



ESTUDIO TEÓRICO-PRÁCTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL

CANTÓN AZOGUES

TURISMO, HOSPITALIDAD Y PATRIMONIO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

LICENCIATURA EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

AUTOR

MELISSA NICOLE PINTO TENE

MARÍA NICOLE FRANCO GARRIDO

TUTOR

KERLY JENNIFFER AVECILLAS UQUILLAS

SAMBORONDÓN, 2024

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN
A REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



ANEXO No. 9

**PROCESO DE TITULACIÓN
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR**

Samborondón, 7 de Agosto de 2024

Magíster
Ana María Gallardo
Decana Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: Estudio Práctico- Teórico del potencial turístico del cantón Azogues, fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para su elaboración, por lo que se autoriza a las estudiantes: Maria Nicole Franco Garrido y Melissa Nicole Pinto Tene, para que procedan con la presentación oral del mismo.

ATENTAMENTE,

Firma

Mgtr. Kerly AVECILLAS UQUILLAS
Docente Tutor

Objetivo: Esta tesis tiene como objetivo principal valorar el potencial turístico del Cantón Azogues y proponer un modelo de posicionamiento turístico que destaque la oferta identificada, con el propósito de mejorar la promoción y el desarrollo del turismo en la región. **Metodología:** La investigación se llevó a cabo mediante la aplicación de instrumentos cualitativos de recolección de datos, incluyendo entrevistas semiestructuradas y encuestas, que permitieron obtener información detallada sobre las percepciones y expectativas de los actores involucrados en el sector turístico. Además, se empleó un marco metodológico basado en los criterios del Ministerio de Turismo de Ecuador para la jerarquización de atractivos turísticos. **Principales Resultados:** Los resultados revelaron que el Cantón Azogues posee un significativo potencial turístico, caracterizado por su rica herencia cultural y patrimonial, así como por sus atractivos naturales. El modelo de posicionamiento propuesto resalta la importancia de diversificar la oferta turística y optimizar las estrategias promocionales. **Conclusión:** Se concluye que, a través de la valoración del potencial turístico y la propuesta de un modelo de posicionamiento, se establecen bases sólidas para el desarrollo de estrategias más efectivas que fomenten el crecimiento sostenible del turismo en el Cantón Azogues. Esto mejorará la experiencia del visitante y fortalecerá la identidad cultural local.

***Palabras clave:** potencial turístico, jerarquización, posicionamiento, Azogues.*

Índice de contenido

1.	11
1.1.	12
1.2.	13
1.2.1.	13
1.2.2.	13
1.3.	13
2.	14
2.1.	14
2.2.	17
2.3.	18
2.3.1.	19
2.3.2.	21
2.3.3.	23
2.4.	23
2.5.	25
2.5.1.	25
2.5.2.	26
2.6.	27
2.6.1.	27
2.6.2.	28
2.6.3.	28
2.6.4.	28
2.6.5.	29
2.7.	29
2.8.	31
2.9.	33

2.10.	34
2.10.1.	34
2.10.2.	35
3.	41
3.1.	41
3.2.	42
3.3.	43
3.4.	43
3.5.	44
4.	45
4.1.	45
4.2.	47
4.2.1.	47
4.2.2.	49
4.2.3.	52
4.2.4.	54
4.2.5.	57
4.2.6.	59
4.2.7.	61
4.3.	64
4.3.1.	65
5.	66
5.1.	67
5.2.	69
5.2.1.	69
5.2.2.	71
5.2.3.	74

5.2.4.	76	
5.3.	78	
5.3.1.	78	
5.3.2.	79	
5.3.3.	80	
5.3.4.	81	
5.4.	83	
Conclusiones		82
Recomendaciones		83
Referencias bibliográficas		84

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de categorías de análisis	43
Tabla 2. Levantamiento de Laguna de Chocar	47
Tabla 3. Levantamiento de Laguna de Chocar	49
Tabla 4. Levantamiento de Santuario Virgen de la Nube	52
Tabla 5. Levantamiento del Parque Nacional Sangay	54
Tabla 6. Levantamiento de las Olleras	56
Tabla 7. Levantamiento de Mazar Dudas	58
Tabla 8. Aguas termales de Guapan	61
Tabla 9. Codificación de criterios de valoración de atractivo	63
Tabla 10. Puntaje de atractivos según criterios de ponderación	63
Tabla 11. Rangos de atractivos turísticos	64
Tabla 12. Estructura del equipo de trabajo	65
Tabla 13. Métricas de evaluación de efectividad de las acciones	66
Tabla 14. Producto turístico	74
Tabla 15. Análisis FODA	76
Tabla 16. Segmentación de mercado	77
Tabla 17. Campaña de marketing	79

Índice de Figuras

Figura 1. Monumento señora de la nube en el cerro de Abuga	36
Figura 2. Complejo arqueológico Cojitambo	36
Figura 3. Bosque protegido Pichahuaycu	37
Figura 4. Iglesia la catedral de Azogues	39
Figura 5. Iglesia la catedral de Azogues	39
Figura 6. División política administrativa del cantón Azogues.	42
Figura 7. Laguna de Chocar	47
Figura 8. Complejo arqueológico Cojitambo	50
Figura 9. Santuario Virgen de la Nube	52
Figura 10. Parque Nacional Sagnay	54
Figura 11. Las olleras	57
Figura 12. Mazar Dudas	59
Figura 13. Mazar Dudas	61
Figura 14. Pilares del modelo de posicionamiento turístico	65
Figura 15. Fotografías del lugar	68
Figura 16. Aguas termales en Guapán	74
Figura 17. Mejora continua	81

1. Introducción

En la actualidad, el turismo es una de las industrias más importantes del mundo y constituye una piedra angular para muchos países, apoyando significativamente en el desarrollo económico y social. Esta industria genera un impacto positivo en el Producto Interno Bruto (PIB), fomenta la creación de empleos, facilita la entrada de divisas, y permite la proliferación de la cultura a nivel global. Además, desde una perspectiva general, contribuye a la diversificación de los mercados (Llupart y Rodríguez, 2022).

A nivel mundial, la contribución total de los viajes y el turismo a la economía mundial en 2019 fue de 9,63 billones de dólares. Aunque esta cifra disminuyó debido a los efectos de la pandemia, actualmente se observa una recuperación significativa, alcanzando en 2022 los 7,37 billones de dólares (Estatista, 2024). En Ecuador, el aporte de las actividades turísticas al PIB fue del 1,2% en 2020, generando 1.802,80 millones de dólares. Esto posiciona al turismo como la tercera actividad no petrolera más lucrativa del país (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020).

En la actualidad, Ecuador alberga diversas modalidades de turismo, que van desde aquellas que promueven un enfoque comunitario, ecológico y sostenible, hasta las que se fundamentan en la inversión privada y el desarrollo de mega infraestructuras en las principales ciudades turísticas del país. Sin embargo, la atención se ha concentrado principalmente en estas grandes sedes tradicionales, enfocándose en atraer turismo extranjero. Esto ha llevado a una falta de reconocimiento y aprovechamiento de otras alternativas turísticas que, aunque menos ostentosas, ofrecen experiencias ricas en confort, cultura, arte, gastronomía y autenticidad. Es fundamental diversificar la oferta turística para incluir estas opciones, que pueden contribuir significativamente al desarrollo sostenible y al bienestar de las comunidades locales (Loor et al., 2018).

Un ejemplo de lo anterior mencionado, es el Cantón Azogues, parte de la Provincia del Cañar, Ecuador cuya cabecera cantonal es la ciudad con su mismo nombre. Este cantón es privilegiado por su rica herencia cultural y patrimonial, siendo declarado "Patrimonio Cultural y Urbano del Ecuador" el 31 de octubre de 2000, lo que resalta la importancia de su arquitectura y tradiciones. Además, Azogues ha sido reconocido como "Pueblo Mágico" en 2020, lo que subraya sus virtudes turísticas, culturales y patrimoniales, ofreciendo atractivos turísticos que promueven el turismo cultural y ecoturismo, así como su desarrollo en la producción de artesanías y productos gastronómicos que son parte de su legado histórico y económico (Arosemena y Zevallos, 2023).

En esta investigación se plantea realizar una propuesta para el posicionamiento turístico del cantón Azogues con el fin de valorar el potencial turístico del cantón azogues a través de la aplicación de instrumentos cualitativos de recolección de datos y proponer un modelo de posicionamiento turístico destacando e la oferta identificada en el Cantón.

1.1. Problema de estudio

En el cantón Azogues, declarado como Pueblo Mágico en 2020, se presentan características excepcionales que lo podrían convertir en un referente turístico en el país. Sin embargo, a pesar de este reconocimiento y su potencial evidente, el cantón carece de una planificación estratégica o un modelo de promoción turística integral. La presencia de un departamento de turismo y cultura no ha sido suficiente para abordar de manera eficaz las oportunidades que ofrece el turismo en la región. Las promociones turísticas se limitan casi exclusivamente a las festividades locales, dejando de lado otras posibilidades que podrían atraer visitantes durante todo el año.

Esta falta de una estrategia amplia y sostenida impide que Azogues aproveche al máximo sus múltiples atractivos. El cantón tiene un enorme potencial para desarrollar

diversas formas de turismo, como el ecoturismo, que podría capitalizar su rica biodiversidad y paisajes naturales; el turismo religioso, que podría atraer a visitantes interesados en su patrimonio espiritual y cultural; y el turismo de aventura, que podría explotar sus escenarios ideales para actividades al aire libre. La ausencia de una promoción constante y diversificada no solo limita el crecimiento económico que el turismo podría generar, sino que también priva a la comunidad local de los beneficios culturales y sociales que una industria turística bien gestionada podría traer.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Proponer un estudio teórico-práctico para el análisis del posicionamiento turístico del cantón Azogues a través de la identificación de su potencial

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar los conceptos y bases teóricas para la medición del potencial turístico y posicionamiento de los destinos.
- Valorar el potencial turístico del cantón azogues a través de la aplicación de instrumentos cualitativos de recolección de datos.
- Proponer un modelo de posicionamiento turístico destacando e la oferta identificada en el Cantón.

1.3. Justificación

La recolección y jerarquización de la información sobre los atractivos turísticos de Azogues permitirá una mejor concentración de los recursos administrativos, económicos, tecnológicos y humanos en aquellos atractivos que poseen la infraestructura más adecuada para los turistas. Esto facilitará la planificación y ejecución de acciones

promocionales efectivas a lo largo del año, optimizando la visibilidad y el atractivo del cantón en diversas temporadas.

Además, este proceso proporcionará a las autoridades del GAD Municipal de Azogues, y en particular al Departamento de Turismo, la capacidad de tomar decisiones informadas y específicas respecto al estado de sus atractivos turísticos, las áreas que requieren mejoras y las opciones para un aprovechamiento más efectivo de sus recursos. Con la implementación del modelo de posicionamiento turístico propuesto, se establecerán bases sólidas para desarrollar y perfeccionar estrategias promocionales más eficientes, lo que en última instancia contribuirá al crecimiento sostenible del turismo en el cantón.

2. Marco teórico

En esta sección, se presenta el referencial teórico que respalda todas las afirmaciones y propuestas realizadas en esta investigación. Para ello, se divide la temática en siete subsecciones importantes: conceptualizaciones del turismo, potencial turístico, recursos, servicios, infraestructura, demanda y desarrollo local. Cada una de estas áreas proporciona un marco teórico sólido que fundamenta y enriquece el análisis realizado en este estudio.

2.1. Conceptualizaciones sobre el turismo

La definición de turismo ha evolucionado significativamente a lo largo de los años. Inicialmente concebida como el simple acto de viajar por placer, hoy en día abarca una compleja amalgama de factores que incluyen: negocios, ecología, placer, aventura y más. Este apartado explora, a través de los aportes de diversos autores, qué es el turismo y cuáles son sus implicaciones en la sociedad, la cultura, el desarrollo, la sostenibilidad y la economía de los países.

Desde una perspectiva textual, el turismo se define como “Actividad o hecho de viajar por placer (...) conjunto de medios conducentes a facilitar los viajes de turismo (...) conjunto de personas que hace viajes de turismo” (ASALE & RAE, Definición 1,2 y 3, 2024). Asimismo, la prestigiosa Organización Mundial del Turismo (OMT) lo define como “turismo se refiere a la actividad de los visitantes” (OMT, 2024, p.29). Las definiciones proporcionadas por la ASALE y la OMT resaltan el turismo no solo como un acto de viajar, sino como una actividad integral que abarca la experiencia de los viajeros y los recursos destinados a facilitar sus desplazamientos.

Desde una perspectiva más amplia, el turismo se concibe como una actividad económica y social que implica el desplazamiento temporal de personas fuera de su residencia habitual con el fin de explorar y disfrutar de otros destinos. Este fenómeno abarca tanto viajes domésticos como internacionales y puede ser motivado por diversas razones como el ocio, la cultura, los negocios, la salud, el deporte o la educación. Más allá de ser una simple actividad recreativa, el turismo promueve el intercambio cultural y el entendimiento entre diversas comunidades, contribuyendo así a la diversidad y la tolerancia. Además, tiene un impacto económico significativo al generar empleo e ingresos para muchas regiones, lo que lo convierte en un motor clave para el desarrollo local y nacional (Aydın y Alvarez, 2020).

Además, el turismo también se concibe como un conjunto de prácticas organizadas y contextualizadas que involucran actividades turísticas realizadas por individuos y grupos en entornos específicos. Estas prácticas turísticas no se limitan a la mera actividad individual, sino que se consideran como acciones organizadas y relacionadas con otros actores y estructuras sociales. El turismo implica la interacción entre los turistas y el contexto en el que se desarrollan las actividades turísticas, así como la influencia mutua entre la agencia individual y la estructura social. Además, el turismo

se ve como un fenómeno dinámico que implica la repetición de ciertas formas de comportamiento turístico y la adopción, mantenimiento o abandono de prácticas turísticas a lo largo del tiempo. Esta perspectiva más amplia del turismo resalta su complejidad como un fenómeno social y económico en constante evolución (Bargeman y Richards, 2020).

Desde la óptica económica, el turismo se percibe como un motor clave para el desarrollo económico de un país, al generar ingresos, empleo y atraer inversiones. Además, se reconoce su capacidad para mejorar las condiciones socioeconómicas locales, impulsando el crecimiento, mejorando la infraestructura y promoviendo otras industrias relacionadas. El análisis del turismo no se limita al impacto en el PIB, también considera factores como la desigualdad, la educación y la salud, abogando por una evaluación multidimensional del desarrollo económico, como se hace a través del Índice de Desarrollo Humano (IDH). Se distingue entre la relación turismo-crecimiento económico y turismo-desarrollo económico, este último considerando efectos más amplios que van más allá del crecimiento del PIB (Cárdenas-García et al., 2024).

Desde la perspectiva de la sociedad, Streimikiene et al. (2021) resalta el turismo como una herramienta para fortalecer la cohesión social, al permitir la interacción entre diferentes culturas, la comprensión de lugares y costumbres, así como el intercambio cultural en el tiempo libre. Además, se destaca el papel del turismo social, que prioriza aspectos sociales sobre los económicos, en la creación y preservación de destinos turísticos, considerando criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental. Se subraya que el turismo social no solo contribuye al empleo y al crecimiento económico, sino que también fomenta el aumento del bienestar social al basar el desarrollo de actividades turísticas en criterios que priorizan el beneficio colectivo. Esta visión enfatiza

la importancia de un enfoque integral y equilibrado en la planificación y gestión del turismo, que beneficie tanto a la economía como al tejido social de las comunidades.

2.2. Potencial turístico

Desde la perspectiva de Otcheskiy et al. (2023), el Potencial Turístico (PT) de una región se define como su capacidad para atraer visitantes y satisfacer sus necesidades. Este concepto abarca una variedad de elementos que influyen en la elección de un destino, incluyendo sus recursos naturales como paisajes y parques, recursos culturales como historia y gastronomía, infraestructura turística, accesibilidad, hospitalidad local y seguridad percibida. Estos factores combinados determinan la atracción y viabilidad de un destino para los turistas en busca de experiencias enriquecedoras y seguras.

Por su parte, Soeswoyo et al. (2021), indican que para evaluar el PT de una región, se pueden aplicar diversas técnicas de análisis, que incluyen la identificación de componentes clave del turismo, análisis de factores como higiene, salud, seguridad y medio ambiente, estudio de preferencias del mercado y análisis SWOT (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Estas metodologías permiten una evaluación integral de los recursos y oportunidades turísticas de la región, así como de los desafíos y áreas de mejora, para desarrollar estrategias efectivas de desarrollo turístico competitivo.

Si bien el análisis de factores turísticos como la infraestructura, la cultura y la oferta ambiental es crucial para evaluar el PT de una región, es fundamental que estos factores se midan mediante indicadores objetivos y cuantificables para realizar una evaluación precisa. Estos indicadores deben adaptarse al tipo de turismo que se pretende desarrollar o evaluar en una región específica. Por ejemplo, si la entidad u organización busca promover el turismo natural, se deben considerar indicadores como la diversidad de flora y fauna, la disponibilidad de áreas con belleza natural, la limpieza y la estética

del entorno (Purwoko et al., 2023). Por otro lado, si el objetivo es fomentar el turismo deportivo, se deben evaluar aspectos como las rutas de acceso, la existencia de instalaciones deportivas, la disponibilidad de comercios especializados en deportes, entre otros. Es decir, los indicadores van a depender del tipo de turismo que se desea ofertar para evaluar su PT (Tian et al., 2023).

Asimismo, la utilización de índices de medición del PT de una región, permite una evaluación objetiva y cuantitativa del atractivo turístico de un sitio, permitiendo a los gestores comprender mejor sus capacidades y limitaciones; posibilitan la toma de decisiones informadas sobre estrategias de conservación, promoción y desarrollo turístico al contar con datos concretos; facilitan una planificación estratégica más efectiva al identificar áreas de mejora y oportunidades; permiten asignar recursos de manera eficiente para mejorar la experiencia de los visitantes y promover el desarrollo sostenible; y contribuyen a un enfoque de desarrollo turístico equilibrado que conserva el patrimonio cultural y genera beneficios económicos y sociales para las comunidades locales (Ramírez-Guerrero et al., 2021).

2.3. Recursos turísticos

Un recurso turístico se define como cualquier elemento, ya sea natural, cultural, o construido, que posee un valor intrínseco o potencial para atraer a los turistas y contribuir al desarrollo de la industria turística. Estos recursos pueden incluir paisajes naturales, sitios históricos, eventos culturales, infraestructuras turísticas, actividades recreativas, entre otros, que son utilizados para crear experiencias turísticas memorables y atractivas. La evaluación y gestión adecuada de los recursos turísticos son fundamentales para garantizar su conservación, promover un turismo sostenible y maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales derivados de su uso (Zhang et al., 2022).

Los recursos turísticos de una región son esenciales para mejorar su competitividad en la industria turística, ya que representa un componente diferenciador. Una amplia gama de recursos turísticos bien gestionados puede diferenciar a la región de otros destinos, atraer a más turistas y generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local. Por lo tanto, la gestión adecuada y la promoción efectiva de estos recursos son fundamentales para potenciar la competitividad turística de una región y consolidar su posición como un destino atractivo y sostenible en el mercado turístico (Lu et al., 2023).

A continuación, se presentan algunos de los recursos turísticos más relevantes dentro de la industria:

2.3.1. Recursos naturales

En la industria del turismo, un recurso natural se define como cualquier elemento de la naturaleza que pueda aprovecharse para atraer a los turistas y enriquecer su experiencia. Estos recursos abarcan paisajes, formaciones geológicas, cuerpos de agua, flora y fauna, entre otros. Son esenciales para el desarrollo del turismo sostenible, ya que no solo atraen visitantes y generan ingresos, sino que también deben ser protegidos y preservados para las generaciones futuras (Ruban, 2021). A continuación, se presentan algunos de los recursos naturales mayormente utilizados en la industria:

a) Zona de litoral

Una zona costera, o litoral, se refiere a la franja de tierra que bordea el mar, ofreciendo un entorno singular y atractivo para el turismo. Estas áreas suelen albergar una diversidad de recursos naturales, como playas, acantilados, arrecifes de coral y manglares, que pueden ser aprovechados de diversas formas para atraer a los visitantes. El turismo en zonas costeras puede abarcar actividades como buceo, surf, avistamiento de vida

marina, descanso en la playa, disfrute de la gastronomía local y exploración de la cultura costera. Además, el desarrollo sostenible de estas áreas puede fomentar la conservación del entorno marino y terrestre, generando beneficios económicos para las comunidades locales mediante prácticas turísticas responsables y respetuosas con el medio ambiente (Rodríguez et al., 2024) .

b) Zonas de montaña

Una zona de montaña se caracteriza por su topografía accidentada, altitudes elevadas y una rica diversidad de flora y fauna. Estos entornos ofrecen atractivos naturales únicos, como paisajes impresionantes, cascadas, bosques exuberantes y una sensación de tranquilidad y conexión con la naturaleza. Para el turismo, las zonas de montaña representan oportunidades para actividades al aire libre como senderismo, escalada, observación de aves, turismo de aventura y turismo ecológico. Además, el turismo en zonas de montaña puede contribuir al desarrollo económico local, la conservación del medio ambiente y la promoción de la cultura y tradiciones de las comunidades que habitan en estas áreas (Puebla et al., 2020).

c) Áreas naturales protegidas

Una zona natural protegida es un área geográfica designada para conservar su biodiversidad, ecosistemas y recursos naturales, siendo cruciales para la preservación de la flora y fauna, así como la protección de ecosistemas frágiles. El turismo puede aprovechar estas zonas de diversas formas, promoviendo el ecoturismo como una actividad sostenible que respeta el medio ambiente y las comunidades locales. Los visitantes de una zona natural protegida pueden disfrutar de su belleza escénica, participar en actividades al aire libre, aprender sobre la conservación de la naturaleza y contribuir

económicamente a la preservación de estos espacios mediante el pago de tarifas de entrada o la contratación de servicios turísticos locales (Barreiros et al., 2024).

d) Cuerpos de agua

Los cuerpos de agua, como mares, ríos o lagos, son características naturales esenciales que ofrecen una variedad de oportunidades para el turismo. Desde actividades recreativas como natación, buceo, pesca, paseos en bote y deportes acuáticos, hasta la creación de paisajes pintorescos, promoción de la biodiversidad y desarrollo de infraestructuras turísticas sostenibles. Estas aguas atraen a turistas en busca de experiencias únicas y relajantes, mientras sirven como punto focal para la conservación del entorno natural y la creación de destinos turísticos memorables (Blanco, 2021).

2.3.2. *Recursos culturales*

En el ámbito turístico, los recursos culturales son elementos de gran valor que atraen a los turistas por su autenticidad, historia, tradiciones y expresiones únicas. Estos recursos abarcan desde sitios históricos y monumentos arquitectónicos hasta paisajes naturales impresionantes, instalaciones religiosas y manifestaciones étnicas como festivales y artesanías locales, proporcionando experiencias enriquecedoras y memorables donde los visitantes pueden sumergirse en la cultura local, aprender sobre tradiciones y costumbres, y experimentar la autenticidad de la vida cotidiana (Liang et al., 2021). A continuación, se presentan algunos de los recursos culturales más explotados dentro de la industria del turismo.

a) Patrimonio artístico monumental

El patrimonio cultural artístico se define como un conjunto de expresiones tangibles e intangibles que reflejan la identidad, la historia y la diversidad cultural de un país. Este legado incluye obras de arte, arquitectura, artesanías, tradiciones, festividades

y manifestaciones culturales únicas. El turismo puede aprovechar este patrimonio cultural artístico como una fuente inagotable de experiencias auténticas y enriquecedoras para los visitantes. A través de la promoción y preservación de estos activos culturales, se puede fomentar un turismo sostenible que contribuya al desarrollo económico y social de las comunidades locales, al tiempo que se enriquece la experiencia de los viajeros al sumergirse en la riqueza cultural y artística de la región (Sandoval-Guerrero, 2019)

b) Comunidades tradicionales

Una comunidad tradicional se caracteriza por conservar prácticas, costumbres y conocimientos ancestrales que han sido transmitidos de generación en generación. En el contexto del turismo, estas comunidades representan un tesoro cultural y patrimonial invaluable que puede ser aprovechado de manera sostenible y respetuosa. El turismo comunitario brinda la oportunidad de poner en valor la riqueza cultural de estas comunidades, permitiendo a los visitantes sumergirse en experiencias auténticas, participar en actividades tradicionales, conocer la historia local y establecer un intercambio enriquecedor con los habitantes, contribuyendo así a la preservación de su identidad cultural y al desarrollo económico de la comunidad (Vera et al., 2021).

c) Expresiones contemporáneas

Una expresión contemporánea en el contexto del turismo se refiere a la combinación de elementos modernos, tradicionales y posmodernos que se manifiestan en los lugares turísticos actuales. Estas expresiones pueden ser aprovechadas por la industria turística para ofrecer experiencias únicas y atractivas a los viajeros. Al fusionar artefactos contemporáneos con elementos identitarios tradicionales, se crea un *collage* de posibilidades que permite a los turistas sumergirse en experiencias auténticas y al mismo tiempo innovadoras. Esta mezcla de lo real y lo ficticio, lo tradicional y lo moderno,

brinda a los visitantes la oportunidad de explorar espacios efímeros donde el tiempo y el espacio se entrelazan de manera única, generando vivencias memorables y enriquecedoras (Bellón, 2023).

2.3.3. *Ecosistemas*

Un ecosistema se define como un sistema biológico compuesto por organismos vivos y su entorno físico, interactuando de manera equilibrada y sostenible. En el contexto del turismo, los ecosistemas representan una fuente invaluable de atractivos naturales y culturales que pueden ser aprovechados de manera responsable para ofrecer experiencias únicas a los visitantes. La diversidad de flora y fauna, los paisajes impresionantes, y la riqueza cultural de un ecosistema pueden ser elementos clave para atraer turistas y generar ingresos para la comunidad local. Sin embargo, es fundamental gestionar adecuadamente la actividad turística para preservar la integridad y la biodiversidad de los ecosistemas, garantizando su sostenibilidad a largo plazo y evitando impactos negativos como la alteración de hábitats, la sobreexplotación de recursos y la degradación ambiental (Pabón, 2019)

2.4. **Servicios turísticos**

Los servicios turísticos se refieren al conjunto de bienes y servicios disponibles para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas en un destino específico. Incluye una amplia gama de elementos como alojamiento, transporte, actividades recreativas, gastronomía, servicios de guía turística, entre otros. La oferta turística es fundamental para atraer visitantes, satisfacer sus expectativas y generar un impacto positivo en la economía local (Macias et al., 2020). Asimismo, entre los servicios turísticos más importantes son: alojamiento, alimentación y esparcimiento. A continuación, se aborda cada uno de ellos.

En el contexto turístico, el alojamiento se refiere a los establecimientos que ofrecen hospedaje a los visitantes durante su estadía en una región. Este aspecto es crucial para los servicios turísticos de una región, ya que el tipo de alojamiento disponible puede influir significativamente en el comportamiento de los turistas durante su visita. La elección del alojamiento no solo proporciona un lugar para descansar y dormir, sino que también puede afectar la experiencia general del viaje, determinando las actividades que los turistas eligen realizar, su interacción con la comunidad local y su percepción del destino en su conjunto. Por lo tanto, la diversidad y calidad de las opciones de alojamiento en una región son aspectos clave para atraer y satisfacer a los visitantes, así como para impulsar el desarrollo turístico sostenible y la economía local (McKercher et al., 2023).

Por su parte, la alimentación desempeña un papel crucial en la experiencia turística de una región, satisfaciendo una necesidad básica de los visitantes y promoviendo el patrimonio cultural y la identidad local. La comida local ofrece a los turistas sabores auténticos y la oportunidad de sumergirse en la historia y tradiciones culinarias del destino. Además, la gastronomía local puede diferenciar un destino, resaltando su diversidad cultural (Yang et al., 2024).

La oferta recreativa o esparcimiento en el sector turístico abarca la diversidad de actividades y entretenimientos disponibles para los visitantes en una región. Este aspecto es fundamental para los servicios turísticos, ya que contribuye significativamente a la atracción y retención de turistas. Al ofrecer una amplia gama de opciones recreativas, como tours, eventos culturales, deportes de aventura y actividades al aire libre, se crea un ambiente atractivo y dinámico que enriquece la experiencia del visitante. Esta diversidad no solo aumenta la satisfacción de los turistas, sino que también impulsa el desarrollo económico local al fomentar la inversión en infraestructura turística y la creación de empleo en el sector (Solórzano et al., 2022).

2.5. Instalaciones turísticas

Una instalación turística se refiere a un componente integral de un destino turístico que contribuye significativamente a la experiencia de viaje de los visitantes y a su calidad de vida. Estas instalaciones pueden incluir infraestructuras físicas como transporte turístico, servicios de alojamiento, restaurantes, atracciones culturales y naturales, así como servicios blandos como seguridad, información pública, servicios administrativos y culturales relacionados con el turismo (Weng et al., 2023). En el marco de esta investigación, se reconoce las instalaciones turísticas en dos grandes grupos. El primero en instalaciones de negocio, cultura y salud, el segundo, como instalaciones dedicadas a la actividad turística que se definen a continuación:

2.5.1. *Instalaciones de negocio, cultura y salud.*

Los centros de negocio están diseñados para acoger una variedad de actividades y atraer a un amplio público, tanto local como internacional, ofreciendo instalaciones y servicios que facilitan la organización y el desarrollo de eventos de diversa índole. Estos lugares permiten la realización de diversas actividades que atraen el turismo, tales como: ferias, congresos, convenciones, seminarios, foros, conferencias e incluso eventos empresariales. Estos eventos no solo atraen a interesados específicos, también permiten a los locales y promotores mostrar la oferta turística de la zona. Los turistas llegan por un evento, pero se quedan por la oferta turística que ofrece el lugar. Por esta razón, estos eventos se realizan en puntos estratégicos de una región que permitan a los visitantes disfrutar de toda la oferta disponible (Folgado-Fernández et al., 2021).

Por su parte, las instalaciones de salud se refieren a la oferta turística centrada en la conexión entre la salud individual y las dimensiones sociales y personales, teniendo en cuenta los estilos de vida de las personas. Esta experiencia turística va más allá de la simple relajación y disfrute sensorial, como servicios de spa, salas de vapor y gimnasios,

al enfocarse también en el crecimiento personal de los turistas. El enfoque del turismo de bienestar ha evolucionado de una perspectiva limitada basada en la salud física y el bienestar a una visión más amplia de salud holística, que abarca aspectos físicos, mentales, sociales y ambientales. Este tipo de turismo busca promover la salud y el bienestar integral de los individuos, ofreciendo experiencias inmersivas y auténticas que pueden mejorar la calidad de vida y el equilibrio general de las personas (Liao et al., 2022).

Las instalaciones turísticas dedicadas a la cultura, como museos, pueblos culturales, atracciones históricas, galerías y monumentos, desempeñan un papel crucial en la experiencia de los turistas. Estas instalaciones no solo enriquecen la oferta turística de un destino, también profundizan la comprensión y apreciación de los visitantes por la historia y la cultura local. La interacción con el patrimonio cultural a través de estas instalaciones puede aumentar significativamente la satisfacción de los turistas y fomentar su lealtad hacia el destino. Además, las experiencias culturales memorables pueden incentivar a los visitantes a recomendar el destino y a considerar regresar en el futuro, lo que contribuye al desarrollo sostenible del turismo y al fortalecimiento de la identidad cultural de la región (Atsız y Akova, 2021).

2.5.2. Instalaciones dedicadas a la actividad turística

Un tipo de instalación turística dedicada a la aventura y el ecoturismo incluye zonas de campamento en puntos de interés o rutas establecidas, refugios bien equipados para turistas, miradores con vistas panorámicas, y circuitos delimitados con señalética adecuada. Además, estas instalaciones ofrecen estaciones de cuidado ambiental, caballerizas, centros para rutas de senderismo y ciclismo, y talleres de mantenimiento para equipos de aventura, como bicicletas y autocaravanas. También se proporcionan insumos necesarios para las actividades de aventura y ecoturismo. Estas facilidades

aseguran que los turistas dedicados a la aventura y el ecoturismo tengan todas las comodidades y recursos necesarios para disfrutar plenamente de su experiencia (Tshipala y Coetzee, 2022).

Otro tipo de instalaciones dedicadas a la actividad turística corresponde al turismo rural, que se desarrolla en áreas rurales y ofrece a las visitantes experiencias auténticas, contacto con la naturaleza, la cultura local y la vida en el campo. Las instalaciones típicas para este tipo de turismo incluyen invernaderos, granjas, establos y corrales, donde los turistas pueden visitar e involucrarse activamente durante su estancia. Además, se ofrecen experiencias en mercados locales, talleres de artesanías y comedores que sirven comida tradicional, entre otros. Estas instalaciones y actividades permiten a los turistas sumergirse en la vida rural, conocer las tradiciones locales y disfrutar de una experiencia genuina y enriquecedora (Lane et al., 2022).

2.6. Infraestructura turística

2.6.1. Infraestructura de transporte

La infraestructura de transporte abarca un conjunto de elementos físicos, como carreteras, puentes, aeropuertos, puertos marítimos y otros medios que facilitan la movilidad de personas y mercancías en una región. Esta infraestructura es crucial para el turismo, ya que una red de transporte eficiente y bien desarrollada permite el acceso rápido y seguro a destinos turísticos, fomenta el flujo de visitantes y estimula el crecimiento económico de la región. Además, mejora la experiencia de los turistas al proporcionar conectividad fluida entre diferentes puntos de interés y contribuye al desarrollo sostenible de la industria turística (Cabrera y Cabrera, 2022).

2.6.2. Infraestructura de comunicaciones

La infraestructura de comunicación incluye servicios esenciales como telefonía, conectividad a internet, paquetería y correos, los cuales son fundamentales para el turismo. Estos servicios permiten a los turistas mantenerse conectados con sus hogares y trabajos, acceder a información y reservas en tiempo real, y comunicar sus experiencias a través de redes sociales. La disponibilidad de una infraestructura de comunicación robusta facilita la planificación y organización del viaje, mejora la seguridad al permitir una comunicación constante, y enriquece la experiencia turística al ofrecer acceso a recursos y servicios digitales. Además, servicios eficientes de paquetería y correos aseguran que los turistas puedan enviar y recibir paquetes y correspondencia, contribuyendo a una experiencia más cómoda y satisfactoria (Ministerio de turismo de Mexico, 2016).

2.6.3. Infraestructura de salud

Una infraestructura de salud se refiere al conjunto de instalaciones, recursos y servicios médicos disponibles en una región o destino turístico, que incluyen hospitales, clínicas, centros de bienestar, personal médico capacitado y tecnología médica avanzada. Esta infraestructura es fundamental para el turismo de salud, ya que garantiza la calidad y accesibilidad de los servicios médicos ofrecidos a los turistas, generando confianza y satisfacción en los visitantes. Además, una infraestructura de salud sólida contribuye al posicionamiento de un destino como un lugar de referencia para tratamientos médicos de clase mundial, atrayendo así a un mayor número de turistas internacionales en busca de servicios de salud de calidad (Lopez et al., 2023).

2.6.4. Infraestructura de servicios urbanos

Una infraestructura de servicios urbanos se refiere al conjunto de instalaciones y servicios básicos que una ciudad ofrece a sus residentes y visitantes, como transporte

público eficiente, sistemas de agua potable y saneamiento, redes de comunicación, servicios de salud y seguridad, entre otros. Esta infraestructura es crucial para el turismo, ya que proporciona la base necesaria para garantizar una experiencia satisfactoria a los turistas, asegurando su comodidad, seguridad y accesibilidad durante su estancia en la ciudad. Una infraestructura de servicios urbanos bien desarrollada contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes locales, atraer a más turistas y promover el desarrollo sostenible de la industria turística en la ciudad (Carvache-Franco et al., 2021).

2.6.5. Infraestructura energética

Una infraestructura energética se refiere al conjunto de instalaciones, redes y sistemas necesarios para la generación, transmisión y distribución de energía, como la electricidad, gasolina, gas, entre otros tipos de energía. En el contexto del turismo, la infraestructura energética es crucial ya que proporciona la energía necesaria para el funcionamiento de hoteles, restaurantes, transporte y otras actividades turísticas. Además, en destinos de turismo de naturaleza, la infraestructura energética puede influir en la calidad del paisaje y la experiencia del visitante, siendo fundamental para mantener un equilibrio entre el desarrollo turístico y la preservación ambiental (Inostroza-Villanueva et al., 2024).

2.7. Demanda turística

La demanda turística se refiere a la cantidad de personas que están interesadas en viajar y consumir servicios turísticos en un determinado destino. Esta demanda puede estar influenciada por diversos factores, como las preferencias de los turistas, las condiciones económicas, la disponibilidad de servicios y la percepción de seguridad y calidad. La demanda turística es importante para la industria del turismo, ya que impulsa la oferta de servicios y contribuye al desarrollo económico de los destinos turísticos (Velásquez et al., 2022). De acuerdo con el Ministerio de turismo de México (2016), la

demanda turística se puede medir a través de tres factores que se mencionan a continuación:

a) Afluencia turística

La afluencia turística es la cuantificación del número de visitantes que visitan un determinado lugar en un plazo definido. Comprender este aspecto es fundamental para comprender la cantidad de turistas y el potencial del lugar para atraerlos. Un aumento significativo en la llegada de visitantes demuestra una demanda sólida y podría servir como indicador del atractivo y la competitividad del destino en el sector turístico. Además, la vigilancia de la llegada de turistas ayuda a los administradores y estrategias a predecir las necesidades de infraestructura y servicios, diseñar tácticas de marketing más eficientes e implementar mecanismos sostenibles para regular la avalancha de visitantes (Ministerio de turismo de Mexico, 2016).

b) Estadía estimada promedio

La estancia media estimada indica la cantidad de tiempo que los turistas suelen pasar en un lugar específico durante su visita. Esta métrica es crucial para evaluar el alcance de la experiencia turística y la capacidad del destino para retener visitantes. Una estadía más prolongada frecuentemente genera un mayor gasto de los visitantes y un impacto económico más sustancial en la ubicación, lo que ayuda a una amplia gama de empresas locales, incluidos hoteles, restaurantes, instalaciones recreativas y establecimientos minoristas (Ministerio de turismo de Mexico, 2016).

c) Gasto estimado promedio

El gasto promedio estimado denota la suma monetaria que normalmente gasta un visitante cuando visita un lugar determinado. La medición del impacto económico del turismo en la región depende en gran medida de este aspecto crucial, ya que un gasto

promedio más alto a menudo conduce a mayores ingresos tanto para el sector turístico como para la economía local. El examen del gasto medio permite identificar los sectores específicos en los que los visitantes destinan la mayor cantidad de dinero. Esto, a su vez, permite a los proveedores de servicios turísticos adaptar sus ofertas para optimizar sus ingresos. Además, esta métrica puede revelar las tendencias de consumo y las preferencias de los visitantes, permitiendo así la formulación de planes de marketing y desarrollo de productos más eficientes que estén en línea con las expectativas del mercado (Ministerio de turismo de Mexico, 2016).

2.8. Turismo y desarrollo local

El desarrollo local se define como un proceso integral de crecimiento y transformación estructural de la economía de una ciudad, comarca o región. Se caracteriza por la interacción de tres dimensiones fundamentales: económica, sociocultural y político-administrativa. En la dimensión económica, se destaca la eficiencia en el uso de los factores productivos por parte de las empresas locales, la generación de economías de escala y el aumento de la productividad para mejorar la competitividad en los mercados. En el ámbito sociocultural, se resalta la importancia de las relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores como base del proceso de desarrollo. Por último, en la dimensión político-administrativa, se enfatiza en la creación de un entorno local propicio para la producción y el impulso del desarrollo sostenible a partir de las realidades locales definidas por los actores involucrados (Pérez et al., 2019).

El turismo desempeña un papel fundamental en el fomento del desarrollo local al generar ingresos, promover la creación de empleo y estimular la inversión en la región. A través de iniciativas de desarrollo local, como la inversión en recursos turísticos y la promoción de prácticas sostenibles, se pueden maximizar los beneficios económicos y sociales para las comunidades locales. La interacción entre el turismo y el desarrollo local

crea una relación simbiótica donde la conservación de los recursos naturales del destino se convierte en un factor crucial para garantizar un flujo continuo de ingresos a largo plazo. Además, al gestionarse con una visión a largo plazo e integrarse en la planificación territorial, el turismo puede ser un motor significativo para el crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida en las comunidades locales (Gemar et al., 2023).

El turismo, al integrarse en una sociedad, aporta una contribución significativa al desarrollo sociocultural al fomentar la interacción entre diferentes culturas, etnias y costumbres. Esta actividad recreativa no solo permite el establecimiento de lazos entre personas de distintos orígenes, sino que también promueve la valoración y preservación de la identidad cultural local. A través de la exposición a nuevas perspectivas y experiencias, tanto los visitantes como los residentes tienen la oportunidad de enriquecer su comprensión del mundo, fomentando la tolerancia, el respeto mutuo y la apreciación por la diversidad. Asimismo, el turismo puede impulsar la revitalización de tradiciones locales, la conservación del patrimonio cultural y la generación de oportunidades económicas que fortalecen el tejido social de la comunidad (Moreira et al., 2023).

El turismo no solo desempeña un papel crucial en el desarrollo económico de una sociedad, sino que también contribuye significativamente al desarrollo político-administrativo. Al fomentar la interacción entre diversos actores y promover la transparencia en la gestión de políticas públicas, el turismo crea un entorno propicio para la gobernanza efectiva y la legitimidad de las instituciones. Además, al generar empleo, ingresos y oportunidades de inversión, el turismo fortalece la base fiscal del Estado, permitiendo la implementación de políticas públicas más sólidas y el desarrollo de infraestructuras que benefician a toda la sociedad. En este sentido, el turismo no solo impulsa la actividad económica, sino que también contribuye al fortalecimiento de las

estructuras políticas y administrativas de una sociedad, promoviendo la transparencia, la buena gobernanza y el desarrollo sostenible (Zuñiga-Collazos et al., 2023).

2.9. Posicionamiento turístico

El posicionamiento turístico de un destino es crucial, ya que se basa en la percepción y la imagen que tanto los turistas como los visitantes tienen del lugar, tanto a nivel nacional como internacional. Mejorarlo implica implementar estrategias efectivas que resalten los atractivos, servicios y experiencias únicas que ofrece el destino, con el objetivo de atraer a un mayor número de visitantes y así generar un impacto positivo en la economía local. Estas estrategias pueden incluir campañas de marketing, promoción de eventos culturales y naturales, así como el desarrollo de infraestructuras turísticas que mejoren la experiencia del viajero (Gelez, 2023).

Según Saqib (2019) el posicionamiento turístico implica identificar y comunicar la propuesta de valor única de un destino en la mente de los turistas. Los pasos clave incluyen analizar el mercado, identificar segmentos de mercado basados en características demográficas y comportamentales, seleccionar el segmento objetivo más adecuado, desarrollar una propuesta de valor distintiva y comunicarla de manera efectiva a través de diversas estrategias de marketing y comunicación. Además, es crucial evaluar continuamente la efectividad del posicionamiento y realizar ajustes según los comentarios de los turistas para mantener la relevancia y la competitividad del destino.

Por su parte, Apriyanti et al. (2024) dan otra perspectiva y resalta que el posicionamiento turístico exitoso incluye la necesidad de una infraestructura turística adecuada que abarque desde la planificación espacial hasta la disponibilidad de servicios esenciales como agua y electricidad, así como la importancia de una estrategia gubernamental efectiva para priorizar el desarrollo del sector y construir infraestructuras que lo respalden. Además, se destaca la necesidad de una colaboración sólida entre todas

las partes involucradas en el turismo para trabajar en conjunto en el desarrollo y promoción del sector. Por último, se enfatiza la implementación de estrategias para mejorar la competitividad del sector, incluyendo el acceso fácil a destinos, la belleza natural de las atracciones turísticas y la diversidad de opciones de entretenimiento y actividades culturales ofrecidas en los destinos turísticos.

Según Chen y Uysal (2022) los factores esenciales para el posicionamiento en el mercado turístico incluyen un análisis profundo de la imagen del destino, destacando la importancia de comprender las percepciones de los turistas para adaptar los servicios ofrecidos. Además, se emplean diversas dimensiones para describir las preferencias de los turistas en actividades y atracciones, permitiendo una segmentación más precisa del mercado. Se realiza también una comparación competitiva para entender la posición relativa del destino y desarrollar estrategias efectivas de diferenciación. Finalmente, se derivan implicaciones de marketing para diseñar estrategias que comuniquen de manera efectiva las ventajas del destino y atraigan a los turistas potenciales en un entorno competitivo.

2.10. Caracterización de la ciudad de Azogues

2.10.1. Breve reseña histórica de Azogues

La información presentada en este apartado fue determinado en base a los aportes del Parlamento Andino y descrito por Prieto (2022).

Los primeros habitantes del cantón Azogues fueron las tribus Cañaris y de Peleusí. La Confederación Cañari, gobernada por caciques, se extendía por las actuales provincias de Azuay, Cañar y parte de Loja, incluyendo a Peleusí dentro de su territorio. Con la llegada de los españoles, el 4 de octubre se comenzó a celebrar la festividad de San Francisco de Asís, por lo que el lugar fue nombrado San Francisco de Peleusí. A este nombre se le añadió "del Azogue" debido al descubrimiento de minas de mercurio en el

cerro de Guayzhun en 1558. Así, el 4 de octubre de 1562, Gil Ramírez Dávalos fundó San Francisco de Peleusí del Azogue, transformándolo en Asiento-Doctrina y dejando de ser una encomienda.

Posteriormente, este lugar fue reconocido como Partido anexo a la ciudad de Cuenca y, desde el 10 de enero de 1778, como Tenencia de Juez y Alcaldes. Desde 1580, tanto los españoles como los indígenas comenzaron a llamarlo simplemente Azogues, según consta en varios registros históricos y documentos geográficos. Su aniversario de emancipación se celebra cada 4 de noviembre, conmemorando la Gesta Heroica del 4 de noviembre de 1820.

Azogues se convirtió en cantón el 16 de abril de 1825, con su cabecera en Azogues y parroquias como Biblián, Déleg, Bayas, Chuquipata, Charasol, Guapán, San Marcos, Taday, Pindilig, Zhoray, San Miguel y Solano. Actualmente, el cantón incluye las parroquias rurales de Guapán, San Marcos (Luis Cordero), Cojitambo, San Miguel de Porotos, Taday, Pindilig y Shoray, así como las parroquias urbanas de Azogues, San Francisco, Opar (Bayas) y Charasol (Borrero).

2.10.2. Recursos turísticos de Azogues

Azogues cuenta con varios recursos naturales que pueden ser aprovechados como una oferta turística atractiva gracias a su particular ubicación geológica que puede ser clasificada como: zonas de montaña, áreas naturales protegidas, cuerpos de agua, patrimonio artístico monumental, comunidades tradicionales y expresiones contemporáneas. A continuación, se definen cada una de ellas.

Azogues, una región interandina rodeada de montañas debido a su ubicación geográfica, cuenta con dos estructuras geológicas destacadas: El Abuga y El Cojitambo. El Abuga, también conocido como Cerro Abuga, es una montaña majestuosa en las estribaciones de los Andes, con una altitud de 3,090 metros sobre el nivel del mar. Este

lugar, considerado sagrado por las poblaciones indígenas locales, según la historia, albergó a dos hermanos cañaris durante el diluvio universal. En su cima, se encuentra el monumental monumento de la Virgen de la Nube. El clima en el cerro varía desde húmedo a cálido y frío, con cielos despejados y periodos de lluvia, especialmente entre mayo y octubre. (ver Figura 1)

Figura 1. Monumento señora de la nube en el cerro de Abuga



Nota. tomado de cámara de comercio del ecuador, disponible en: <https://n9.cl/684op>

Otro de los encantos naturales y culturales que ofrece Azogues es el cerro de Cojitambo que se observa en la Figura 2, que alberga una estructura histórica ubicada a 11 km al oeste de la ciudad. En este lugar se encuentra el complejo arqueológico del mismo nombre, que abarca una traza cañari-inca. Se cree que esta área fue habitada durante los periodos de Desarrollos Regionales (500 a.C. - 500 d.C.), Integración (500 - 1460 d.C.) e Inca (1460 - 1532 d.C.).

Figura 2. Complejo arqueológico Cojitambo



Nota. Tomado de Diario el Universo, disponible en <https://n9.cl/kr9f2>

En relación con las áreas protegidas, se encuentra el bosque Pichahuaycu que está ubicado en la parroquia San Miguel de Porotos del cantón Azogues, con una superficie de 753 hectáreas. Se trata de una meseta de naturaleza volcánica con vegetación propia de la zona, área boscosa y caminos de tierra que permiten su acceso. (ver figura 3)

Figura 3. Bosque protegido Pichahuaycu



Nota. Tomado de Diario Espectador de Azogues, disponible en <https://n9.cl/zfmfj>

El cantón Azogues cuenta con una rica variedad de recursos culturales, conservando su esencia a lo largo de los años a pesar de su modernización. En lo religioso, predomina el catolicismo, con numerosas iglesias tanto en la zona urbana como rural, entre las cuales destacan la catedral central y la iglesia de San Francisco (Figuras 4 y 5). La catedral, construida en piedra en 1912, ocupa un lugar central en la ciudad, rodeada de diversos comercios, además de ser sede del GAD Municipal y diversos organismos gubernamentales. En sus alrededores, se encuentran una variedad de negocios, centros comerciales, restaurantes y servicios diversos, contribuyendo al atractivo cultural y turístico de la zona (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2024).

La segunda estructura religiosa, considerada una de las más destacadas en Azogues, es la iglesia de San Francisco, también conocida como iglesia franciscana. Esta impresionante edificación presenta una fachada completamente tallada en piedra y alberga a la comunidad franciscana. En su interior, se pueden admirar cúpulas decoradas y una atmósfera de gran solemnidad y espiritualidad. La iglesia de San Francisco es un

punto de referencia importante tanto para los fieles como para los visitantes que desean apreciar la rica historia y arquitectura religiosa de Azogues.

Figura 4. Iglesia la catedral de Azogues



Nota. Tomado de Ministerio de turismo de Ecuador

Figura 5. Iglesia la catedral de Azogues



Nota. tomado de canal Juan PG disponible en
<https://www.youtube.com/watch?v=N2bURA5nyxo>

Asimismo, Azogues tiene una rica cultura gastronómica gracias a su herencia étnica que, al igual que en muchas regiones de Ecuador, es una fusión de sabores,

ingredientes y técnicas culinarias tradicionales. Algunos platos y productos típicos que destacan en la gastronomía de Azogues incluyen (Zumba, 2016):

- **Pulchaperro:** Un plato tradicional elaborado con carne de cerdo adobada y cocinada lentamente. Es una delicia culinaria que refleja la tradición gastronómica de la zona.
- **Helado de capulí:** El capulí, una fruta característica de la región, se utiliza para preparar helados que son populares entre los habitantes y visitantes de Azogues. Es una opción refrescante y deliciosa para disfrutar en climas cálidos.
- **Mermeladas:** Las mermeladas de capulí y otras frutas locales son productos artesanales que destacan en la gastronomía de Azogues. Estas mermeladas son ideales para acompañar panes, quesos y postres.
- **Vino de capulí:** El vino de capulí es una bebida tradicional que se elabora a partir de la fermentación de la fruta. Es una opción única y sabrosa para los amantes de los vinos y las bebidas artesanales.
- **Guazhungas:** Este plato típico de la región puede incluir una variedad de ingredientes locales como carnes, vegetales y condimentos. Es una muestra de la diversidad culinaria de Azogues.

Por otro lado, Azogues está repleto de comunidades tradicionales, entre las que se destacan: Jatumpamba, San Pedro, Guarangos Chico Alto, Guarangos Grande, Capizhún, Zhorzhán, San Juan Bosco, Jarata, Vegapamba, Cisneros, Santa Martha, Cristo Rey, Machapalte, Zhinzhún, San Vicente, Pacchapamba y el Centro Parroquial. Estas comunidades mantienen vivos sus rasgos culturales distintivos y llevan a cabo actividades tradicionales arraigadas, como la agricultura, la alfarería y la elaboración de objetos en

barro, paja y piedra, entre otras prácticas que reflejan su rica herencia cultural (Verdugo, 2015).

3. Metodología

3.1. Diseño de la investigación

Tipo de investigación

La presente es una investigación de tipo descriptiva, centrada en analizar el potencial turístico de Azogues en su entorno natural. Su objetivo es describir características, comportamientos y fenómenos específicos relacionados con el turismo, sin profundizar en las causas que lo provocan. Al proporcionar una representación detallada y precisa de la situación actual, permite identificar patrones, tendencias y relaciones entre variables. Este enfoque es crucial para recopilar información relevante, organizar datos y describir la situación del turismo en Azogues en un momento dado, facilitando la toma de decisiones informadas y estableciendo una base para futuras investigaciones más analíticas o explicativas (Galvis, 2006).

Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación utilizado es cualitativo, centrado en comprender y explorar fenómenos complejos y contextuales a través de datos no numéricos, como observaciones, entrevistas y documentos. Este enfoque busca captar la riqueza y profundidad de las experiencias humanas, permitiendo una comprensión detallada de las perspectivas, significados y contextos sociales en los que se desarrollan los fenómenos estudiados. La investigación cualitativa se caracteriza por su enfoque inductivo, flexible y holístico, que busca captar la complejidad y diversidad de la realidad social desde una perspectiva interpretativa y reflexiva (Ramirez, 2022). En el contexto de esta

investigación, se usará el enfoque cualitativo para recolectar, analizar y caracterizar información sobre el potencial turístico de Azogues.

Corte de la investigación

La investigación será de corte transversal, lo que significa que se recolectará información sobre el potencial turístico de Azogues en un momento específico del tiempo, sin seguimiento a lo largo del mismo. Los datos se recopilarán de manera simultánea, examinando la exposición a ciertos factores y la presencia de resultados en un solo periodo. Este tipo de estudios es útil para determinar la prevalencia de una condición en una población y explorar preliminarmente las asociaciones entre variables de interés (Vega et al., 2021).

3.2. Periodo y lugar en donde se realiza la investigación

La presente investigación se realizó en el cantón Azogues, provincia del Cañar, Ecuador en el año 2024 (PDOT Azogues, 2018). A continuación, en la Figura 5 se muestra la delimitación de Azogues.

Figura 6. División política administrativa del cantón Azogues.



Fuente: Ministerio de agricultura, ganadería y acuicultura y pesca.

3.3. Población y muestra

En esta sección se detalla el proceso seguido para la selección del marco muestral de la investigación:

- Elemento o unidad: atractivos turísticos del Cantón Azogues.
- Elementos o unidad de análisis: atractivos turísticos del Cantón Azogues con potencial de ser aprovechados.
- Unidad de muestreo: lista de atractivos obtenida de la municipalidad de Azogues.
- Marco muestral: atractivos turísticos que cumplan con los criterios de ponderación según el manual metodológica para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador.

3.4. Operacionalización de categorías de análisis

Esta investigación se realizó un análisis del posicionamiento turístico del cantón Azogues a través de la identificación de su potencial. Para esto, se tomó como base los criterios propuestos por el Ministerio de Turismo de Ecuador a través de su guía “Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos”. Estos criterios consideran nueve factores principales que se muestran a continuación en la Tabla 1.

Tabla 1. Operacionalización de categorías de análisis

Categoría principal	Categorías secundarias	Instrumento
Oferta turística	Demanda turística	Entrevista
	Fuente de información	
	Política turística	
	Manejo de Crisis	

	Factores económicos	
Potencial turístico	Accesibilidad y conectividad	Guía de jerarquización
	Planta turística /complementarios	
	Estado de conservación e integración sitio /entorno	
	Higiene y seguridad turística	
	Políticas y regulaciones	
	Actividad que se practican en el atractivo	
	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	
	Registro de visitantes y afluencia	
	Recursos humanos	

3.5. Técnicas e instrumentos

Para realizar la recolección de datos que permitirá la elaboración de una propuesta fue necesario aplicar dos técnicas de recolección de datos con sus respectivos instrumentos, uno para cada categoría analizada y se presenta a continuación.

a) Oferta turística

La oferta turística del cantón Azogues fue analizada mediante una entrevista semiestructuradas, definidas por Martínez (2019) como una comunicación interpersonal entre el investigador y el sujeto de estudio para obtener respuestas verbales sobre el problema planteado. Este método permitió recopilar datos directamente de los involucrados en la gestión turística del cantón. Se utilizó una guía de entrevista, descrita por Cardenal (2015) como una herramienta para obtener información relevante sobre experiencias, puntos de vista, conocimientos y opiniones a través del compromiso verbal, con preguntas abiertas o cerradas. La guía que estructuró los resultados de los encuestados, facilitando su análisis posterior y se puede visualizar en el Anexo 1.

b) Potencial turístico

Para analizar el potencial turístico del cantón Azogues se utilizó el Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos

presentado por el Ministerio de Turismo de Ecuador que evalúa el potencial que tiene un lugar y oferta turística de un cantón según un criterio de evaluación basado en ponderaciones que se muestra en el Anexo 2.

4. Resultados

4.1. Resultados de la entrevista

En este apartado, se presentan un análisis general de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los miembros del departamento de turismo del GAD Municipal del Cantón Azogues, que involucran: Administrador, secretaria, operaciones y estadísticas. Asimismo, se complementó con una entrevista realizada a la Vicealcaldesa y un concejal del Cantón Azogues. Las entrevistas completas se encuentran en el Anexo 3.

A) Demanda Turística Actual

La demanda turística en Azogues es predominantemente nacional, con un 80% de visitantes provenientes de distintas regiones del país y un 20% de turistas extranjeros. Los datos recopilados del año 2023 indican una afluencia anual de aproximadamente 200 a 315 visitantes nacionales y entre 64 a 200 extranjeros. La publicidad y las campañas de promoción, así como la celebración de eventos y festividades locales, han sido factores cruciales en el aumento progresivo de esta demanda.

B) Fuentes de Información

Las principales fuentes de información utilizadas para comprender el mercado turístico local incluyen estadísticas y registros del visitante proporcionados por la oficina turística I-TUR, encuestas a turistas y datos recopilados por la unidad de turismo y alojamientos. Además, se mencionan las redes sociales como una herramienta clave para obtener información actualizada sobre las preferencias y necesidades de los turistas.

C) Políticas Turísticas Implementadas

Las políticas turísticas del GAD de Azogues se centran en la participación conjunta de la sociedad, las comunidades universitarias y la colaboración con operadores turísticos de otras partes del país. Estas políticas han fomentado el reconocimiento de las áreas turísticas y la capacitación de las personas que trabajan en este sector. Además, se han implementado incentivos económicos, como la anulación de ciertos impuestos de funcionamiento, para atraer inversión en el sector turístico y hotelero. La promoción cultural y la organización de eventos, como las fiestas de independencia, también han jugado un papel importante en la atracción de visitantes.

D) Crisis y Lecciones Aprendidas

La pandemia de COVID-19 fue identificada como la peor crisis que ha afectado al sector turístico de Azogues. Esta situación llevó a la creación de planes de contingencia y programas de prevención para futuras crisis, incluyendo desastres naturales. La importancia de la capacitación constante y el uso de tecnología para mantener informados a los potenciales visitantes fueron algunas de las lecciones aprendidas.

E) Factores Relevantes para Mejorar el Mercado Turístico

Los entrevistados coincidieron en que los factores económicos, sociales y culturales son esenciales para mejorar el mercado turístico en Azogues. La inversión en proyectos turísticos y programas de capacitación es crucial para el desarrollo económico. El reconocimiento y la promoción de las raíces culturales y las costumbres ancestrales son fundamentales para atraer a turistas interesados en la cultura y la historia locales. Además, la implementación de facilidades para la inversión y la mejora de la infraestructura turística son considerados elementos vitales para el crecimiento del sector.

4.2. Levantamiento de fichas de los atractivos

4.2.1. Laguna de Chocar

La Laguna de Chocar, un atractivo natural ubicado en la Parroquia Luis Cordero de Azogues, se encuentra a 9 km de la cabecera cantonal. Situada a una altitud media de 2518 metros sobre el nivel del mar, esta laguna ofrece un clima andino con una temperatura promedio de 16°C. En su entorno rural, la laguna cuenta con estacionamiento, áreas para parrilladas, puestos de comida rápida y servicios de cabalgata los fines de semana, lo que la convierte en un destino ideal para actividades recreativas y familiares. A pesar de su acceso final a través de un camino de tierra de 200 metros, la Laguna de Chocar se destaca por su belleza escénica y su infraestructura adecuada para campamentos y caminatas, aunque carece de servicios de transporte y alojamiento formal.

Tabla 2. Levantamiento de Laguna de Chocar

Nombre de atractivo:	Laguna de Chocar	
Categoría	Tipo	Subtipo
Natural	Ambiente Lacustre	Laguna
Ubicación	Azogues - Parroquia Luis Cordero – A 9km de la cabecera cantonal.	
Características	Altitud media 2518 m.s.n.m, clima andino de 16 °C en promedio, zona rural, cuenta con estacionamiento, espacios para realizar parrilladas, los fines de semana se establecen puestos de comida rápida y servicios de cabalgata.	
Representación gráfica		
Figura 7. Laguna de Chocar		



Nota. tomado de El Nuevo Tiempo en Cuenca, disponible en: <https://n9.cl/1u0a6>

Criterios de valoración	Descripción
Accesibilidad y conectividad	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciudad más cercana: Azogues ● Poblado más cercano: Parroquia Luis Cordero ● Vía pavimentada desde Azogues y Luis Cordero, sin embargo, el acceso al atractivo es un camino de tierra de aproximadamente 200 metros ● No cuenta con servicios de transporte ● Si tiene señalización
Planta turística / complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Alojamiento: no tiene servicio de alojamiento ● Alimentos y bebidas: si posee el servicio, pero es temporal e informal ● Agencia de viaje: No cuenta con el servicio ● Guía y transporte: No cuenta con el servicio ● Facilidades turísticas: Con infraestructura adecuada para actividades lúdicas, campamento, caminatas y preparación de comida.
Estado de conservación e integración sitio / entorno	<ul style="list-style-type: none"> ● Estado de conservación: 3/5, en general, las instalaciones turísticas se mantienen en buen estado de conservación, sin embargo, algunos elementos como el puente ya está roto, ● No hay servicio de recolección de basuras todos los días lo que causa una acumulación de desperdicios los fines de semana. ● La vía es de tierra y necesita mantenimiento
Higiene y seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicios básicos: no tiene pues es un recurso natural ● Gestión ambiental: No tiene

	<ul style="list-style-type: none"> ● Señalética: si tiene señalética adecuada ● Atención de salud: No tiene ● Seguridad y comunicación: No tiene
Políticas y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● El atractivo está considerado dentro de la planificación territorial turística y cumple con regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo
Actividades que se practican en el atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Senderismo, camping, reuniones familiares
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Revistas: No se difunde ● Página web: Se realiza por páginas no oficiales creadas por ciudadanos ● Redes sociales: Si se difunde por redes sociales ● Prensa: No se difunde ● Médios convencionales TV/Radio: No se difunde
Registro de visitantes y afluencia	<ul style="list-style-type: none"> ● Si tiene registro ● Anual 200 esto desde los datos del 2023 y 80 porciento nacional
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ● Si cuenta con recursos humanos que lo administran ● El personal es netamente administrativo y no se refleja personal en el sitio, incluso en los días pico

Nota. adaptado de información proporcionada por el GAD Municipal de Azogues en su departamento de turismo y cultura y elaborado por las autoras.

4.2.2. Cojitambo

Cojitambo es un destacado atractivo turístico cultural ubicado en la parroquia del mismo nombre, en el cantón Azogues. Este sitio es famoso por su arquitectura histórica que refleja el rico pasado etimológico de la región, derivado del término "CURI TAMBO", que significa "descanso del oro". Situado a una altitud de 3076 metros sobre el nivel del mar, Cojitambo ofrece un clima agradable con temperaturas que varían entre los 12° y 22°C. El complejo arqueológico Cojitambo se encuentra a un costado de la carretera Vía Cojitambo, a solo 5 minutos del parque central de la parroquia, y es accesible por una vía pavimentada con señalización adecuada. Este cerro icónico no solo ofrece una experiencia cultural y educativa, sino también oportunidades para actividades

recreativas como senderismo, escalada y fotografía. A continuación, se presentan detalladamente las características.

Tabla 3. Levantamiento de Laguna de Chocar

Nombre de atractivo:	Cojitambo	
Categoría	Tipo	Subtipo
Cultural	Arquitectura	Histórica / vernácula
Ubicación	Azogues – Parroquia Cojitambo, a un costado de la carretera Vía Cojitambo a 5 minutos del parque central Cojitambo.	
Características	Cerro icónico de la parroquia Cojitambo que comparte su mismo nombre, posee arquitectura histórica del pasado etimológico del lugar, la Etimología es CURI TAMBO significa descanso del oro, su altura es de 3076 m.s.n.m., y posee un clima agradable, con temperaturas que oscilan entre los 12° y 22°C.	
Representación gráfica		
Figura 8. Complejo arqueológico Cojitambo		
		
Nota. Tomado de Diario el Universo, disponible en https://n9.cl/kr9f2		
Criterios de valoración	Descripción	
Accesibilidad y conectividad	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciudad más cercana: Azogues ● Poblado más cercano: Parroquia Cojitambo ● Accesibilidad: Vía pavimentada hasta la entrada ● Servicio de transporte: buses cada 30 minutos y disponibilidad de taxis y camionetas ● Si tiene señalización 	

Planta turística / complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Alojamiento: Si tiene alojamiento mayoritariamente de tipo Bed y Breakfast y Casas rurales. ● Alimentos y bebidas: Posee de varios servicios se alimentos y bebidas cerca, a 5 minutos con una oferta gastronómica típica del lugar ● Agencia de viaje: Si cuenta con el servicio ● Guía y transporte: Particular ● Facilidades turísticas: Con infraestructura adecuada para actividades lúdicas, campamento, caminatas, escalada, fotografía.
Estado de conservación e integración sitio / entorno	<ul style="list-style-type: none"> ● Estado de conservación: 4/5, las obras arquitectónicas históricas se encuentran en buen estado de conservación, sin embargo, se pueden observar algunos mensajes o escritos dejados en las obras por los visitantes ● Lugar muy limpio, sin basura evidente ● La vía es de tierra, pero en buen estado ● La conservación ambiental es excelente
Higiene y seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicios básicos: Si tiene servicios básicos disponibles en las faldas del cerro ● Gestión ambiental: Si, tiene regulaciones y está protegido ● Señalética: Si tiene señalética adecuada ● Atención de salud: Tiene servicios de salud cerca, así como farmacias y médicos ● Seguridad y comunicación: Si posee gestión de seguridad y comunicación
Políticas y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● El atractivo está considerado dentro de la planificación territorial turística y cumple con regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo
Actividades que se practican en el atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Senderismo, escalinatas, camping, mirador, lugar histórico, parrilladas, escalada
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Revistas: No se difunde ● Página web: Si tiene una página web del GAD ● Redes sociales: Si se difunde por redes sociales ● Prensa: No se difunde ● Médios convencionales TV/Radio: No se difunde
Registro de visitantes y afluencia	<ul style="list-style-type: none"> ● No tiene registro de visitantes

Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene recursos humanos que lo administren
------------------	--

Nota. adaptado de información proporcionada por el GAD Municipal de Azogues en su departamento de turismo y cultura y elaborado por las autoras.

4.2.3. Santuario Virgen de la nube

El Santuario Virgen de la Nube, también conocido como Santuario Franciscano, es un emblemático sitio cultural y religioso ubicado en el casco urbano de la ciudad de Azogues, en la intersección de la Calle San Francisco y Calle Ote. Esta icónica iglesia, construida entre 1912 y 1954, representa un importante vestigio de la época republicana, destacando por su impresionante arquitectura de piedra labrada proveniente del cerro Abuga. El altar mayor del santuario, una obra maestra tallada en madera fina y cubierta con pan de oro, alberga en su centro la venerada imagen de la Virgen de la Nube, atrayendo a miles de creyentes cada año. Su ubicación central y excelente accesibilidad, con vías pavimentadas y un entorno adoquinado que es considerado patrimonio de la ciudad, hacen de este santuario un destino imperdible para el turismo religioso y cultural. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes del Santuario.

Tabla 4. Levantamiento de Santuario Virgen de la Nube

Nombre de atractivo:	Santuario Virgen de la Nube	
Categoría	Tipo	Subtipo
Cultural	Arquitectura	Histórica / vernácula
Ubicación	Calle San Francisco y, Calle Ote., Azogues, dentro del casco urbano de la ciudad de Azogues	
Características	Más conocido como Santuario Franciscano, es una iglesia icónica de la ciudad de Azogues que atrae a miles de creyentes cada año, fue construida entre 1912 y 1954 y data desde la época republicana, labrada en su gran mayoría en piedra labrada del cerro Abuga, El Altar Mayor del santuario está totalmente tallado en madera fina, cubierta con pan de oro. En la parte céntrica de éste se encuentra la imagen de la Virgen de la Nube	
Representación gráfica		
Figura 9. Santuario Virgen de la Nube		



Nota. tomado de Ministerio de Turismo de Ecuador, disponible en:

<https://www.turismo.gob.ec/57689-2/>

Criterios de valoración	Descripción
Accesibilidad y conectividad	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciudad más cercana: Azogues ● Poblado más cercano: Parroquia Bayas ● Accesibilidad: Vía pavimentada hasta la entrada, la entrada está hecha de piedra adoquinada y se considera patrimonio de la ciudad ● Servicio de transporte: buses cada 10 minutos, servicio de taxis y camionetas en la entrada ● Excelentemente señalizada
Planta turística / complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Alojamiento: hotel 4 estrellas, hoteles boutique, hostales, entre otras opciones. ● Alimentos y bebidas: Tiene una oferta gastronómica muy amplia ● Agencia de viaje: Si cuenta con el servicio ● Guía y transporte: Si cuenta con el servicio ● Facilidades turísticas: Con infraestructura excelente
Estado de conservación e integración sitio / entorno	<ul style="list-style-type: none"> ● Estado de conservación: 5/5, recientemente remodelada, tanto la ciudad como los miembros de la iglesia se encargan de mantener y conservar la iglesia ● Lugar muy limpio, sin basura evidente, una de las iglesias preferidas por la comunidad católica de la ciudad

		<ul style="list-style-type: none"> ● La vía está en excelente estado de conservación y en constante mantenimiento ● La conservación ambiental es excelente, posee jardines exuberantes y una cultura de conservación en la ciudadanía
Higiene y seguridad turística	y	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicios básicos: Todos los servicios básicos disponibles ● Gestión ambiental: Si, tiene regulaciones y está protegido ● Señalética: Si tiene señalética adecuada ● Atención de salud: Dispone de hospitales, clínicas, farmacias, médicos, servicio de ambulancia, entre otros ● Seguridad y comunicación: Si posee gestión de seguridad y comunicación adecuada, ECU 911, bomberos, servicios de parking y vigilancia.
Políticas y regulaciones	y	<ul style="list-style-type: none"> ● El atractivo está considerado dentro de la planificación territorial turística y cumple con regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo
Actividades que se practican en el atractivo		<ul style="list-style-type: none"> ● Turismo religioso y cultural, senderismo, fotografía.
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo		<ul style="list-style-type: none"> ● Revistas: No se difunde ● Página web: Si tiene una página web del GAD ● Redes sociales: Si se difunde por redes sociales ● Prensa: Si se difunde, especialmente durante las fiestas ● Médios convencionales TV/Radio: Durante las fiestas religiosas
Registro de visitantes y afluencia	de y	<ul style="list-style-type: none"> ● 200 anuales datos del año 2023
Recursos humanos		<ul style="list-style-type: none"> ● Lo administra los mismos miembros de la iglesia


Nota. adaptado de información proporcionada por el GAD Municipal de Azogues en su departamento de turismo y cultura y elaborado por las autoras.

4.2.4. Parque Nacional Sangay

El Parque Nacional Sangay, una joya natural de Ecuador, se extiende por las provincias de Morona Santiago, Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Azuay, y abarca las parroquias Rivera y San Vicente de Azogues. Esta área natural protegida destaca por su asombroso rango altitudinal, desde las cumbres gélidas del Sangay a 5230 metros sobre el nivel del mar, hasta los páramos a más de 3000 metros y los bosques tropicales a 1000

metros. El parque, accesible desde Azogues por la vía pavimentada de Mazar, ofrece una conexión cercana con las localidades de San Vicente y Rivera. Aunque su infraestructura turística es básica, dispone de servicios de alimentos y bebidas a lo largo de la vía, y cuenta con agencias de viaje y guías. El estado de conservación del parque es moderado, con una puntuación de 3/5, reflejando la falta de prioridad en recursos por parte del gobierno local y la ciudadanía. A continuación, se presentan los criterios de valoración:

Tabla 5. Levantamiento del Parque Nacional Sangay

Nombre de atractivo:	Parque Nacional Sangay	
Categoría	Tipo	Subtipo
Natural	Bosques	Páramo
Ubicación	Azogues por la parroquia rivera a través de la vía Mazar	
Características	El parque nacional Sangay es un área natural protegida localizada en la región centro oriental del Ecuador, entre las provincias de Morona Santiago, Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Azuay y que delimita por dos parroquias de Azogues: Rivera y San vicente. El parque presenta un amplio rango altitudinal que va desde las cubres gélidas del Sangay (5230 m s. n. m.), Capac Urku1 pasando por páramos sobre los 3000 m hasta los bosques tropicales de pie de monte ubicados a 1000 m.2	
Representación gráfica		
Figura 10. Parque Nacional Sagnay		
		
<p><i>Nota.</i> tomado de organización ÑAN, disponible en: https://n9.cl/7ifdm</p>		

Criterios de valoración	Descripción
Accesibilidad y conectividad	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciudad más cercana: Azogues ● Poblado más cercano: San Vicente y Rivera ● Accesibilidad: Si, a través de la vía mazar que está pavimentada ● Servicio de transporte: Si, interprovinciales ● Señalética: Si, pero solo en la vía
Planta turística / complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Alojamiento: No ● Alimentos y bebidas: Si tiene servicios, pero solo a lo largo de la vía ● Agencia de viaje: Si cuenta con el servicio ● Guía y transporte: Si cuenta con el servicio ● Facilidades turísticas: Con infraestructura básica en los límites con Azogues
Estado de conservación e integración sitio / entorno	<ul style="list-style-type: none"> ● Estado de conservación: 3/5, el gobierno local y la ciudadanía en general no lo ve como una prioridad al momento de establecer recursos para su conservación
Higiene y seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicios básicos: Todos los servicios básicos disponibles en la vía ● Gestión ambiental: Si, tiene regulaciones y está protegido ● Señalética: Si tiene señalética adecuada ● Atención de salud: Dispone de servicios de emergencia y ambulancia, centros de salud ciudadana ● Seguridad y comunicación: ECU 911, bomberos
Políticas y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● El atractivo está considerado dentro de la planificación territorial turística y cumple con regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo
Actividades que se practican en el atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Senderismo, fotografía de aves
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Revistas: No se difunde ● Página web: Si tiene una página web propia ● Redes sociales: Si se difunde por redes sociales ● Prensa: No se difunde en Azogues ● Médios convencionales TV/Radio: No se difunde en Azogues

Registro de visitantes y afluencia	<ul style="list-style-type: none"> • No hay registro
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • No hay registro

Nota. adaptado de información proporcionada por el GAD Municipal de Azogues en su departamento de turismo y cultura y elaborado por las autoras.

4.2.5. Las Olleras

Las Olleras, ubicada en San Miguel de Porotos, comunidad de Olleros, a 6.6 km de Azogues, es un atractivo natural y cultural conocido por su milenario arte de fabricación de ollas de barro. Esta comunidad destaca por preservar el yambundir, un término kichwa que describe el uso de dos piezas de barro cocido (cari y warmi) para golpear por dentro y por fuera a la misma altura. Este oficio ancestral, practicado exclusivamente por mujeres de Jatumpamba, Pacchapamba y Olleros, utiliza únicamente el yambundo y las manos como herramientas. Con un clima andino de 12 a 16 grados, que puede llegar a los 20 grados, y una altitud de 2360 msnm, Las Olleras ofrece una experiencia única de inmersión en la cultura y tradiciones artesanales locales. A continuación, se detallan los criterios de valoración:

Tabla 6. Levantamiento de las Olleras

Nombre de atractivo:	Las Olleras	
Categoría	Tipo	Subtipo
Natural	Acervo cultural y popular	Artesanías y Artes
Ubicación	San Miguel de porotos en la comunidad Olleros a 6,6 km de la ciudad de Azogues	
Características	Comunidad de personas que se dedican al milenario arte de fabricación de ollas de barro. Este lugar tiene la característica única en el mundo de preservar el yambundir es un término kichwa que se refiere al uso de dos piezas de barro cocido (cari y warmi) para golpear, por dentro y por fuera a la misma altura. El yambundo y las manos son las únicas herramientas que utilizan las familias alfareras de Jatumpamba, Pacchapamba y Olleros, que viven de este ancestral oficio que está en manos únicamente de mujeres. Clima andino entre 12 a 16 grados, pero puede llegar a los 20. Altitud: 2360 s.n.m.	
Representación gráfica		

Figura 11. Las olleras

Nota. tomado de organización Viajes Vistalsur, disponible en: <https://n9.cl/mfwy4>

Criterios de valoración	Descripción
Accesibilidad y conectividad	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciudad más cercana: Azogues ● Accesibilidad: Si, pero las vías son de tierra hasta llegar al citio ● Servicio de transporte: Si, buses urbanos ● Señalética: Si, pero solo en la vía
Planta turística / complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Alojamiento: No ● Alimentos y bebidas: Si tiene servicios proporcionado por pobladores ● Agencia de viaje: Si cuenta con el servicio ● Guía y transporte: Si cuenta con el servicio ● Facilidades turísticas: Con infraestructura básica
Estado de conservación e integración sitio / entorno	<ul style="list-style-type: none"> ● Estado de conservación: 3/5
Higiene y seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicios básicos: Todos los servicios básicos disponibles ● Gestión ambiental: No ● Atención de salud: atención ciudadana ● Seguridad y comunicación: ECU 911

Políticas y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● El atractivo está considerado dentro de la planificación territorial turística y cumple con regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo
Actividades que se practican en el atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Senderismo
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Revistas: No se difunde ● Página web: Si tiene una página web propia ● Redes sociales: Si se difunde por redes sociales ● Prensa: No se difunde en Azogues ● Médios convencionales TV/Radio: No se difunde
Registro de visitantes y afluencia	<ul style="list-style-type: none"> ● No hay registro
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ● No hay registro


Nota. adaptado de información proporcionada por el GAD Municipal de Azogues en su departamento de turismo y cultura y elaborado por las autoras.

4.2.6. Mazar Dudas

Mazar Dudas, ubicado cerca de la parroquia Rivera en Zhoray y accesible por la vía Rivera Mazar, es un atractivo natural que se destaca por su proyecto hidroeléctrico. El Proyecto Hidroeléctrico Mazar Dudas, con una capacidad de 21 MW, aprovecha el potencial de los ríos Pindilig y Mazar y está compuesto por tres aprovechamientos: Alazán (6.23 MW), San Antonio (7.19 MW) y Dudas (7.40 MW). Este proyecto genera una energía media anual de 125.4 GWh/año, utilizando caudales medios anuales de 3.69 m³/s, 4.66 m³/s y 2.90 m³/s respectivamente. A continuación, se presentan los criterios de valoración:

Tabla 7. Levantamiento de Mazar Dudas

Nombre de atractivo:	Mazar Dudas	
Categoría	Tipo	Subtipo
Natural	Arquitectura	Otras infraestructuras de arquitectura
Ubicación	Zhoray cerca de la parroquia Rivera, pasa por la vía Rivera Mazar que fue construida para el ingreso de la hidroeléctrica	

Características	Proyecto Hidroeléctrico Mazar Dudas de 21 MW de potencia se encuentra ubicado en la provincia de Cañar, cantón Azogues. El Proyecto Hidroeléctrico Mazar Dudas, aprovecha el potencial de los Ríos Pindilig y Mazar. El proyecto se compone de 3 aprovechamientos para la generación hidroeléctrica, los cuales son: Alazán (6.23 MW), San Antonio (7.19 MW) y Dudas (7.40 MW), con caudales medios anuales de: 3.69 m ³ /s, 4.66 m ³ /s y 2.90 m ³ /s respectivamente, aprovechables para su generación aportando una energía media de 125.4 GWh/año.
Representación gráfica	
Figura 12. Mazar Dudas	
	
<p><i>Nota.</i> tomado de diario digital El Comercio, fotógrafo: Christian Sánchez, disponible en: https://n9.cl/zo85u</p>	
Criterios de valoración	Descripción
Accesibilidad y conectividad	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciudad más cercana: Azogues ● Parroquia más cercana: Rivera ● Accesibilidad: Si, asfaltado, pero con daños menores en la vía ● Servicio de transporte: No ● Señalética: Si, excelente
Planta turística / complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Alojamiento: No ● Alimentos y bebidas: Si, pero en la parroquia cercana ● Agencia de viaje: No dispone del servicio ● Guía y transporte: No dispone del servicio

	<ul style="list-style-type: none"> ● Facilidades turísticas: No en el sitio, e infraestructura básica en Rivera
Estado de conservación e integración sitio / entorno	<ul style="list-style-type: none"> ● Estado de conservación: 4/5
Higiene y seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicios básicos: Todos los servicios básicos disponibles en Rivera pero no en sitio ● Gestión ambiental: Si, estricto ● Atención de salud: No ● Seguridad y comunicación: ECU911 y seguridad pública en el sitio para la hidroeléctrica, constantemente vigilada y monitorizada por ejército.
Políticas y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● El atractivo está considerado dentro de la planificación territorial turística y cumple con regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo
Actividades que se practican en el atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Senderismo, fotografía.
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Revistas: No se difunde ● Página web: Tiene página web propia ● Redes sociales: No ● Prensa: No ● Médios convencionales TV/Radio: No
Registro de visitantes y afluencia	<ul style="list-style-type: none"> ● No hay registro
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ● No hay registro

Nota. adaptado de información proporcionada por el GAD Municipal de Azogues en su departamento de turismo y cultura y elaborado por las autoras.

4.2.7. Aguas termales de Guapán

La Tabla 4 proporciona un detallado panorama sobre el atractivo de las Aguas Termales en Guapán, un destacado destino ubicado en la parroquia Guapán, Azogues. Este complejo de bienestar, alimentado por un manantial subterráneo, ofrece una experiencia turística de alta calidad en un área de 2,500 metros cuadrados. Destaca por sus cuatro piscinas principales con diferentes tipos de agua, desde termal hasta fría, y por sus servicios complementarios como sauna, baño turco y terapias especializadas. La tabla

detalla los criterios de valoración relacionados con la accesibilidad, infraestructura turística, estado de conservación, y las facilidades disponibles, proporcionando una visión integral de este atractivo natural y cultural.

Tabla 8. Aguas termales de Guapán

Nombre de atractivo:	Aguas termales en Guapán	
Categoría	Tipo	Subtipo
Natural	Aguas subterráneas	Manantial de agua termal
Ubicación	Azogues, Guapán, sector parque central de Guapán.	
Características	Ubicado en la parroquia Guapán, el Complejo de Piscinas Termales es un destacado destino de bienestar que se nutre de un manantial subterráneo de aguas termales. Este complejo cuenta con una infraestructura completa diseñada para ofrecer una experiencia turística de alta calidad. Con una extensión de 2,500 metros cuadrados, el complejo dispone de cuatro piscinas principales, incluyendo opciones de agua termal, hipertermal y fría. Además, se ofrecen piscinas pequeñas con agua termal sobre piedra, así como servicios adicionales como sauna, baño turco, aromaterapia, musicoterapia y tratamientos con algas medicinales. Las instalaciones están pensadas para maximizar los beneficios terapéuticos de las aguas termales, brindando una experiencia relajante y revitalizante para los visitantes.	
Representación gráfica		
Figura 13. Mazar Dudas		



Nota. tomado del canal de Youtube: AguilanTV, disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=32src6qrOvE>

Criterios de valoración	Descripción
Accesibilidad y conectividad	<ul style="list-style-type: none"> ● Ciudad más cercana: Azogues ● Parroquia más cercana: Guapán ● Accesibilidad: Si, asfaltado ● Servicio de transporte: Si, buses cada 30 minutos y servicios de taxis y camionetas en el lugar ● Señalética: Si, excelente
Planta turística / complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Alojamiento: No en el sitio, pero tiene a 10 minutos la ciudad de Azogues que tiene infraestructura hotelera ● Alimentos y bebidas: Si, en el lugar y también en los alrededores ● Agencia de viaje: No ● Guía y transporte: No ● Facilidades turísticas: Si, todo lo necesario para el turista
Estado de conservación e integración sitio / entorno	<ul style="list-style-type: none"> ● Estado de conservación: 5/5 es relativamente nuevo
Higiene y seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicios básicos: Todos los servicios básicos disponibles ● Gestión ambiental: Si, estricto ● Atención de salud: Si ● Seguridad y comunicación: ECU911

Políticas y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● El atractivo está considerado dentro de la planificación territorial turística y cumple con regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo
Actividades que se practican en el atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Senderismo, natación, fotografía
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Revistas: No se difunde ● Página web: Tiene página web propia ● Redes sociales: Si ● Prensa: Si ● Médios convencionales TV/Radio: Si
Registro de visitantes y afluencia	<ul style="list-style-type: none"> ● 200 anuales datos del año 2023
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestión del lugar, guardias, salvavidas, servicio de limpieza, departamento gubernamental

Nota. adaptado de información proporcionada por el GAD Municipal de Azogues en su departamento de turismo y cultura y elaborado por las autoras.

4.3. Jerarquización de los atractivos según guía

Para presentar la jerarquización de los atractivos según la guía proporcionada por el Ministerio de Turismo de Ecuador, es necesario realizar una codificación de cada uno de los criterios de valoración, para mejorar la disponibilidad de espacio en tabla, de este modo:

Tabla 9. Codificación de criterios de valoración de atractivo

Criterio	Código
Accesibilidad y conectividad	AC
Planta turística / complementarios	PT
Estado de conservación e Integración sitio / entorno	EC
Higiene y seguridad turística	HyS
Políticas y regulaciones	PR
<i>Actividades que se practican en el atractivo</i>	AA
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	DM
Registro de visitantes y afluencia	RV
Recursos humanos	RH

Nota. Adaptado de Ministerio de Turismo de Ecuador

4.3.1. Ponderación de criterios de atractivos naturales y culturales

En la Tabla 10 se presentan los puntajes de cada atractivo según los criterios de ponderación del Ministerio de Turismo. El atractivo con la menor puntuación es la Laguna de Chocar, con un puntaje final de 52,4 sobre 100, destacándose especialmente los bajos valores en los criterios de Planta Turística (4.5/18) e Higiene y Seguridad (4.6/18). En contraste, los dos atractivos con mayor puntuación son el Santuario de la Virgen de la Nube y las Aguas Termales de Guapán, ambos con 84,6 puntos sobre 100, obteniendo altas calificaciones en los criterios de Accesibilidad y Conectividad (18/18), Higiene y Seguridad (12/14), Registro de Visitantes (5/5) y Recursos Humanos (5/5). Los puntajes de cada atractivo por separado se muestran en el Anexo 4.

Tabla 10. Puntaje de atractivos según criterios de ponderación

Atractivo	AC	PT	EC	HyS	PR	AA	DM	R V	RH	Tota l
Laguna de Chocar	11,5	4,5	9	4,6	10	6	1,8	2,5	2,5	52,4
Cojitambo	16,5	15	14	8,6	10	9	2,8	0	0	75,9
Santuario Virgen de la Nube	18	15	14	14	10	5	3,4	2	2,5	83,9
Parque nacional Sagnay	9,5	10	11	6,8	10	4,5	2,8	0	0	54,6
Las olleras	11	8,5	8	8,4	10	4	2,8	0	0	52,7
Mazar Dudas	11,5	2,5	13	11,2	10	5	1,8	0	0	55
Aguas termales de Guapán	18	9	11	12	10	9	5,6	5	5	84,6

A continuación, en la Tabla 11, se presentan los rangos de los atractivos en base a los criterios de ponderación, en la cual, se puede observar que los atractivos correspondientes a: Laguna de Chocar, Parque Nacional Sagnay, Las Olleras y Mazar Dudas tienen una jerarquía de II es decir, que son un:

Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen

llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales. (Ministerio de Turismo de Ecuador, p.16)

Por su parte, los atractivos correspondientes a: Cojitambo, Santuario de la Virgen de la Nube y las Aguas Termales de Guapán, obtuvieron una jerarquía de III, esto quiere decir que son:

Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional. (Ministerio de Turismo de Ecuador, p.16)

Tabla 11. Rangos de atractivos turísticos

Atractivo	Puntaje	Jerarquía	Descripción
Aguas termales de Guapán	84,6	III	11
Santuario Virgen de la Nube	83,9	III	14
Cojitambo	75,9	III	14
Parque nacional Sagnay	54,6	II	11
Las olleras	52,7	II	8
Laguna de Chocar	52,4	II	9
Mazar Dudas	55	II	13

5. Propuesta

La propuesta de modelo de posicionamiento turístico en base a la oferta identificada en el Cantón Azogues se fundamenta en 4 pilares fundamentales que se presentan en la Figura 14 que son: el proceso de gestión, la creación de un paquete turístico, la publicidad y la mejora continua.

Figura 14. Pilares del modelo de posicionamiento turístico



5.1. Gestión para el posicionamiento turístico

Para implementar el modelo de posicionamiento turístico de los atractivos del cantón Azogues, es fundamental contar con un equipo de trabajo altamente competente y coordinado. A continuación, se describe la estructura del equipo y las competencias necesarias para cada rol:

Tabla 12. Estructura del equipo de trabajo

Responsable	Competencia	Cantidad
Coordinador del proyecto	Responsable de la gestión general del proyecto, asegurando que todas las áreas estén alineadas y que se cumplan los plazos.	1
Especialista en Marketing y Publicidad	Encargados de desarrollar y ejecutar estrategias de marketing, incluyendo campañas publicitarias y gestión de redes sociales. Pueden ser dos si se desea cubrir diferentes áreas, como marketing digital y relaciones públicas.	2
Desarrollador de productos turísticos	Responsable de diseñar y mejorar las experiencias turísticas en los 7 atractivos, asegurando que sean atractivas y únicas.	1
Analista de datos	Encargado de recopilar y analizar datos sobre la satisfacción del cliente y el rendimiento de las	1

	iniciativas de marketing. Esto es crucial para la mejora continua.	
Experto o guía local	Alguien que conozca bien la cultura y los atractivos del Cantón Azogues, que pueda ayudar a diseñar experiencias auténticas y también actuar como embajador del destino.	1

Para evaluar la efectividad de las iniciativas de gestión centradas en los paquetes de rutas turísticas en el Cantón Azogues, es esencial implementar métricas de rendimiento que permitan medir el impacto y el éxito de nuestras estrategias. A continuación, se presentan algunas métricas clave junto con sus descripciones y objetivos específicos:

Tabla 13. Métricas de evaluación de efectividad de las acciones

Métrica	Descripción	Objetivo
Número de visitantes	Mide la cantidad de turistas que visitan los atractivos y participan en los paquetes turísticos	Aumentar el número de visitantes en un período determinado.
Tasa de conversión	Porcentaje de personas que, tras conocer los paquetes turísticos, realizan una compra o reserva.	Mejorar la tasa de conversión a través de estrategias de marketing efectivas.
Satisfacción del cliente	Utiliza encuestas post-visita para medir la satisfacción general de los turistas con los paquetes y experiencias ofrecidas.	Mantener un alto nivel de satisfacción (por ejemplo, un puntaje promedio de 4.5 sobre 5).
Ingresos generados	Mide los ingresos totales generados por la venta de paquetes turísticos.	Aumentar los ingresos en un porcentaje específico en comparación con períodos anteriores.
Feedback de Experiencias	Recoge comentarios específicos sobre los diferentes atractivos y rutas turísticas para identificar áreas de mejora.	Implementar cambios basados en el feedback para mejorar la experiencia del cliente.
Participación en Redes Sociales	Mide la interacción y el engagement en las plataformas de redes sociales relacionadas con los paquetes turísticos.	Aumentar la participación y el alcance en redes sociales.

5.2. Propuesta de paquete turístico

Para el cantón Azogues se preparó un producto turístico diseñado para un fin de semana con dos días aprovechables. En primer lugar, se presenta la información de los destinos y luego se presenta la ruta turística para estos destinos.

5.2.1. Información para turismo religioso

Para el turismo religioso se escogió el Santuario Virgen de la nube también conocido como Santuario Franciscano, es una impresionante estructura labrada casi en su totalidad en piedra y con una arquitectura vernácula en el punto más alto de la ciudad de Azogues en la cual se puede observar toda la parte urbana ya que actúa como un mirador. Este santuario es un lugar de gran importancia para la comunidad católica local, siendo un centro de peregrinación y devoción. A continuación, se presenta el tipo de actividades que se pueden realizar en el sitio:

- Turismo religioso y cultural: Participar en misas y ceremonias religiosas. Asistir a eventos y festividades religiosas, especialmente durante las celebraciones dedicadas a la Virgen de la Nube.
- Visitas Guiadas: Recorridos guiados por la iglesia y sus alrededores para conocer su historia y arquitectura.
- Senderismo y paseos: Caminatas por los alrededores del santuario, el cerro Abuga que está a 10 minutos del santuario, disfrutando de las vistas panorámicas de la ciudad.
- Fotografía: Oportunidades para capturar la belleza arquitectónica de la iglesia y los jardines bien conservados.
- Exploración Gastronómica: Disfrutar de la amplia oferta gastronómica de la ciudad, con opciones para todos los gustos.
- Compra de Artesanías y Souvenirs: El santuario cuenta con un local de souvenirs propio con recuerdos, agua bendita, figuras, medallas, rosarios, entre otros.

Asimismo, en los alrededores hay locales de compra de recuerdos informales con distintas ofertas en recuerdos.

Como se puede observar, el Santuario Virgen de la Nube no solo es un lugar de culto, sino también un espacio cultural y turístico, ofreciendo una experiencia enriquecedora tanto para los creyentes como para los amantes de la historia y la arquitectura. A continuación, en la Figura 15 se presentan algunas fotografías del lugar

Figura 15. Fotografías del lugar

(A)



(B)



Fuente: (A) Santuario de la Virgen de la Nube, tomado de Franciscanos disponible en: <https://n9.cl/wkmd5>. (B) Imagen de la Virgen ubicado en la cima del cerro Abuga, tomado de Revista Cuenca Ilustre disponible en: <https://n9.cl/o4qpo>

5.2.2. Información para turismo natural

Cojitambo es un cerro icónico situado en la parroquia del mismo nombre, a 20 minutos del casco urbano de la ciudad de Azogues, con una altura de 3076 metros sobre el nivel del mar. Cojitambo no solo ofrece una vista impresionante del paisaje circundante, sino que también posee una rica arquitectura histórica que data de épocas pasadas. A sus cercanías se encuentra el parque central de Cojitambo cede de una impresionante iglesia católica de San Alfonso que cuenta en sus alrededores de locales de comida típica y distintos comercios locales.

- Senderismo: Explorar los diversos senderos que llevan a la cima del cerro, disfrutando del paisaje natural y las vistas panorámicas.
- Escalinatas: Subir las escalinatas históricas que forman parte de las ruinas arqueológicas, descubriendo los restos arquitectónicos del pasado.
- Camping: Acampar en las áreas designadas en las faldas del cerro, disfrutando de la naturaleza y el aire libre.
- Miradores: Visitar los miradores para contemplar las impresionantes vistas del valle y las montañas circundantes.
- Exploración del Lugar Histórico: Recorrer el complejo arqueológico, aprendiendo sobre la historia y la cultura de la región.
- Parrilladas: Utilizar las áreas designadas para parrilladas y disfrutar de un picnic al aire libre con familiares y amigos.
- Turismo religioso: Explorar la iglesia de San Alfonso, participar de una misa y los eventos religiosos o artísticos que se celebran en sus fiestas
- Escalada: Practicar escalada en las formaciones rocosas del cerro, aptas tanto para principiantes como para escaladores experimentados.
- Fotografía: Capturar la belleza del paisaje, las ruinas y la flora y fauna local con fotografías.

- Exploración Gastronómica: Probar la oferta gastronómica típica de la región en los establecimientos cercanos.

Cojitambo ofrece una experiencia enriquecedora que combina historia, naturaleza y aventura. Es un destino ideal para aquellos que buscan disfrutar de actividades al aire libre en un entorno culturalmente significativo.

(A)



(B)



Nota. Ruinas arqueológicas en Cojitambo, tomado de [amalavida.ec](https://n9.cl/8tyz2r), disponible en: <https://n9.cl/8tyz2r>. Iglesia San Alfonso, tomado de Escala Ecuador, disponible en: <https://n9.cl/od6sxx>

La Laguna de Chocar se encuentra en la parroquia Luis Cordero, a 9 km de la cabecera cantonal de Azogues, es conocido por su ambiente lacustre y su entorno rural, ideal para actividades al aire libre. La laguna cuenta con estacionamiento, espacios para realizar parrilladas y, durante los fines de semana, puestos de comida rápida y servicios de cabalgata. Entre las actividades que se pueden realizar en el lugar se mencionan:

- Senderismo: Explorar los senderos alrededor de la laguna, disfrutando de la naturaleza y las vistas del paisaje andino.
- Camping: Acampar en las áreas designadas, permitiendo a los visitantes disfrutar de una noche bajo las estrellas en un entorno natural.
- Parrilladas: Utilizar las instalaciones disponibles para hacer parrilladas y disfrutar de una comida al aire libre con amigos y familiares.
- Reuniones Familiares: Organizar reuniones familiares o picnics en los espacios abiertos cerca de la laguna.
- Cabalgata: Participar en paseos a caballo ofrecidos durante los fines de semana, explorando los alrededores de la laguna.
- Fotografía: Capturar la belleza natural del lugar, incluyendo la flora y fauna local, así como el paisaje andino.
- Observación de Aves: Observar y fotografiar las diversas especies de aves que habitan en la zona.

La Laguna de Chocar es un destino ideal para aquellos que buscan disfrutar de actividades al aire libre en un entorno natural y tranquilo. A pesar de algunas carencias

en infraestructura y servicios, su belleza escénica y las oportunidades para el recreo y la relajación hacen que valga la pena la visita. A continuación, se presentan algunas imágenes del destino:

(A)



(B)



Nota. (A) Instalaciones de la laguna de Chocar, tomado del El Mercurio, disponible en: <https://n9.cl/dkati> (B) Fotografía en perspectiva de la laguna, tomado de GAD Luis Cordero, disponible en: <https://n9.cl/xn1d4o>

5.2.3. Información para turismo de Salud y Bienestar

El Complejo de Piscinas Termales en Guapán, ubicado en el sector del parque central de la parroquia Guapán, Azogues, es un destacado destino de bienestar que se

nutre de un manantial subterráneo de aguas termales. Este complejo cuenta con una infraestructura completa diseñada para ofrecer una experiencia turística de alta calidad en una extensión de 2,500 metros cuadrados. Las instalaciones incluyen cuatro piscinas principales con opciones de agua termal, hipertermal y fría, además de pequeñas piscinas con agua termal sobre piedra. Los servicios adicionales incluyen sauna, baño turco, aromaterapia, musicoterapia y tratamientos con algas medicinales, proporcionando una experiencia relajante y revitalizante para los visitantes. A continuación, se presenta las actividades que se puede realizar:

- Natación: Disfrutar de las diversas piscinas termales, hipertermales y frías disponibles en el complejo.
- Terapias de Bienestar: Participar en sesiones de aromaterapia, musicoterapia y tratamientos con algas medicinales para maximizar los beneficios terapéuticos.
- Sauna y Baño Turco: Relajarse en las instalaciones de sauna y baño turco del complejo.
- Senderismo: Explorar los alrededores del complejo y disfrutar de caminatas por la naturaleza pues el lugar está situado en una antigua mina
- Fotografía: Capturar la belleza del entorno natural y las instalaciones del complejo.
- Recreación Familiar: Pasar un día de recreación y bienestar en familia, aprovechando las piscinas y áreas de descanso.
- Practicar deporte: El complejo está ubicado inmediatamente después de una gran cancha de fútbol reglamentaria y un parque para niños.

Las Aguas Termales en Guapán ofrecen una experiencia completa de relajación y bienestar, combinando los beneficios terapéuticos de las aguas termales con una variedad de servicios adicionales para garantizar una visita placentera y revitalizante.

Figura 16. Aguas termales en Guapán



Nota. tomado del canal de Youtube: AguilanTV, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=32src6qrOvE>

5.2.4. Paquete turístico para el cantón

A continuación, se presenta el paquete turístico preparado para el Cantón Azogues, para un fin de semana completo de dos días y dos noches, que incluye: turismo natural, religioso, salud y bienestar.

Tabla 14. Producto turístico

Día 1		
Tiempo	Lugar	Actividades
Mañana	Llegada a Azogues	Check-in en uno de los hoteles boutique de la ciudad. Recepción de bienvenida con bebida típica de la región (Morocho, Colada, Canelazo).

		Desayuno en el hotel o restaurantes cercanos
Medio día	Visita al Santuario Virgen de la Nube	<p>Tour guiado por el Santuario Franciscano, aprendiendo sobre su historia, arquitectura e instalaciones como el cementerio de sacerdotes y los impresionantes jardines del lugar.</p> <p>Tiempo libre para la oración y contemplación del Altar Mayor tallado en madera fina y cubierto con pan de oro. Oportunidad para capturar fotografías de la impresionante estructura y la imagen de la Virgen de la Nube.</p> <p>Tiempo para ocupar los distintos largavistas en el mirador del santuario</p>
Almuerzo	Restaurante de Comida Típica	Disfrute de platos tradicionales como cuyes asados, llapingacho y mote, acompañados de bebidas locales.
Tarde	Exploración del mercado local	<p>Recorrido por el mercado para conocer y comprar productos nativos, souvenirs, y ropa endémica.</p> <p>Interacción con los artesanos locales y degustación de comida típica, frutas y dulces tradicionales de la zona</p>
Noche	Cena en un Hotel Boutique	<p>Cena tranquila en el restaurante del hotel, con opción de disfrutar de una selección de platos internacionales y locales.</p> <p>Noche libre para descansar y prepararse para el siguiente día de aventuras o con opción de visitar el parque central de la ciudad que está preparado con iluminación y locales de comida rápida.</p>
Día 2		
Tiempo	Lugar	Actividades
Mañana	Excursión a la Laguna de Chocar	<p>Salida temprana hacia la Laguna de Chocar. Caminata por los alrededores, disfrute de la naturaleza y sesiones de fotos.</p> <p>Opción de realizar parrilladas y paseos en caballos.</p> <p>Tentempié ligero con productos locales.</p>
Medio día	Visita al Cerro Cojitambo	<p>Ascenso al Cerro Cojitambo, con paradas para admirar la arquitectura histórica y las vistas panorámicas.</p> <p>Explorar el santuario cercano y participar en las ferias locales si se visitan en fin de semana.</p> <p>Almuerzo en un restaurante local, disfrutando de comida típica y bebida refrescante.</p>
Tarde	Relajación en las Aguas Termales de Guapán	<p>Traslado a la parroquia Guapán para una experiencia revitalizante en el Complejo de Piscinas Termales.</p> <p>Acceso a las diversas piscinas termales y servicios adicionales como sauna, baño turco, aromaterapia y tratamientos con algas medicinales.</p> <p>Oportunidad de relajarse y rejuvenecer en un entorno tranquilo</p>
Noche	Cena en un Restaurante de Comida Típica	<p>Disfrute de una última cena en un restaurante local, probando morcilla, mote y cascarita.</p> <p>Regreso al hotel para descansar.</p>
Día 3		
Tiempo	Lugar	Actividades

Mañana	Parque Infantil	Tiempo libre en el Parque Infantil o parque central, para caminatas, juegos para niños y paseo en bote en el lago. Desayuno en el parque con comida callejera local.
Medio día	Check-out del Hotel y Despedida	Tiempo libre para compras de última hora y preparación para el regreso. Opción de disfrutar de un almuerzo ligero antes de la partida.

Servicios incluidos en el paquete:

- Alojamiento en hotel boutique o hotel de 4 estrellas.
- Todas las comidas mencionadas en el itinerario.
- Transporte interno para todas las actividades.
- Guías turísticos locales en los principales atractivos.
- Entradas a todos los sitios y actividades descritas.

Recomendaciones para los turistas:

- Ropa cómoda para caminatas y actividades al aire libre.
- Traje de baño y toallas para las aguas termales.
- Cámara fotográfica para capturar los hermosos paisajes y momentos especiales.
- Disposición para disfrutar de la cultura y hospitalidad local.

5.3. Desarrollo de estrategias de márketing

5.3.1. Entorno de marketing:

Para el desarrollo de una estrategia de marketing, es necesario primero entender el entorno en el que se opera, incluyendo factores económicos, sociales, tecnológicos y competitivos que pueden influir en el sector turístico del cantón Azogues, para eso, a continuación, se presenta un análisis FODA que resumen estos hallazgos en fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas al sector turístico local.

Tabla 15. Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de atractivos turísticos: natural, cultural, gastronómico, religioso, aventura. • Autenticidad y manifestaciones de cultura local • Infraestructura de apoyo: atractivos con infraestructura para el turismo, sector hotelero, oferta gastronómica, apoyo gubernamental, seguridad, salud, transporte, viabilidad, señalización, etc. • Variedad en gastronomía: comida típica, diversidad en oferta gastronómica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos con estructura limitada: algunos atractivos necesitan mantenimiento • Capacidad del personal: necesidad de implementación de personal en algunos atractivos • Marketing insuficiente: Falta de estrategias de marketing bien desarrolladas y recursos dedicados.
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de otros destinos: Cuenca, está apenas a media hora de Azogues, lo que puede eclipsar la oferta turística local. • Cambios en la preferencia de turismo: Cambios en las tendencias y preferencias de los turistas que podrían desviar la demanda a otros tipos de destinos. • Desastres naturales: Azogues ha sido sede de algunos desastres naturales relacionado con inundaciones y deslaves de tierra en la vía durante la temporada alta de lluvia 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la demanda de turismo en la sierra ecuatoriana • Avances tecnológicos: incremento de marketing en redes sociales, • Políticas gubernamentales: mayor apoyo del gobierno local en temas de promoción de destinos turísticos en Azogues • Alianzas y colaboraciones: posibilidad de colaboración con influencers, agencias de viajes y páginas de destinos turísticos.

5.3.2. Segmentación de mercado

Otro aspecto importante es la identificación del mercado en grupos específicos de consumidores que comparten características similares. Esto permite personalizar las estrategias de marketing para cada segmento.

Tabla 16. Segmentación de mercado

Tipo	Descripción
Segmentación geográfica	Local: Residentes de la provincia del Cañar.
	Nacional: Turistas de otras provincias de Ecuador.
	Internacional: Visitantes de otros países, especialmente aquellos interesados en turismo cultural y natural de la Sierra en Ecuador.
Segmentación demográfica	Edad: <ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes (18-30 años): Interesados en experiencias activas y aventuras.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Adultos (31-50 años): Buscan experiencias culturales y de bienestar. ● Adultos mayores (51+ años): Interesados en turismo de salud y relajación.
	<p>Ingresos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ingresos medios: Familias y parejas que buscan experiencias asequibles y de calidad. ● Ingresos altos: Turistas dispuestos a pagar por servicios premium y experiencias exclusivas.
Segmentación psicográfica	Turistas Culturales: Interesados en la historia, cultura y tradiciones locales (e.g., Santuario Virgen de la Nube, Cerro Cojitambo).
	Amantes de la Naturaleza: Atraídos por actividades al aire libre y paisajes naturales (e.g., Laguna de Chocar, Cojitambo, Abuga).
	Turistas de Bienestar: Buscan experiencias de salud y relajación (e.g., Aguas Termales de Guapán).

5.3.3. Selección de mercado objetivo

Una vez segmentado el mercado, se debe seleccionar uno o más segmentos como mercados objetivo, donde se enfocarán los esfuerzos de marketing. Para este caso en concreto se elegirá el sector demográfico adulto con las siguientes características:

Perfil del segmento de mercado:

- Perfil Demográfico: Jóvenes adultos (18-35 años) y familias, ingresos medios, interesados en experiencias accesibles y aventureras.
- Perfil Psicográfico: Amantes de la naturaleza y las actividades al aire libre, puede incluir amantes a la cultura. Buscan experiencias auténticas y oportunidades para explorar paisajes naturales y culturales.
- Comportamiento: Prefieren viajes de fin de semana y escapadas cortas. Valoran la sostenibilidad y el turismo responsable.

Atractivos Clave para el Segmento de Naturaleza:

- Laguna de Chocar: Zona rural con clima andino, perfecta para fotos, paseos familiares y en pareja. Estacionamiento, espacios para parrilladas, puestos de comida rápida y servicios de cabalgata los fines de semana.
- Cojitambo: Cerro icónico con arquitectura histórica, clima agradable y temperaturas entre 12° y 22°C. Lugares cercanos para probar comida típica y un santuario atractivo para visitar.
- Santuario Virgen de la Nube: si bien este es un destino religioso, cuenta con cercanía y un monumento en el cerro abuga, el cual tiene instalaciones para acampada, se celebran competencias cuesta abajo de motocrós, bicicletas, entre otras actividades. Los fines de semana hay ventas de comida típica y tiene senderos alternativos y escalada para los más aventureros.

5.3.4. Campaña

E este apartado es necesario definir los detalles de la campaña de marketing a través de la implementación de estrategias, los recursos necesarios, los medios de difusión, los indicadores de progreso o KPI y el responsable de que cada estrategia se cumpla en tiempo y forma.

Tabla 17. Campaña de marketing

Estrategia	Recursos	Medios de Difusión	KPI	Responsable
Publicidad en Redes Sociales	Contenido visual (fotos, videos), presupuesto para anuncios	Facebook, Instagram, TikTok, YouTube	Alcance de publicaciones, tasa de interacción	Especialista en Marketing Digital
Promociones Especiales de Fin de Semana	Descuentos, paquetes promocionales	Sitio web oficial, agencias de viajes	Número de reservas, aumento de visitantes	Coordinador del Proyecto

Colaboración con Influencers	Selección de influencers, acuerdos de colaboración	Instagram, TikTok, blogs de viajes	Número de publicaciones, menciones en redes sociales	Especialista en Marketing Digital
Encuestas Post-Visita	Formularios de encuesta, incentivos para participar	Correo electrónico, sitio web	Tasa de satisfacción del cliente, número de respuestas	Analista de Datos

A) Detalle de la Campaña

Publicidad en Redes Sociales:

- Recursos: Crear contenido atractivo y visual, asignar un presupuesto mensual para anuncios.
- Medios de Difusión: Publicar y promocionar en plataformas de redes sociales populares.
- KPI: Medir el alcance de las publicaciones y la tasa de interacción (likes, comentarios, compartidos).
- Responsable: Especialista en Marketing Digital.

Promociones Especiales de Fin de Semana:

- Recursos: Diseñar paquetes promocionales con descuentos para actividades en la Laguna de Chocar y Cojitambo.
- Medios de Difusión: Anunciar en el sitio web oficial y a través de agencias de viajes.
- KPI: Número de reservas realizadas y aumento en el número de visitantes.
- Responsable: Coordinador del Proyecto.

Colaboración con Influencers:

- Recursos: Identificar y contactar a influencers relevantes, establecer acuerdos de colaboración.

- Medios de Difusión: Promoción a través de publicaciones y stories en Instagram, y artículos en blogs de viajes.
- KPI: Número de publicaciones, menciones y seguidores alcanzados.
- Responsable: Especialista en Marketing Digital.

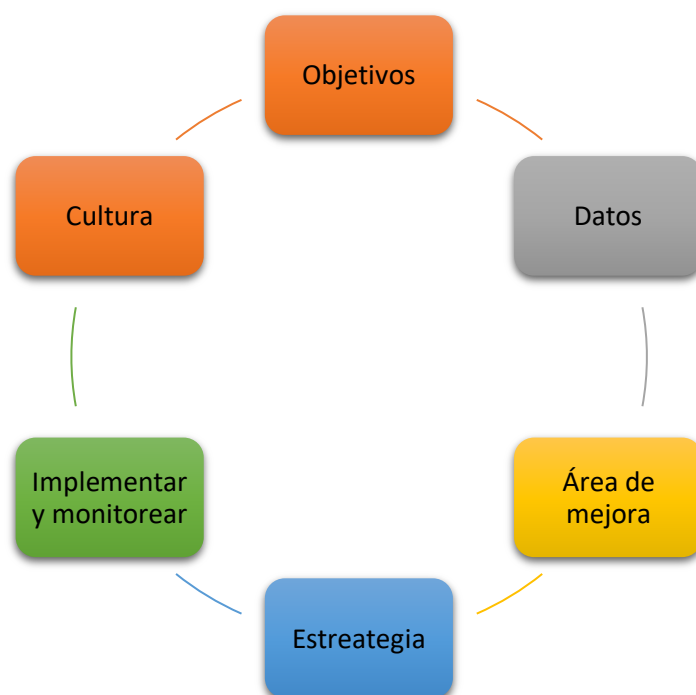
Encuestas Post-Visita:

- Recursos: Crear formularios de encuesta y ofrecer incentivos para completar las encuestas.
- Medios de Difusión: Enviar por correo electrónico a visitantes recientes y publicar en el sitio web.
- KPI: Tasa de satisfacción del cliente y número de respuestas recibidas.
- Responsable: Analista de Datos.

5.4. Desarrollo de Mejora continua

Para el desarrollo de la mejora continua en el plan de posicionamiento turístico del cantón Azogues se siguen los lineamientos descritos en el Método Lean Startup de Eric Ries, es decir, se basa en: el establecimiento de objetivos, recopilación de datos, análisis de mejora, desarrollo de estrategias, implementación-monitoreo y fomento de la cultura de mejora. Esto se puede evidenciar de mejor manera en la Figura 17.

Figura 17. Mejora continua



A) Definición y alcance de objetivos

- Descripción: Establecer objetivos claros y alcanzables para el posicionamiento turístico del cantón Azogues.
- Ejemplo: Aumentar el número de visitantes nacionales e internacionales en un 20% en el próximo año.
- Responsable: Equipo de gestión del proyecto.

B) Recopilación de datos y evaluación del estado actual

- Descripción: Recopilar datos relevantes sobre el estado actual del turismo en Azogues, utilizando encuestas, entrevistas y análisis de datos existentes.
- Ejemplo: Realizar encuestas a los visitantes actuales para evaluar su experiencia y obtener sugerencias.
- Responsable: Analista de datos.

C) Identificación de áreas de mejora

- Descripción: Analizar los datos recopilados para identificar las áreas que requieren mejoras o que presentan oportunidades de crecimiento.

- Ejemplo: Detectar que la promoción digital del cantón es insuficiente y necesita refuerzo.
- Responsable: Equipo de marketing y desarrollo de productos turísticos.

D) Desarrollo de estrategias de mejora

- Descripción: Desarrollar estrategias específicas para abordar las áreas de mejora identificadas.
- Ejemplo: Crear una campaña de marketing digital para promocionar los atractivos turísticos del cantón.
- Responsable: Especialista en marketing y publicidad

E) Implementación de mejoras y monitoreo

- Descripción: Implementar las estrategias desarrolladas y monitorear su efectividad mediante el uso de KPIs (indicadores clave de rendimiento).
- Ejemplo: Lanzar la campaña de marketing digital y medir el aumento en el tráfico web y las reservas turísticas.
- Responsable: Coordinador del proyecto y analista de datos.

Fomento de la cultura de mejora continua

- Descripción: Promover una cultura organizacional que valore y busque constantemente la mejora continua, incentivando la innovación y la adaptación.
- Ejemplo: Realizar talleres y capacitaciones periódicas para el equipo, enfocados en nuevas tendencias y tecnologías en turismo.
- Responsable: Coordinador del proyecto y experto o guía local.

Conclusiones

En conclusión, el estudio ha permitido identificar y consolidar conceptos y bases teóricas importantes para la medición del potencial turístico y la jerarquización de destinos en el Cantón Azogues. Se destaca que el potencial turístico se determina no solo

por la calidad de los atractivos, también por factores como la infraestructura, la accesibilidad y la promoción cultural. Estos hallazgos proporcionan un marco teórico robusto que facilita la priorización de recursos y la formulación de políticas turísticas más efectivas.

Se valoró y jerarquizó efectivamente el potencial de los atractivos turísticos del Cantón Azogues mediante la aplicación de instrumentos cualitativos de recolección de datos, como entrevistas semiestructuradas y una escala de jerarquización utilizada por el Ministerio de Turismo Ecuatoriano. Estas herramientas permitieron obtener información detallada y contextualizada sobre los atractivos disponibles en el cantón, así como las percepciones, necesidades y expectativas de los actores involucrados en el sector turístico. Este enfoque cualitativo no solo facilitó una comprensión más profunda de los atractivos y recursos disponibles, sino que también identificó las condiciones y áreas clave para el desarrollo y mejora de la oferta turística.

Se propuso un modelo de posicionamiento turístico basado en cuatro ejes principales: gestión, producto turístico, marketing y mejora continua. Este modelo destaca la oferta del Cantón Azogues, integrando sus diversos atractivos y recursos en un marco estratégico que busca maximizar su visibilidad y atractivo para los visitantes. No solo resalta las características únicas del cantón, también establece directrices claras para la promoción y desarrollo de productos turísticos, fomentando un enfoque sostenible que potencie el crecimiento del sector y mejore la experiencia del turista. Al mismo tiempo, se fortalece la identidad cultural y el patrimonio local, contribuyendo al desarrollo integral y sostenible de la región.

Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda dar mantenimiento a los atractivos turísticos del Cantón Azogues. Hemos identificado que algunas infraestructuras turísticas presentan deterioro, por lo que es imperativo llevar a cabo una evaluación exhaustiva para detectar las áreas que requieren reparaciones. Es recomendable establecer un plan de mantenimiento regular y preventivo que garantice la preservación y funcionalidad de estos atractivos. La asignación de un presupuesto adecuado para estas actividades, junto con la colaboración con entidades locales y nacionales para obtener financiamiento y apoyo técnico, asegurará que las mejoras se realicen de manera efectiva y sostenible.

Además, se recomienda invertir en el desarrollo de un plan de marketing integral para los atractivos de Azogues, no solo durante las festividades locales, sino también para el turismo natural, cultural, religioso y deportivo. Este plan debe estar diseñado para promocionar estos atractivos durante todo el año, utilizando múltiples canales de difusión, como redes sociales, sitios web, medios impresos y colaboraciones con influencers del sector turístico. Organizar eventos y campañas temáticas que resalten las particularidades de cada tipo de turismo fomentará una mayor afluencia de visitantes en diferentes épocas del año, lo que contribuirá a la diversificación y sostenibilidad del turismo en el cantón.

Finalmente, es recomendable implementar el modelo de posicionamiento turístico propuesto como base para la construcción de acciones que fortalezcan la imagen y atractivo turístico de Azogues. Este modelo debe adoptarse como una guía estratégica, capacitando al personal y a los actores involucrados en el sector turístico sobre sus beneficios y métodos de implementación. Monitorear y evaluar continuamente las acciones realizadas bajo este modelo, ajustando las estrategias según los resultados obtenidos, permitirá mantener una mejora continua y adaptarse a las demandas del mercado turístico.

Referencias bibliográficas

- Apriyanti, M. E., Sumaryoto, & Meirinaldi. (2024). The Importance of Tourism Infrastructure in Increasing Domestic and International Tourism. *International Journal of Research in Vocational Studies (IJRVOCAS)*, 3(4), Article 4. <https://doi.org/10.53893/ijrvocas.v3i4.46>
- Arosemena Abeiga, M. M., & Zevallos Gómez, M. L. (2023). *Plan de promoción turística para el Pueblo Mágico: Azogues*. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/20591>
- ASALE, R.-, & RAE. (2024). *Turismo | Diccionario de la lengua española* [Institucional]. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/turismo>
- AtsıZ, O., & Akova, O. (2021). *Cultural Destination Attributes, Overall Tourist Satisfaction and Tourist Loyalty: First Timers versus Repeaters*. <https://doi.org/10.30519/ahtr.894577>
- Aydın, B., & Alvarez, M. D. (2020). Understanding the Tourists' Perspective of Sustainability in Cultural Tourist Destinations. *Sustainability*, 12(21), Article 21. <https://doi.org/10.3390/su12218846>
- Bargeman, B., & Richards, G. (2020). A new approach to understanding tourism practices. *Annals of Tourism Research*, 84, 102988. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102988>
- Barreiros, B. F. M., Chasy, J. N. M., & Ortega, Y. C. (2024). Valoración del potencial ecoturístico en áreas naturales protegidas, caso: Parque Nacional Sumaco – Napo – Galeras, provincia de Napo. *Runas. Journal of Education and Culture*, 5(9), Article 9. <https://doi.org/10.46652/runas.v5i9.165>
- Bellón, E. E. R. (2023). Paradigmas del turismo: Desde el Grand Tour hasta el turismo posmoderno o contemporáneo. *Turismo y Sociedad*, 34, 281-308. <https://doi.org/10.18601/01207555.n34.11>
- Blanco, A. M. (2021). Evaluación de los recursos turísticos en Canasí. *Explorador Digital*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i1.1491>
- Cabrera, J., & Cabrera, D. (2022). Posibilidades de desarrollo de la infraestructura vial en el archipiélago Sabana-Camagüe. *Revista Iberoamericana Ambiente & Sustentabilidad*, 5(2), 85-102. <https://doi.org/10.46380/rias.vol5.e233>

- Cardenal, E. (2015). *Guía de diseño de la entrevista y grupo de discusión*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1214.5040>
- Cárdenas-García, P. J., Brida, J. G., & Segarra, V. (2024). Modeling the link between tourism and economic development: Evidence from homogeneous panels of countries. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-12.
<https://doi.org/10.1057/s41599-024-02826-8>
- Carvache-Franco, O., Regalado Pezúa, O., & Sirkis, G. (2021). *Turismo urbano en Latinoamérica: Análisis de los factores determinantes en el atractivo de las ciudades* (Working Paper 795). Serie Documentos de Trabajo.
<https://www.econstor.eu/handle/10419/238420>
- Chen, J. S., & Uysal, M. (2002). Market positioning analysis: A Hybrid Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 987-1003. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00003-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00003-8)
- Estatista. (2024). *Contribución total del turismo al PIB mundial* [Institucional]. Statista.
<https://es.statista.com/estadisticas/634694/contribucion-directa-y-total-de-los-viajes-y-el-turismo-al-pib-mundial/>
- Folgado-Fernández, J. A., Duarte, P., & Hernández-Mogollón, J. M. (2021). Tourist's rational and emotional engagement across events: A multi-event integration view. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(7), 2371-2390. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-1098>
- Galvis, O. Z. (2006). Tipos de Investigación. *Revista Científica General José María Córdova*, 4(4), 13-14. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476259067004>
- Gelez, D. B. (2023). Implementación de estrategias y acciones para el posicionamiento Turístico de un destino: Cartagena de Indias. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 5222-5240. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5715
- Gemar, G., Soler, I. P., & Moniche, L. (2023). Exploring the impacts of local development initiatives on tourism: A case study analysis. *Heliyon*, 9(9), e19924. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19924>
- Inostroza-Villanueva, G., Osorio-García, M., & Farías, A. (2024). Conflictos socioambientales y el rol del turismo: Estudio de caso comparado en la Patagonia chilena. *Revista EURE - Revista de Estudios Urbano Regionales*, 50(149), Article 149. <https://doi.org/10.7764/EURE.50.149.02>

- Lane, B., Kastenholz, E., & Carneiro, M. (2022). Rural Tourism and Sustainability: A Special Issue, Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century. *Sustainability*, *14*, 6070. <https://doi.org/10.3390/su14106070>
- Liang, F., Pan, Y., Gu, M., Guan, W., & Tsai, F. (2021). Cultural Tourism Resource Perceptions: Analyses Based on Tourists' Online Travel Notes. *Sustainability*, *13*(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/su13020519>
- Liao, C., Zuo, Y., Xu, S., Law, R., & Zhang, M. (2022). Dimensions of the health benefits of wellness tourism: A review. *Frontiers in Psychology*, *13*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1071578>
- Llupart, M. R. N., & Rodríguez, M. de los A. M. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales*, *28*, 359-375. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38169>
- Loor, L., Alodia, A., & Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? | ECA Sinergia. *ECASINERGIA Revista de investigación*, *9*(1), 120-142. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195
- Lopez Mallama, O., Montaña-Ramírez, L., Estrada-Valencia, M., Mantilla-Mejía, H., & Salazar-Villegas, B. (2023). Estrategias exitosas en el turismo de salud: Un análisis del suroccidente de Colombia entre 2015 y 2019. *Journal of Economic and Social Science Research*, *3*, 48-67. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v3/n4/80>
- Lu, Y., He, M., & Liu, C. (2023). Tourism Competitiveness Evaluation Model of Urban Historical and Cultural Districts Based on Multi-Source Data and the AHP Method: A Case Study in Suzhou Ancient City. *Sustainability*, *15*(24), Article 24. <https://doi.org/10.3390/su152416652>
- Macias, B. A. T., Zambrano, M. K. A., Villafuerte, S. L. H., & Zambrano, A. D. R. (2020). Análisis de la oferta y demanda del atractivo turístico: playa de San Lorenzo. *Universidad Ciencia y Tecnología*, *24*(104), Article 104. <https://doi.org/10.47460/uct.v24i104.370>
- Martínez, K. M. R. (2019). La entrevista semi-estructurada y las fallas en la estructura. La revisión del método desde una psicología crítica y como una crítica a la psicología. *Caleidoscopio - Revista Semestral de Ciencias Sociales y Humanidades*, *41*, Article 41. <https://doi.org/10.33064/41crscsh1203>

- McKercher, B., Prideaux, B., & Thompson, M. (2023). The relationship between accommodation type and tourists' in-destination behaviour. *Tourism Recreation Research*, 0(0), 1-10. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2221070>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2020). *Rendición de cuentas 2022: Ministerio de turismo* (pp. 1-105) [Gubernamental]. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Informe-Rendicion-de-Cuentas-2022-Textual.pdf>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2024). *AZOGUES: ENTRE LA TRADICIÓN, LA CULTURA Y LA FE – Ministerio de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/azogues-entre-la-tradicion-la-cultura-y-la-fe/>
- Ministerio de turismo de Mexico. (2016). *Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios* (Sectua, Vol. 1). Sectua. <https://gestiondedestinos.files.wordpress.com/2011/11/fasciculo81.pdf>
- Moreira, M. F. T., Aguirre, E. M. E., Muñoz, W. L. C., & Patiño, H. M. C. (2023). Contexto sociocultural influenciado por las actividades turísticas en el cantón Valencia. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 23(40), Article 40. <https://doi.org/10.47189/rcct.v23i40.664>
- Organización Mundial del Turismo. (2024). *Glosario de términos de turismo | OMT*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#T>
- Otcheskiy, I., Mutaliyeva, L., Yudina, E., Stepanova, D., Shelygov, A., & Seminskaya, E. (2023). Developing tourist destination potential under influence of internal and external factors. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 13(Regular Issue). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7926884>
- Pabón, J. D. O. (2019). El turismo de sol y playa: Impacto turístico en los ecosistemas de la comuna Ayangue, para mejorar la gestión de la actividad turística en la provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 6(2 Dicbre.), Article 2 Dicbre. <https://doi.org/10.26423/rctu.v6i2.494>
- Pérez, D. S. C., Mitrany, V. O., & López, E. V. (2019). Desarrollo local: Conceptualizaciones, principales características y dimensiones. *Ciencia Digital*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.353>
- Prieto, C. (2022, octubre 4). *Fundación de Azogues, Ecuador*. <https://parlamentoandino.org/index.php/actualidad/noticias/818-fundacion-de-azogues-ecuador-2>
- Puebla, A. M. R., Chávez, E. S., Escriche, M. M., Vega, O. L., & Espinosa, Y. R. (2020). Evaluación de los recursos paisajísticos e históricos para el desarrollo del turismo

- de naturaleza en las zonas de uso público del Parque Nacional Pico Bayamesa. *Investigaciones Turísticas*, 19, Article 19. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.19.10>
- Purwoko, A., Zaitunah, A., SAMSURA, D., Sibarani, R., Muda, I., & FAUSTINA, C. (2023). Assessing the development potential, feasibility and visitor assessment in the sipinsur geosite natural tourism area, Toba caldera global geopark, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 49, 1075-1086. <https://doi.org/10.30892/gtg.49323-1107>
- Ramirez, R. M. (2022). 19.- El valor de la investigación cualitativa y la comprensión: Un examen crítico. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 26(1), Article 1. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v26i1.1625>
- Ramírez-Guerrero, G., García-Onetti, J., Arcila-Garrido, M., & Chica-Ruiz, J. A. (2021). A Tourism Potential Index for Cultural Heritage Management through the Ecosystem Services Approach. *Sustainability*, 13(11), Article 11. <https://doi.org/10.3390/su13116415>
- Rodríguez, D. C., Flores, Y. H., & Fernández, R. M. (2024). Modelos de evaluación del nivel de desarrollo de los destinos. Recomendaciones para el destino Cuba. *Revista San Gregorio*, 1(57), Article 57. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i57.2413>
- Ruban, D. A. (2021). Natural Resources of Tourism: Towards Sustainable Exploitation on a Regional Scale. *Sustainability*, 13(12), Article 12. <https://doi.org/10.3390/su13126685>
- Sandoval-Guerrero, L. K. (2019). Patrimonio cultural y turismo en el ecuador: vínculo indisoluble. *Tsafiqui - Revista Científica en Ciencias Sociales*, 9, Article 9. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v0i9.349>
- Saqib, N. (2019). A positioning strategy for a tourist destination, based on analysis of customers' perceptions and satisfactions: A case of Kashmir, India. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 26(2), 131-151. <https://doi.org/10.1108/JTA-05-2019-0019>
- Soeswoyo, D. M., Jeneetika, M., Dewi, L., Dewantara, M. H., & Asparini, P. S. (2021). Tourism Potential and Strategy to Develop Competitive Rural Tourism in Indonesia. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(2), 131-141. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i2.131-141>

- Solórzano, L. D. V., Badillo, L. R., & Vargas, M. V. R. (2022). Gestión del talento humano para la mejora de los servicios turísticos. *Avances*, 24(1), 61-76. <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869301006/>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Tian, J., Deng, W., & Yuan, J. (2023). Evaluation of sports tourism competitiveness of urban agglomerations in Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area. *Heliyon*, 9(12), e22780. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22780>
- Tshipala, N., & Coetzee, W. (2022). A Sustainable Adventure Tourism Development Framework for Thathevondo. *Journal of Tourism and Hospitality*, 1(2), 115-135. <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000101>
- Vega, A. C., Maguiña, J. L., Soto, A., Lama-Valdivia, J., & López, L. E. C. (2021). Estudios transversales: Cross-sectional studies. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(1), Article 1. <https://doi.org/10.25176/RFMH.v21i1.3069>
- Velásquez, E. M., Vásconez, E. C., Cornejo, C. G., & Vivero, J. B. (2022). Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación pos-COVID-19 en Ecuador: Study of the behavior of internal tourist demand in the post-covid-19 reactivación in Ecuador. *Revista Científica Ecociencia*, 9(3), Article 3. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.93.663>
- Vera, L. H., Kang, M., & Chavez, M. E. (2021). Turismo comunitario: Del concepto a la gestión. La experiencia ecuatoriana: Community tourism: from concept to management. The ecuadorian experience. *Revista Científica Ecociencia*, 8(6), Article 6. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.86.570>
- Verdugo Rubio, A. M. (2015). *El turismo comunitario como alternativa económica para la comunidad Jatumpamba en el cantón Azogues*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23562>
- Weng, L., Tan, L., & Yu, Y. (2023). The Effects of Perceived Cultural and Tourism Public Services on Visitor Satisfaction and Quality of Life: A Multiple Mediation Model. *Land*, 12(11), Article 11. <https://doi.org/10.3390/land12112033>
- Yang, S., Liu, Y., & Xu, L. (2024). The effect of food tourism experiences on tourists' subjective well-being. *Heliyon*, 10(3), e25482. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25482>

- Zhang, T., Wang, Y., Zhang, S., & Wang, Y. (2022). An estimation and development model of tourism resource values at the township scale on Hainan Island, China. *PLOS ONE*, *17*(1), e0262837. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262837>
- Zumba Minchala, M. J. (2016). *Análisis de los atractivos naturales y culturales de la parroquia Luis Cordero del cantón Azogues* [bachelorThesis]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/27116>
- Zuñiga-Collazos, A., Gómez-López, J. M., Ríos-Obando, J. F., & Vargas-García, L. M. (2023). Innovación y políticas públicas como factores para promover el desarrollo de organizaciones de turismo en Colombia. *Retos*, *13*(26), Article 26. <https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.10>

Anexos

Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada

- ¿Cómo describiría usted la demanda turística actual en Azogues y cuáles son los principales factores que la impulsan?
- ¿Qué tipo de fuentes de información utiliza usted para mejorar su comprensión del mercado turístico local?
- ¿Cuáles son las políticas turísticas implementadas en el GAD de Azogues y cómo cree usted que han impactado en la atracción de visitantes a la ciudad?
- ¿Cuál considera usted que fue la peor crisis relacionado con la demanda turística de Azogues y qué lecciones han aprendido para gestionar futuras situaciones adversas?
- ¿Qué tipos de factores económicos, sociales y/o culturales considera usted son los más relevantes para mejorar el mercado turístico en el cantón?

Anexo 2. Ponderación de criterios atractivos naturales y culturales

Ponderación de criterios atractivos naturales y culturales

	Criterios de valoración	Descripción	Ponderación
1	Accesibilidad y conectividad	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado	18

		más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	
2	Planta turística / complementarios	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
3	Estado de conservación e integración sitio / entorno	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
4	Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
5	Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo	10
6	Actividades que se practican en el atractivo	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
8	Registro de visitantes y afluencia	Hace referencia al registro de visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
9	Recursos humanos	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5

Nota. tomado del manual de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador

Jerarquización de atractivos turísticos

Rango	Jerarquía	Descripción
86-100	IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos relevantes enfocados al mercado nacional e internacional.

61-85	III	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
36-60	II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.
11-35	I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
0-10	Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Nota. adaptado del manual de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador

Anexo 3. Entrevistas completas

Entrevista 1

La primera entrevista fue realizada a Dcta. Diana Araujo perteneciente al departamento de turismo del GAD Municipal de Azogues. A continuación, se presentan las respuestas del entrevistado:

- a) ¿Cómo describiría usted la demanda turística actual en Azogues y cuáles son los principales factores que la impulsan?

La demanda turística de Azogues en mayor parte tenemos nacional que es un aproximado del 80%, y tenemos datos a partir del año 2023 que son de unos 200 visitantes anuales entre extranjeros.

- b) ¿Qué tipo de fuentes de información utiliza usted para mejorar su comprensión del mercado turístico local?

Estadísticas, y perfil del turista que mayormente son familias.

- c) ¿Cuáles son las políticas turísticas implementadas en el GAD de Azogues y cómo cree usted que han impactado en la atracción de visitantes a la ciudad?

Tenemos políticas de participación en conjunto de la sociedad y las comunidades universitarias, que asisten a el reconocimiento de las áreas turísticas del cantón y así a la capacitación de las personas que trabajan en estas áreas. Nuestras políticas han ayudado mayor incremento de inversión de empresarios que se dedican al sector turístico y

hotelero, también con incentivos como anular ciertos impuestos de funcionamiento para promover la inversión.

- d) ¿Cuál considera usted que fue la peor crisis relacionado con la demanda turística de Azogues y qué lecciones han aprendido para gestionar futuras situaciones adversas?

La pandemia fue un golpe duro para el sector turístico y hotelero para nosotros como lo fue casi para todo el país, no llevo a crear planes de contingencia en casos similares y en casos de catástrofes naturales por prevención de los mismos.

- e) ¿Qué tipos de factores económicos, sociales y/o culturales considera usted son los más relevantes para mejorar el mercado turístico en el cantón?

El factor económico para poder impulsar los proyectos y/o cronogramas turísticos y de capacitación. El factor social-cultural porque al conocer de nuestras raíces podemos promover eso como turismo de cultura que a su vez integra las costumbres ancestrales como medicina ancestral por el cual llama la a conocer a los turistas nacionales y extranjeros otras alternativas de recrearse y salud.

Entrevista 2

La segunda entrevista fue realizada a Lcd. Administración turística Fernanda Gonzales encargada de la administración en el departamento de turismo del GAD Municipal de Azogues. A continuación, se presentan las respuestas del entrevistado:

- f) ¿Cómo describiría usted la demanda turística actual en Azogues y cuáles son los principales factores que la impulsan?

El GAD cuenta con información por parte de la oficina turística I-tur, que menciona que en el 2023 hubo un total de 315 visitantes nacionales y 64 extranjeros, viendo estas estadísticas es un incremento gradual de la demanda en los últimos 3 años y los factores que la impulsan son la económica del país y las políticas de apoyo que se da a los inversores.

- g) ¿Qué tipo de fuentes de información utiliza usted para mejorar su comprensión del mercado turístico local?

Itur es de donde son las fuentes de datos de azogues.

- h) ¿Cuáles son las políticas turísticas implementadas en el GAD de Azogues y cómo cree usted que han impactado en la atracción de visitantes a la ciudad?

Establecer programas para la promoción turística de azogues junto con operadores de otras partes del país, promoviendo cultura, la economía del lugar.

- i) ¿Cuál considera usted que fue la peor crisis relacionado con la demanda turística de Azogues y qué lecciones han aprendido para gestionar futuras situaciones adversas?

Para el Gad fue durante la pandemia la peor crisis, como en todo el país hemos creado juntos un programa para prevención de desastres naturales mayormente, pero también capacitaciones.

- j) ¿Qué tipos de factores económicos, sociales y/o culturales considera usted son los más relevantes para mejorar el mercado turístico en el cantón?

Lo culturales porque pertenece a una forma de identificarse y al cual pertenecer y de estar forma podemos ofrecer un buen servicio y demostrando nuestras costumbres al visitante, ya que esto ayuda a que la economía venga y fluya ...impulsando la micro económica que son los minis empresarios o pequeños empresarios.

Entrevista 3

La tercera entrevista fue realizada a Tania T. encargada del departamento de operaciones y estadísticas, perteneciente al departamento de turismo del GAD Municipal de Azogues. A continuación, se presentan las respuestas del entrevistado:

- k) ¿Cómo describiría usted la demanda turística actual en Azogues y cuáles son los principales factores que la impulsan?

Es un aumento progresivo tomados de datos del 2023 de la demanda turística en su mayoría 80 por ciento de nacional de origen de guayaquil entre otros lugares del País y el 20 por ciento de extranjeros.

- l) ¿Qué tipo de fuentes de información utiliza usted para mejorar su comprensión del mercado turístico local?

De la oficina de información turística I-TUR y la unidad de turismo y junto de los alojamientos.

- m) ¿Cuáles son las políticas turísticas implementadas en el GAD de Azogues y cómo cree usted que han impactado en la atracción de visitantes a la ciudad?

Estamos realizando un plan de enfoque sobre todo en la parroquia Cojitambo, es un proceso de pasos ya que Cojitambo, y con la actualización del plan de territorio, sobre todo por la parte económica es lo que hace que demos pasos cortos pero seguros.

- n) ¿Cuál considera usted que fue la peor crisis relacionado con la demanda turística de Azogues y qué lecciones han aprendido para gestionar futuras situaciones adversas?

La pandemia quedó paralizada todo los proyectos planeados para esos años más aun cuando las personas dejaron de movilizarse de un lado a otro, las lecciones que aprendimos es siempre capacitarse constantemente para estar pendiente de lo que pueda pasar.

- o) ¿Qué tipos de factores económicos, sociales y/o culturales considera usted son los más relevantes para mejorar el mercado turístico en el cantón?

El social porque ayuda a impulsar lo económico por mencionar la parte cultural de cada lado y también impulsa el turismo nacional.

Entrevista 4

La Cuarta entrevista fue realizada a Eulalia Palomeque, Vicealcalde del Municipio de Azogues:

- p) ¿Cómo describiría usted la demanda turística actual en Azogues y cuáles son los principales factores que la impulsan?

Se ha incrementado debido a la publicidad a través de los diferentes medios, también a las campañas para que la ciudadanía conozca los atractivos y también las 8 parroquia.

- q) ¿Qué tipo de fuentes de información utiliza usted para mejorar su comprensión del mercado turístico local?

Encuestas a los turistas, registros del visitante en el GAD Municipal y en las oficinas del I-tur.

- r) ¿Cuáles son las políticas turísticas implementadas en el GAD de Azogues y cómo cree usted que han impactado en la atracción de visitantes a la ciudad?

Han usado diferentes estrategias para hacer conocer el atractivo y celebraciones como las fiestas de independencia, se han visitado guayaquil entre otras ciudades para promocionar la ciudad esto como política de impulsar el turismo de la ciudad. Y ha impactado porque progresivamente se ve un aumento de turistas más nacionales e internacionales en minoría.

- s) ¿Cuál considera usted que fue la peor crisis relacionado con la demanda turística de Azogues y qué lecciones han aprendido para gestionar futuras situaciones adversas?

La peor crisis es la de la pandemia, por el hecho del riesgo no se pudo trabajar ni los proyectos, las lecciones que nos ha dejado podemos hacer llegar la información por la tecnología, en el cual podemos dar a conocer lo que estamos haciendo.

- t) ¿Qué tipos de factores económicos, sociales y/o culturales considera usted son los más relevantes para mejorar el mercado turístico en el cantón?

Plan de Desarrollo Territorial (PDOT) se está actualizando, en el cual el departamento de desarrollo social se está enfocando en las zonas rurales para que se potencia el sector turístico en la zona rural y la potencia turística en las diferentes parroquias. Actualmente hay el plan de Cojitambo es un proyecto de parte del gobierno provincial para el desarrollo de la misma parroquia.

Entrevista 5

La quinta entrevista fue realizada a Carlos Vallejo, concejal del Cantón Azogues. A continuación, se presentan las respuestas del entrevistado:

- u) ¿Cómo describiría usted la demanda turística actual en Azogues y cuáles son los principales factores que la impulsan?

Justamente la demanda turística, se refiere al número de turistas que llegan a una región, a un sitio o atractivo, deda indicar que la afluencia de turistas es notoria, a decir de la oficina de información turística en los últimos años ha ido incrementando paulatinamente. Los servicios turísticos, atractivos naturales y culturales, tradiciones y costumbres son los componentes que motivan para conocer este pueblo mágico como lo es Azogues.

- v) ¿Qué tipo de fuentes de información utiliza usted para mejorar su comprensión del mercado turístico local?

En la actualidad, las redes sociales son una fuente de información de primera mano, donde se puede observar la calidad - precio, de los diferentes servicios turísticos, emprendimientos, etc., mismos que están acordes a las necesidades, gustos y preferencias de la ciudadanía.

- w) ¿Cuáles son las políticas turísticas implementadas en el GAD de Azogues y cómo cree usted que han impactado en la atracción de visitantes a la ciudad?

Tenemos políticas de participación en conjunto de la sociedad y las comunidades universitarias, que asisten a el reconocimiento de las áreas turísticas del cantón y así a la capacitación de las personas que trabajan en estas áreas. Nuestras políticas han ayudado mayor incremento de inversión de empresarios que se dedican al sector turístico y hotelero, también con incentivos como anular ciertos impuestos de funcionamiento para promover la inversión.

- x) ¿Cuál considera usted que fue la peor crisis relacionado con la demanda turística de Azogues y qué lecciones han aprendido para gestionar futuras situaciones adversas?

Si bien es cierto, la pandemia en el año 2020, para el mundo fue un acontecimiento que marcó un antes y después, por las situaciones y condiciones que se presentó, pues no se contaba con las facilidades, es importante mantener los servicios y condiciones de salud acordes a las buenas prácticas salubres.

- y) ¿Qué tipos de factores económicos, sociales y/o culturales considera usted son los más relevantes para mejorar el mercado turístico en el cantón?

Es necesario mantener o implementar facilidades de fuentes de inversión, para que las personas o emprendedores puedan generar fuentes de empleo y llegar con un mercado competitivo.

Anexo 4. Ponderación de criterios atractivos naturales y culturales por atractivo

				Chocar		Cojitambo		Virgen de la nube		Sgnay		Olleras		Mazar Dudas		Termales	
Descripción		Criterio		Criterio		Criterio		Criterio		Criterio		Criterio		Criterio		Criterio	
Criterios de valoración:	Criterio	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total
Accesibilidad y conectividad	Ciudad y poblado cercano	4,5	18	4,5	11,5	4,5	16,5	4,5	18	2	9,5	3	11	3	11,5	4,5	18
	Vía de acceso	4,5		3,5		3		4,5		2		3		4		4,5	
	Servicio de transporte	4,5		0		4,5		4,5		2		3		0		4,5	
	Señalización	4,5		3,5		4,5		4,5		3,5		2		4,5		4,5	
Planta turística y complementarios	Alojamiento	3	18	0	4,5	1,5	15	3	15	0	10	0	8,5	0	2,5	1,5	9
	Alimentos y bebidas	3		1,5		3		3		1,5		1,5		1,5			
	Agencia de viaje	3		0		3		2		2,5		2		0			
	Guía	3		0		1,5		1		2,5		2		0			
	Transporte y movilización	3		0		3		3		2		2		0			
	Facilidades turísticas	3		3		3		3		1,5		1		1		3	
Estado de conservación e integración con el entorno	Integridad de atributos físicos,	7	14	4	9	7	14	7	14	4	11	4	8	6	13	7	11
	Integridad de atributos ambientales	7		5		7		7		7		4		7		4	
Higiene	Servicios básicos	2,8	14	0	4,6	0	8,6	2,8	14	1	6,8	2,8	8,4	1,4	11,2	2,8	12
	Gestión ambiental	2,8		1,8		2,8		2,8		2,8		0		2,8			
	Señalética	2,8		2,8		2,8		2,8		1		2		2,8			
	Atención ciudadana en salud	2,8		0		2		2,8		1		1,8		1,4			
	Seguridad y comunicación	2,8		0		1		2,8		1		1,8		2,8		1,8	

Política y regulaciones	Incluido en PDOT	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Actividades	Número de actividades	9	9	6	6	9	9	5	5	4,5	4,5	4	4	5	5	9	9
Difusión de medios	Revistas	1,4	7	0	1,8	0	2,8	0	3,4	0	2,8	0	2,8	0	1,8	0	5,6
	Página Web	1,4		0,4		1,4		0		1,4		1,4					
	Redes sociales	1,4		1,4		1,4		1,4		1,4		0,4					
	Prensa	1,4		0		0		1		0		0					
	Radio/TV	1,4		0		0		1		0		0					
Registro de visitantes	Tiene registro	2,5	5	2,5	2,5	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	2,5	5
	Datos de visitantes	2,5		0		0		1		0		0		2,5			
Recursos Humanos	Tiene recursos humanos	2,5	5	2,5	2,5	0	0	2,5	2,5	0	0	0	0	0	0	2,5	5
	Datos específicos de los recursos humanos	2,5		0		0		0		0		2,5					
				Total:	52,4	Total:	75,9	Total:	83,9	Total:	54,6	Total:	52,7	Total:	55	Total:	84,6

