,555	,132	<,716
<b>Entretenimiento</b>	<b>3,96</b>	<b>3,55</b>	<b>8,994</b>	<b>&lt;,003</b>	<b>4,936</b>	<b>&lt;,027</b>
<b>Pasar un día fuera</b>	<b>3,88</b>	<b>3,56</b>	<b>4,037</b>	<b>&lt;,045</b>	<b>5,386</b>	<b>&lt;,021</b>
Visitar talleres confección SPT	2,76	2,79	,026	<,871	,440	<,507
Aprender proceso confección SPT	2,61	2,71	,460	<,498	,081	<,776
<b>Visitar amigos y familiares</b>	<b>3,39</b>	<b>2,34</b>	<b>33,840</b>	<b>&lt;,000</b>	<b>2,600</b>	<b>&lt;,108</b>
Motivos labores	2,02	1,83	1,314	<,252	,408	<,524

(\*) Los valores en negrita presentan diferencias significativas estadístico Welch

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 4 muestra el análisis a partir del lugar de procedencia de los turistas. Al objeto de efectuar comparaciones no puede asumirse que las varianzas poblacionales sean iguales ya que el nivel crítico asociado al estadístico de Levene es menor que 0,05, rechazando la igualdad de varianzas. El estadístico F del ANOVA se basa en el cumplimiento de dos supuestos (normalidad y homocedasticidad), dado que no es posible asumir la igualdad de varianzas poblacionales para todos los ítems se recurre al estadístico Welch como alternativa al estadístico F. El nivel crítico asociado a este estadístico es menor que 0,05 y, por tanto, se puede rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que los promedios de las variables motivacionales de los dos grupos de turistas comparados no son iguales. Los resultados revelan que apenas existen diferencias significativas para visitar la ciudad de Cuenca atendiendo al lugar de procedencia de los turistas.

### Atributos relacionados de la elaboración del SPT

El tema central de este estudio es la elaboración del sombrero de paja toquilla como recurso turístico. Para ello se les preguntaron a los turistas una serie de cuestiones relacionadas con este producto turístico en la ciudad de Cuenca. Todos los atributos fueron medidos en una escala de Likert de 5 puntos (siendo 1, poco importante; y 5, muy importante). El coeficiente alpha de Cronbach de la escala final alcanza un valor de 0,817, lo que indica una consistencia interna meritoria entre los elementos de la escala ya que el nivel crítico ( $p$ ) asociado al estadístico F (34,122) es menor que 0,001, mostrando evidencia que las medias de los elementos no son iguales. De acuerdo con la Tabla 5, los turistas encuestados señalan como atributo más relevante del SPT el “*ser un producto único*”. Como segundo aspecto, sobresale la “*accesibilidad a los diferentes museos*” relacionados con este producto. Como elemento a mejorar, los turistas apuntan una mejor “*señalización turística de los museos*” relacionados con la exposición y confección de esta tipología de sombrero.

Tabla 5: Valoración atributos producto SPT

Atributos	Total	
	Valor	Ranking
Es un producto único	4,26	1
Accesibilidad de los museos	3,87	2
Integración en el entorno	3,77	3
Compra de souvenirs	3,60	4
Aprendizaje proceso confección	3,58	5
Distancia entre los distintos	3,56	6
Señalización de los museos	3,50	7

Fuente: Elaboración propia

Existen algunas diferencias si se tiene en cuenta el origen de las visitantes (Tabla 6). En términos generales, se observa que la valoración de los atributos propuestos es algo superior en el caso de los

turistas nacionales. En cualquier caso, todos ellos coinciden en los atributos mejor valorados, sin que existan diferencias estadísticamente significativas al respecto como apunta el análisis ANOVA efectuado ya que el objetivo de efectuar comparaciones se asume la igualdad de varianzas poblacionales (se omite el estadístico Levene de la tabla por razón de espacio).

Tabla 6: Valoración atributos producto SPT según procedencia del turista

Motivaciones	Procedencia Turistas		ANOVA	
	Nacionales	Extranjeros	F	Sig.
Es un producto único	4,21	4,28	,401	<,527
Accesibilidad de los museos	3,96	3,83	1,352	<,246
Integración en el entorno	3,84	3,73	,904	<,342
Compra de souvenirs	3,55	3,62	,301	<,583
Aprendizaje proceso confección	3,62	3,57	,135	<,714
<b>Distancia entre los distintos museos</b>	<b>3,73</b>	<b>3,48</b>	<b>4,095</b>	<b>&lt;,044</b>
Señalización de los museos	3,63	3,43	2,850	<,092
(*) Los valores en negrita presentan diferencias significativas estadístico F				

Fuente: Elaboración propia

### Satisfacción con el viaje

En relación con la satisfacción del viaje se preguntó a los turistas su satisfacción a través de dos preguntas diferentes. La primera estaba relacionada a si estaba satisfecho con lo aprendido respecto a la confección del sombrero de paja toquilla. La segunda de ellas hacía referencia a la satisfacción con respecto al propio destino turístico, es decir, la ciudad de Cuenca. El análisis revela una valoración muy positiva de la experiencia vivida por parte de los turistas tanto en relación al SPT como en la visita a la ciudad de Cuenca en su conjunto, no existiendo diferencias estadísticamente significativas atendiendo al lugar de procedencia de los turistas (Tabla 7). Los resultados están en relación con la principal motivación turística, según refleja las Tablas 3 y 4, que es conocer la ciudad.

Tabla 7: Valoración satisfacción turistas

Satisfacción turística	Procedencia Turistas		Total
	Nacionales	Extranjeros	
Aprendizaje en la confección SPT	3,90	4,00	3,97
Visita a la ciudad de Cuenca	4,53	4,42	4,46

Fuente: Elaboración propia

Como complemento a la tabla anterior, y en relación a la satisfacción relacionada con el aprendizaje del SPT, la Tabla 8 presenta las correlaciones entre los atributos SPT y el nivel de satisfacción declarado. En este sentido, el atributo que más influye en la satisfacción en relación al aprendizaje es el propio aprendizaje recibido; es decir, las explicaciones recibidas en los museos visitados. Por su parte, la variable que menos influye es el hecho de ser considerado como un producto único. Los resultados tienen una clara implicación para la correcta gestión por parte de las empresas turísticas y el sector público de la ciudad, en el sentido que las iniciativas destinadas a incrementar el SPT como herramienta de promoción de la ciudad de Cuenca deben partir de una valoración de los atributos que son propios al ICH, incidiendo con ello en una presencia y correcta prestación del producto.

Tabla 8: Correlaciones Spearman nivel satisfacción y atributos SPT

Satisfacción	Procedencia Turistas		Total
	Nacionales	Extranjeros	
Aprendizaje proceso confección	,459**	,484**	,478**
Señalización de los museos	,337**	,394**	,371**
Integración en el entorno	,352**	,362**	,359**
Compra de souvenirs	,359**	,306**	,321**
Distancia entre los distintos museos	,340**	,276**	,295**
Accesibilidad de los museos	,255**	,289**	,278**
Es un producto único	,176	,276**	,242**
(**) La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)			

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN

A pesar de que la mayoría de los trabajos sobre turismo cultural se han centrado en el estudio de los WHS, como demuestra este estudio, existe también un campo amplio de investigaciones posibles a realizarse en torno al ICH. En este trabajo se han encontrado algunas evidencias que refuerzan esta idea como, por ejemplo, la existencia de diferentes tipologías de turistas en los destinos

culturales inmateriales en base a su motivación, algo evidente en el análisis llevado a cabo y que otros autores señalan para el caso de los WHS (McKercher & Du Cros, 2003). Más allá de estos elementos generales, el caso de estudio del sombrero de paja toquilla en la ciudad de Cuenca evidencia también la existencia de una relación importante entre el patrimonio cultural inmaterial y el patrimonio cultural material, de tal forma que, siguiendo el estudio de Bille (2012), pueden identificarse paralelismos en la satisfacción con el ICH y el WHS, retroalimentándose ambos productos en el imaginario del turista y no constituyendo una simple agregación de partes.

Además, el estudio de la relación existente entre ICH y turismo muestra cuestiones interesantes en aspectos como la motivación del viaje o la satisfacción con el viaje y el aprendizaje, que indican diferencias sustanciales entre turistas nacionales y extranjeros. A esto debe sumarse la presencia de una fuerte correlación entre los atributos del sombrero de paja toquilla y el nivel de satisfacción declarado. En este sentido, al igual que en otros estudios similares (Schoefield & Thompson, 2007) en el caso analizado se han hallado elementos diferenciadores entre nacionales y extranjeros frente a otros coincidentes, como la valoración de los atributos del producto en el caso del sombrero de paja toquilla. Esto supone aceptar el carácter complejo de este patrimonio, el cual, de la misma forma en que ocurre con el turismo gastronómico y con otro tipo de manifestaciones culturales (Nam & Lee, 2011) hace que existan barreras que marcan las diferencias entre unas sociedades y otras en paralelo a cuestiones coincidentes en las que la mayoría de los visitantes parece coincidir independientemente de su origen.

## **CONCLUSIONES**

El reconocimiento de una determinada zona como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO supone, además de un reconocimiento cultural y de una obligación de conservación del mismo, un importante atractivo para atraer a un destino a una determinada tipología de turista y, por tanto, la necesidad de gestionar correctamente dicha área. La mayoría de los estudios académicos se centran en el análisis de los WHS, y aún el número de investigaciones que abordan la relación entre el ICH y el turismo son escasos debido tanto a que este tipo de inscripción es relativamente reciente como, sobre todo, a la dificultad que existe para definir claramente esta relación debido a que en la mayoría de las ocasiones no se corresponde con un área geográfica definida. Sin embargo, en determinadas ocasiones sí es posible establecer la relación entre el ICH y el turismo. Una de estas posibilidades es la elaboración del sombrero de paja toquilla, reconocido como ICH por la UNESCO en 2012.

El objetivo fundamental de este trabajo fue analizar la relación que existe entre el turista que visita la ciudad de Cuenca con respecto a un ICH como es la elaboración del sombrero de paja toquilla. Los resultados de la investigación muestran la juventud de los turistas encuestados y que el nivel formativo es muy elevado. En cuanto a la motivación para visitar esta área geográfica se encuentra principalmente el conocimiento de la zona. Por otro lado, los turistas destacan que el sombrero de paja toquilla es un producto único y, por tanto, podría resultar interesante su potenciación para el

turismo. Con respecto a la satisfacción, los turistas están muy satisfechos con el viaje, destacando como atributo para determinarlo el aprendizaje en la elaboración del sombrero, sobre todo.

Se considera que la principal aplicación práctica de esta investigación es contribuir a entender las motivaciones de los visitantes en relación con la elaboración de este sombrero con la finalidad de concebir productos turísticos y culturales que satisfagan mejor las necesidades de los turistas y que, al mismo tiempo, sea compatible con la gestión sostenible de este patrimonio inmaterial.

La principal limitación de este trabajo se centra en que los datos recogidos han sido obtenidos a partir de una muestra de visitantes de una zona concreta de Ecuador y de un tipo de turismo muy concreto como es el turismo cultural, y el periodo temporal en qué se realizó. Ello limita la generalización a la vez que abre posibilidades de contrastación hacia otros destinos ICH. A pesar de las limitaciones, los resultados presentados contribuyen a la literatura, proporcionando aspectos claves de la ciudad de Cuenca como enclave turístico ICH. Como futura línea de investigación se recomienda la realización de diferentes estudios en otras áreas geográficas para analizar la relación entre el ICH y el turismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adie B. A. & Hall, C. M.** (2016) "Who visits World Heritage?. A comparative analysis of three cultural sites. *Journal of Heritage Tourism*". on line published. DOI: 10.1080/1743873X.2016.111429
- Aoyama, Y.** (2009) "Artists, tourists, and the state: cultura tourism and the Flamenco Industry in Andalusia, Spain". *International Journal of Urban and Regional Research* 33(1): 80-104. DOI:10.1111/j.1468-2427.2009.00846.x
- Bille, M.** (2012) "Assembling heritage: investigating the UNESCO proclamation of Bedouin intangible heritage in Jordan". *International Journal of Heritage Studies* 18(2): 107-123. DOI: 10.1080/13527258.2011.599853
- Correia, A.; Kozak, M. & Ferradeira, J.** (2013) "From tourist motivations to tourist satisfaction". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 7(4): 411-424. DOI: 10.1108/IJCTHR-05-2012-0022
- Croes, R. & Rivera, M.** (2015) "Tourism's potential to benefit the poor: a social accounting matrix model applied to Ecuador". *Tourism Economics* Disponible en <http://www.ingentaconnect.com/content/ip/tec/pre-prints/content-teft199>. Fecha de acceso: 6 de abril de 2016. DOI: 10-5367/TE.2015.0495
- Crompton, J. L.** (1979) "Motivations for pleasure vacation". *Annals of Tourism Research* 6(4): 408-424. DOI: 10.1016/0160-7383(79)90004-5
- Devesa, M.; Laguna, M. & Palacios, A.** (2010) "The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism". *Tourism Management* 31: 547-552. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.06.006

- Erskine, L. M. & Meyer, D.** (2012) "Influenced and influential: the role of tour operators and development organizations in tourism and poverty reduction in Ecuador". *Journal of Sustainable Tourism* 20(3): 339-357. DOI: 10.1080/09669582.2011.630470
- Everingham, P.** (2015) "Intercultural exchange and mutuality in volunteer tourism: The case of intercambio in Ecuador". *Tourist Studies* 15(2): 175-190. DOI: 10.1177/1468797614563435
- Finn, M.; Elliott-White, M. & Walton, M.** (2000) "Tourism and leisure research methods: data collection, analysis and interpretation". Pearson Education, Harlow
- Gascón, J.** (2015) "Residential tourism and depeasantisation in the Ecuadorian Andes (2015)". *Journal of Peasant Studies* 43 (4), 868-865. DOI: 10.1080/03066150.2015.1052964
- Gómez Schettini, M.; Almirón, A. & González Bracco, M.** (2011) "La cultura como recurso turístico de las ciudades, el caso de la patrimonialización del tango en Buenos Aires, Argentina". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(5): 1027-1046
- Kurin, R.** (2004) "Safeguarding intangible cultural heritage in the 2033 UNESCO convention: a critical appraisal". *Museum International* 56(1-2): 66-76. DOI: 10.1111/j.1350-0775.2004.00459.x
- Lee, C. K.; Lee, Y. K. & Wicks, B.** (2004) "Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction". *Tourism Management* 25: 61-70. DOI: 10.1016/s0261-5177(03)00060-8
- Lenzerini, F.** (2011) "Intangible cultural heritage: the living culture of peoples". *The European Journal of International Law* 22(1): 101-120. DOI: 10.1093/ejil/chr006
- McKercher, B. & Du Cros, H.** (2003) "Testing a cultural tourism typology". *International Journal of Tourism Research* 5(1): 45-58. DOI: 10.1002/jtr.417
- Ministerio de Turismo de Ecuador** (2016) "Boletín de estadísticos turísticos, 2009-2014, Quito". Servicio de Publicaciones, Quito
- Nam, J.-H. & Lee, T.** (2011) "Foreign travelers' satisfaction with traditional Korean restaurants". *International Journal of Hospitality Management* 30: 982– 989. DOI: 10.1016/j.ijhm.2011.02.006
- Nguyen, T. H. H. & Cheung, C.** (2014) "The classification of heritage tourists: a case of Hue City Vietnam". *Journal of Heritage Tourism* 9(1): 35-50. DOI: 10.1080/1743873X.2013.818677
- Pan, B.; Shizhou, Y. & Crone, C. R.** (2007) "Preserving intangible cultural heritage to facilitate a transition towards sustainability. A case study of Tibet's tourism industry". Publications Services of Blekinge Institute of Technology, Blekinge
- Poria, Y.; Reichel, A. & Cohen, R.** (2013) "Tourists perceptions of World Heritage Site and its designation". *Tourism Management* 35: 272-274. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.02.011
- Remoaldo, P. C.; Barreiro, L.; Ribeiro, J. C. & Santos, J. F.** (2014) "Does gender affect visiting a World Heritage Site?" *Visitor Studies* 17(1): 89-106. DOI: 10.1080/10645578.2014.885362
- Schmitt, T. M.** (2008) "The UNESCO concept of safeguarding intangible cultural heritage: Its background and Marrakchi roots". *International Journal of Heritage Studies* 14(2): 95-111. DOI: 10.1080/13527250701844019
- Schofield, P. & Thompson, K.** (2007) "Visitor motivation, satisfaction and behavioural intention: the 2005 Naadam Festival, Ulaanbaatar". *International Journal of Tourism Research* 9: 329–344. DOI: 10.1002/jtr.638
- UNESCO** (2003) "Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage". Paris



**UNESCO** (2007) “UNESCO-EIIHCAP regional meeting. Safeguarding intangible heritage and sustainable cultural tourism: opportunities and challenges”. Paris

**UNWTO** (2012) “Tourism and intangible cultural heritage”. Madrid

**Vidal González, M.** (2008) “Intangible heritage tourism and identity”. *Tourism Management* 29: 807-810. DOI: 10.106/j.tourman.2007.07.003

**Vong, L.T.N. & Ung, A.** (2012) “Exploring critical factors of Macau’s heritage tourism: what heritage tourists are looking for when visiting the city’s iconic heritage site”. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 17(3): 231-245. DOI: 10.1080/10941665.2011.625431

**Xu, S.; Martínez, L. R.; Van Hoof, H.; Tews, M.; Torres, L. & Farfan, K.** (2015) “The impact of abusive supervision and co-worker support on hospitality and tourism student employees’ turnover intentions in Ecuador”. *Current Issues in Tourism*. Disponible en <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2015.1076771>. Fecha de acceso: 15 de abril de 2016. DOI: 10.1080/13683500.2015.1076771

**Yuan, J. & Jang, S.** (2008) “The effects of quality and satisfaction on awareness and behavioral intentions: exploring the role of a wine festival”. *Journal of Travel Research* 46(3): 279–288. DOI: 10.1177/0047287507308322

Recibido el 22 de septiembre de 2016

Reenviado el 22 de octubre de 2016

Aceptado el 31 de octubre 2016

Arbitrado anónimamente