

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

ARTÍCULO ACADEMICO

“DISEÑO DE PRODUCTO DE ECOTURISMO. COJITAMBO - AZOGUES”

AUTORA:

FAJARDO FAJARDO ANA LUCIA

TUTOR:

ING. VICENTE LEONCIO MEJIA MEJIA

Cuenca – Ecuador

2018

CESION DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Ana Lucia Fajardo Fajardo con cedula de identidad N° 010640443-7, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales, en virtud que soy el autor del trabajo de titulación: “DISEÑO DE PRODUCTO DE ECOTURISMO. COJITAMBO - AZOGUES”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera Comercial en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la ley de propiedad intelectual, en mi condición de autor me reservo lo derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, mayo del 2018



Ana Lucia Fajardo Fajardo

C.I.: 010640443-7

CERTIFICACIÓN

Yo declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “DISEÑO DE PRODUCTO DE ECOTURISMO. COJITAMBO - AZOGUES”, realizado por: Ana Lucia Fajardo Fajardo, obteniendo el Artículo Académico que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, mayo de 2018



Ing. Vicente Leoncio Mejía Mejía

C.I.: 0102343373

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ana Lucia Fajardo Fajardo con cedula de identidad N° 010640443-7 autora del trabajo de titulación “DISEÑO DE PRODUCTO DE ECOTURISMO. COJITAMBO - AZOGUES”, certifico que el total contenido del artículo académico es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Cuenca, mayo de 2018



Ana Lucia Fajardo Fajardo

C.I.: 010640443-7

DEDICATORIA

Agradecida de corazón dedico este artículo académico a Dios y a toda mi familia, en especial a mis padres: Antonio y María, por confiar en mí, porque son mi mayor orgullo y por ellos he llegado hasta donde hoy estoy, gracias al gran apoyo que me han brindado, y que a pesar de todas las dificultades y los problemas que se han presentado, siempre supieron impulsarme hacia adelante, con sus consejos, sus valores, su experiencia y sobre todo con su ejemplo; doy gracias también a mi mejor amiga Zarita, por ser un gran apoyo tanto a nivel académico así como a nivel personal.

**“DISEÑO DE PRODUCTO DE ECOTURISMO.
COJITAMBO - AZOGUES”**

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|----------------------------------------|----|
| RESUMEN..... | 1 |
| Palabras Claves: | 2 |
| INTRODUCCIÓN..... | 3 |
| MATERIAL Y MÉTODOS: | 8 |
| ANÁLISIS | 11 |
| DISEÑO DEL PRODUCTO ECOTURISTICO | 15 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: | 22 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 24 |
| ANEXOS..... | 26 |

DISEÑO DE PRODUCTO DE ECOTURISMO. COJITAMBO - AZOGUES

ECOTOURISM PRODUCT DESIGN. COJITAMBO-AZOGUES

Ana Fajardo Fajardo*
afajardof@est.ups.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo se enfoca en el diseño de un producto ecoturístico o de naturaleza fundamentado en los atractivos turísticos existentes, para la contribución al desarrollo económico de la Parroquia Cojitambo, a través de la utilización de bases teóricas y metodológicas, identificación de los recursos/atractivos vinculados con la modalidad ecoturística y la identificación de los actuales canales de distribución para los productos turísticos de la localidad, entre los principales atractivos ecoturísticos que están en capacidad de promover el desarrollo turístico y con ello el desarrollo económico según el perfil ecoturista, se encuentran el cerro de Cojitambo, la cueva de Masho-jutcu, y el chorro, con las cuales y mediante la implementación de la metodología “Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos” (Gomez C., 2014) , presentada por la autora Glicería Gómez C, se realiza el diseño de un producto ecoturístico hasta la etapa 2, sección b “definición de actividades”, recalcando finalmente la gran potencialidad que tiene Cojitambo como destino turístico tanto por los atractivos que contiene, a si también por la capacidad poblacional de participar dentro de las actividades turísticas, tomando en consideración que la implementación del producto turístico dentro de la Parroquia alcanzaría enmendar el problema existente que es la insuficiente integración entre actores y actividades turísticas que promuevan un desarrollo rural coherente en Cojitambo.

* Egresada de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana.

Palabras Claves:

Ecoturismo, turismo, Cojitambo, producto turístico, perfil ecoturista, naturaleza.

Abstract

This article focuses on the design of an ecotourism product or nature based on the existing tourist attractions, for the contribution to the economic development of the Cojitambo Parish, through the use of theoretical and methodological bases, identification of resources / attractions linked to the ecotourism modality and the identification of the current distribution channels for the tourist products of the locality, among the main ecotourism attractions that are able to promote the tourist development and with it the economic development according to the ecotourist profile, are the hill of Cojitambo, the cave of Masho-jutcu, and the stream, with which and through the implementation of the methodology "Methodological procedure of designing tourism products to facilitate new ventures" (Gomez C., 2014), presented by the author Glicería Gómez C, the design of a product is made to ecotourism until stage 2, section b "definition of activities", finally emphasizing the great potential that Cojitambo has as a tourist destination both for the attractions it contains, and also for the population's ability to participate in tourist activities, taking into account Consideration that the implementation of the tourist product within the Parish would reach to amend the existing problem that is the insufficient integration between actors and tourist activities that promote a coherent rural development in Cojitambo

Keywords

Ecotourism, tourism, Cojitambo, tourist product, ecotourist profile, nature.

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno sociocultural que engloba diferentes aspectos como el transporte, la estancia, las motivaciones, el hospedaje, la hospitalidad, los impactos, y los sectores económicos, culturales, sociales y ambientales afectados y alimentados por el desplazamiento o movimiento de personas dentro del ámbito terrestre según lo detallan los autores Panosso Alexandre y Lohmann Guilherme (Panosso Netto & Lohmann, 2012), mientras que Proecuator lo considera como un influyente en el estilo de vida tanto del turista como del individuo que ofrece el servicio, siendo este un sector trascendental para el desarrollo del país, de modo que permite un mejor manejo de los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente (PROECUADOR, 2017), dentro de este es importante resaltar que se encuentra el denominado turismo naturaleza o ecoturismo que según el autor Héctor Ceballos Lascurain, este tiene el fin de disfrutar, valorar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de las diferentes áreas, así como cualquier manifestación o expresión cultural que puedan encontrarse en dicho sector (Ceballos Lascuráin, 1983), de tal manera que cada día los turistas poseen mayores exigencias en cuanto al producto turístico, es por ello que este tiene que estar bien desarrollado, según lo manifiesta el autor Alfredo Guevara, el producto turístico debe reunir los siguientes elementos:

“Ambiente diferente, alojamiento turístico, buen clima y paisajes, salubridad y limpieza, comodidad, seguridad personal, comidas frescas, facilidad de comunicación y desplazamientos, y sobre todo posibilidades de compra y souvenirs, todo esto en la búsqueda de la satisfacción completa en cuanto a la necesidad del individuo denominado turista, puesto que el producto turístico tiene su carácter o marca (es la imagen que se forma el turista del sitio); que aunque es totalmente subjetiva, le otorga un sello y valor comercial al sitio turístico y se debe considerar que la mejor manera de diferenciar un producto de los demás que se colocan en el mercado, es haciéndole original, raro y único en la mente del turista” (Guevara, 2012),

Todo esto con la finalidad de obtener un eco desarrollo dentro de un determinado lugar, poniendo énfasis en lo que expresa Luis Cassasola el éxito de este supone el conocimiento del entorno y el compromiso de establecer una relación recíproca, racional y duradera entre la sociedad y la naturaleza, considerando que si las materias primas del turismo son los atractivos naturales y culturales, su preservación es primordial, por tal motivo el eco desarrollo debe diseñar, planear, y llevar a cabo la estrategias

adecuadas para su mejor aprovechamiento, rentabilidad, conservación y protección; sobre todo de las áreas protegidas (Cassasola, 2011), siendo estas los espacios geográficos claramente definidos, reconocidos y gestionados, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza según lo declara el Ministerio del Ambiente (MAE, 2008), es decir estas áreas tienen la necesidad y el derecho de ser consideradas importantes al momento de diseñar un producto turístico de naturaleza, ya sea con la finalidad de considerar su importancia, como también para evitar la contaminación y la saturación turística; para lo cual es necesario comprender también el denominado senderismo; que según el autor Eulogio Castellanos Hernández, consiste en trazar caminos que permitan la visita zonas ricas en flora y fauna; los desplazamientos de los turistas no deben exceder la capacidad de carga de los sitios o áreas naturales (Hernández, Turismo y Recreación, 2010), considerando que el autor, Alfredo Ascanio Guevara enuncia que el ecoturismo plantea el problema de determinar la capacidad intrínseca de esos espacios naturales especiales para generar cierta cantidad y calidad de actividades recreativas; es decir lograr la identificación de la capacidad de carga o el número específico de personas que puede soportar una área, evitando el desgaste de la misma, mediante al menos tres puntos de vista: (Ascanio Guevara, 2012)

1. Capacidad física o de las facilidades recreativas.
2. Capacidad psicológica, según la percepción del visitante
3. Capacidad ecológica que un recurso pueda soportar.

Entonces la importancia que radica dentro del ecoturismo, es que este *se considera un turismo exclusivo y no masivo*, además tiene relevantes aspectos como:

- ✓ Considerar un segmento de mercado selectivo
- ✓ Debe ser interpretado al visitante por guías especializados.
- ✓ Sistema de control de admisión al lugar turístico

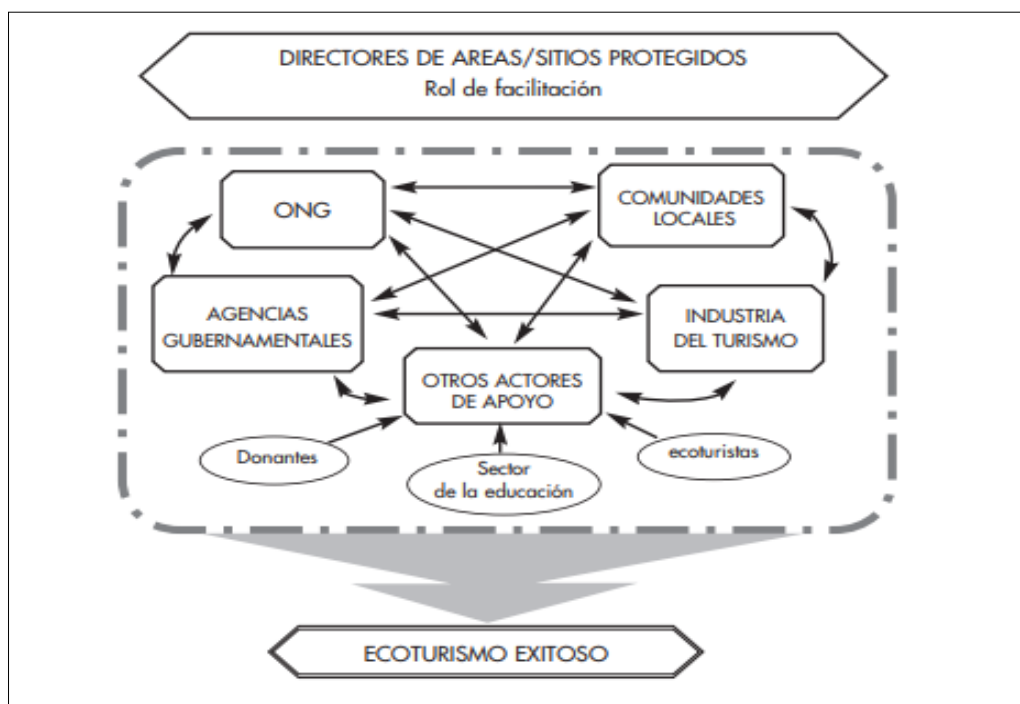
Además los autores Charles R. Goeldner; J.R Brent Richie, expresan que los beneficios de la implementación de los productos turísticos de naturaleza es decir, del ecoturismo son varios, (Goeldner & Richie, 2011) entre ellos están:

- ✓ Minimizar el impacto
- ✓ Crear conciencia y respeto ambiental y cultural.

- ✓ Proporcionar experiencias positivas para ambas partes.
- ✓ Proporcionar beneficios directos para la conservación.
- ✓ Proporcionar beneficios financieros y delegación de autoridad para la gente de la localidad.
- ✓ Elevar la sensibilidad del clima político, ambiental y social de los sectores
- ✓ Respalda acuerdos sobre derechos humanos y acuerdos laborales en beneficio de los turistas así como de los anfitriones.
- ✓ Proporciona educación ambiental para los visitantes
- ✓ Fomenta el enriquecimiento y la preservación ambiental
- ✓ Proporciona empleos e ingresos para la población local

Para el logro de esto se necesita de una amplia gama de actores, con intereses y objetivos diversos, una clave para el éxito del ecoturismo es la formación de sociedades compactas de manera que los variados objetivos de la conservación y del progreso ecuaníme puedan cumplirse: (véase el gráfico 1)

Gráfico 1. Sociedades necesarias para el éxito del ecoturismo



Fuente: (Drumm & Moore, 2002)

Dentro de este se considera de gran importancia al turista ecológico o también denominado eco turista, ya que este será el consumidor principal de los productos

turísticos de naturaleza, entre los aspectos que resaltan según el Centro de Investigación Turística (Andalucialab, 2018) están:

- ✓ Interesado en tener contacto directo con la naturaleza.
- ✓ Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida (busca un intercambio cultural)
- ✓ Dispuesto a aprender, siempre activo y dinámico.
- ✓ Con estudios superiores y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar y las posibles actividades a realizar.
- ✓ Interesado en el deporte y bienestar.
- ✓ Prefiere el contacto directo con las personas y busca establecer lazos de amistad.
- ✓ Prefiere un servicio personalizado y con sello de calidad.
- ✓ Está dispuesto a colaborar con iniciativas sostenibles de gestión de desechos, reducción del consumo de agua y energía y cualquier otro esfuerzo para disminuir el impacto negativo.

A pesar de ello el Centro de Investigación Turística, señala que el perfil del eco turista ha evolucionado de acuerdo al tiempo ya que actualmente se encuentran, el perfil científico, los medios de comunicaciones especializadas es decir para las revistas científicas, documentalistas, los estudiantes de diversas entidades institucionales y personas con interés general.

Partiendo de esto, se recalca que la investigación se realiza en la Parroquia Cojitambo del cantón Azogues de la Provincia del Cañar, “cuyo nombre está compuesto por las voces quichuas: “Curi” que significa oro, o “Cusi” que expresa alegría y “Tambo” que representan descanso, interpretado como un lugar de depósito de oro”, según lo expresan, (Abril Muñoz & Peña Álvarez, 2007); entre las principales actividades económicas desarrolladas dentro de la parroquia se consideran: la agricultura, ganadería y la artesanía, otros aspectos importante que abarca esta parroquia son lugares turísticos de naturaleza que no son ampliamente reconocidos siendo esta una desventaja ya que según (Panosso Netto & Lohmann, 2012) el paisaje se considera como uno de los grandes responsables de la práctica del turismo pues el hombre siempre desea conocer nuevos lugares es decir nuevos paisajes, entre los atractivos turísticos con expectativas de un reconocimiento constan: el chorro, la cueva del Masho-

jutcu,, y el cerro en si, además de la flora y fauna existentes; esto viene dado por la falta de reconocimiento y mantenimiento de sitios turísticos por parte de los moradores del sector, el desinterés en el desarrollo de productos turísticos y el desaprovechamiento de fondos monetarios destinados a la inversión en el desarrollo turístico, lo cual desemboca en diversos efectos como: bajos ingresos económicos provenientes de la gestión de productos turísticos, desarrollo comunal bajo, pobre desarrollo turístico tanto a nivel provincial como parroquial y desaprovechamiento de las potencialidades turísticas existentes en la localidad llegando al problema raíz detallado como una insuficiente integración entre actores y actividades turísticas de ecoturismo que promuevan un desarrollo rural coherente en Cojitambo, por lo cual se ha determinado necesario la realización de una investigación, el análisis y a su vez el diseño de una propuesta de productos turísticos de naturaleza (ecoturismo) fundamentado en los atractivos turísticos existentes dentro de la parroquia, mismos que logren contribuir al desarrollo económico del sector y a la mejora del proceso de gestión del turismo de naturaleza o también denominado ecoturismo, por lo tanto algunos de los principales objetivos a alcanzar es el de atracción y retención de turistas nacionales y sobre todo internacionales ya que estos permite que un país tenga un ingreso de divisas que ayuda al equilibrio de la balanza de pagos, la diversificación de la economía local y rural según lo exterioriza (Panosso Netto & Lohmann, 2012).

Dentro de esta investigación existen diferentes puntos o etapas a considerarse, mismas que son:

- ✓ Identificación de bases teóricas y metodológicas que sustentan la investigación.
- ✓ Identificación de los actuales canales de distribución para los productos turísticos de la localidad.
- ✓ Identificación de los recursos/atractivos vinculados con la modalidad ecoturismo.
- ✓ Diseño de una propuesta de productos turísticos, modalidad ecoturismo dentro de la parroquia, a través del uso de la metodología implantada por (Gomez C., 2014) "Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos"

MATERIAL Y MÉTODOS:

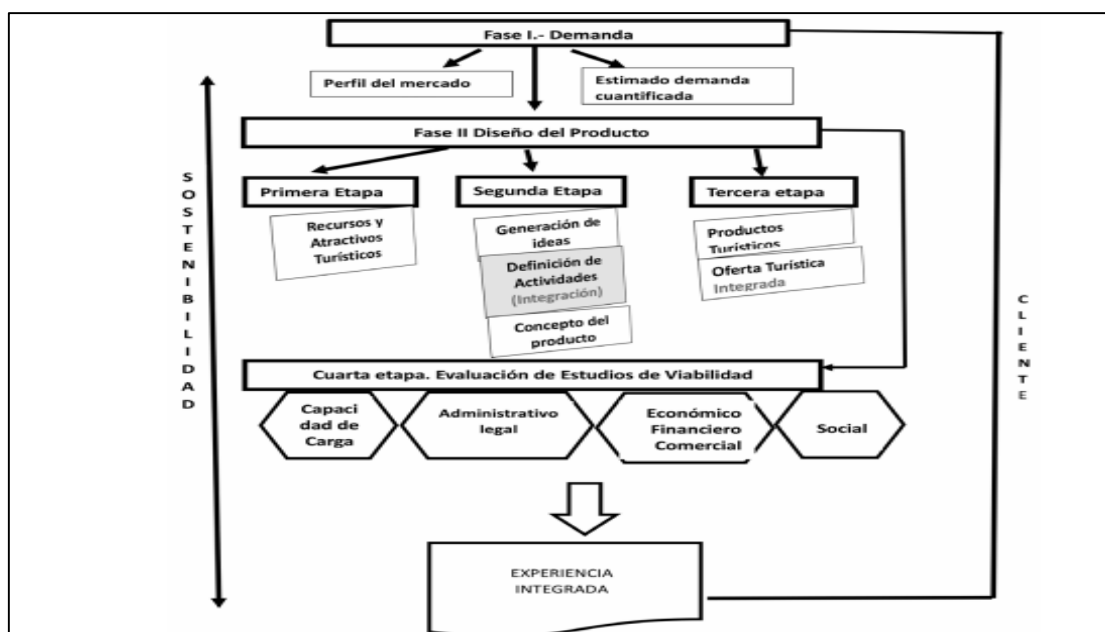
El tipo de investigación empleada es la concluyente ya que a criterio del autor Jorge Prieto Herrera, (Prieto Herrera, 2013) “es aquella que brinda información para evaluar y seleccionar cursos de acción”, dentro del cual se tomara en consideración el enfoque descriptivo, para lo cual las fuentes de información utilizadas son:

- ✓ Fuente de información primaria, y dentro de esta las cualitativas, consideradas como más conveniente las entrevistas semi-estructuradas, las cuales fueron aplicadas a los operadores turísticos y los actores turísticos, las cuales permitieron la recopilación de información acerca de los atractivos turísticos dentro de la modalidad de turismo de naturaleza (ecoturismo) para determinar la integración de los agentes de turismo y además concretar el perfil preliminar de los posibles turistas, y una posible cuantificación de la demanda además de identificar claramente los recursos y atractivos turísticos del lugar; en el siguiente cuadro N° 1, se detalla la información a adquirida de cada sección.

- ✓ Fuentes de información secundaria: mediante el uso de bases externas como publicaciones, estudios previos, estadísticas, tesis, y sobre todo información levantada por los actores turísticos, se obtuvo aportes importantes para la determinación del perfil preliminar del posible turista-.

- ✓ En este aspecto también se utilizó la metodología implantada por la autora Glicería Gómez “Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos” (Gomez C., 2014), con la finalidad de lograr desarrollar el diseño de un producto turístico, modalidad ecoturismo dentro de la parroquia Cojitambo, la cual será desarrollada solo hasta la etapa 2, sección b “definición de actividades”, debido a que existen factores limitantes, tales como: la falta de tiempo y sobre todo la falta de levantamiento de información turística dentro del Ministerio de Turismo de Azogues, lo que de cierta manera impide usarla como base fundamental y lograr cubrir todas las etapas del diseño de producto propuesta por dicha autora. (véase el grafico 2)

Gráfico 2: Esquema metodológico



Fuente: (Gomez C., 2014)

Cuadro N° 1: Información por secciones.

| SECCION | INFORMACIÓN |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Operadoras Turísticas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Importancia de Cojitambo como destino turístico. 2. Atractivos turístico más importante de Cojitambo dentro del turismo naturaleza 3. Actividades a realizar dentro de los atractivos. 4. Edad promedio del turista 5. Cantidad de turistas interesados en visitar sectores como Cojitambo 6. Los turistas con mayor afluencia 7. Forma de viaje del turista 8. Fuente de compra de paquetes turísticos. 9. Lugares más frecuentados por el turistas 10. Perfil del turista 11. Ciudades de donde proceden mayoritariamente los turistas 12. Motivo de viaje del turista |

| | |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> 13. Tiempo promedio de estancia por turista 14. Gasto promedio del turista 15. Expectativas e intereses de los turistas 16. Datos relevantes dentro del registro de paquete turísticos. 17. Potencial turístico de Cojitambo dentro de la modalidad ecoturismo 18. Manera de fortalecer los atractivos. 19. Factibilidad de productos turísticos de naturaleza de Cojitambo |
| <p>Actores Turísticos</p> | <ul style="list-style-type: none"> 1. Aporte que brinda a la actividad turística 2. Proyectos turísticos 3. Atractivos turísticos por explotar dentro del turismo naturaleza. 4. Aportes y beneficios del turismo para el desarrollo de la parroquia. 5. Potencial turístico de Cojitambo, dentro de turismo naturaleza 6. Actividades que realizan dentro del turismo de naturaleza. 7. Fortalecimiento de atractivos y gestión de paquetes turísticos. 8. Gestión con otras entidades 9. Porcentaje institucional destinado al turismo 10. Rubro destinado para el mantenimiento de áreas protegidas 11. Población que participa en actividades del turismo 12. Aspectos que necesitan inversión en el sector turístico 13. Medios utilizados para ofertar los atractivos turísticos. 14. Proyectos de promoción de los atractivos turísticos 15. Integración de las comunidades en los ámbitos turísticos. 16. Capacitaciones en cuanto al turismo 17. Diseño de guía de turismo naturaleza 18. Registro de turistas nacionales y extranjeros 19. Edad promedio del Turista 20. Afluencia de turistas por géneros. 21. Lugares más frecuentados por turistas 22. Tiempo promedio de estancia por turista en Cojitambo 23. Perfil de turista que visita Cojitambo 24. Ciudad de procedencia de los turistas 25. Razón de llegada de personas en Cojitambo |

Fuente: Elaboración Propia

ANALISIS

Según las entrevistas aplicadas a diferentes operadoras turísticas de Cuenca se determinó lo siguiente: la Parroquia Cojitambo es considerado de gran importancia como destino turístico ya que cuenta con diversos atractivos turísticos, tanto culturales, de naturaleza así como de aventura, dentro de estos podemos considerar sus costumbres, tradiciones, historias y las rutas de escalada con las que cuenta, sobre todo porque conlleva una de los mejores lugares para hacer escalada en roca dentro del Ecuador; en cuanto a los atractivos más importantes del turismo naturaleza están los paisajes, la flora y fauna además del senderismo, en las cuales la principal actividades a realizarse son los diferentes recorridos o caminatas, que permitirán al turista observar y deleitarse del paisaje y a través de este maravillarse de la flora y fauna; pero a pesar de toda esta potencialidad existente las operadoras turísticas consideran que son muy pocas la personas que están interesadas en visitar lugares de Cojitambo, y esto debido a que no existe promoción turística de los atractivos que se encuentran dentro de la Parroquia; por lo cual se considera que los atractivos turísticos se pueden potencializar a través de mantenimiento de la zona, incremento de señaléticas, implementación de servicios básicos para los turistas y sobre todo un diseño de guía de turismo, con el fin de tener un sector organizado para que se pueda realizar la promoción de éstas, ya sea por parte de las agencias de viajes, el Gobierno local o el Ministerio de Turismo, y de esta manera aprovechar a los turistas que llegan por cuestiones deportivos o a la denominada escala deportiva, para que sean estos quienes conozcan la diversidad del ecoturismo y a su vez sean quienes difundan dichos lugares llamativos.

Existe otro aspecto sustancial, que es la creación de un producto turístico modalidad ecoturismo para la Parroquia, por lo cual se ha determinado un perfil de turista a nivel general, personas que llegan a Cuenca y que de una u otra manera pasan por Cojitambo, dentro de estas se encuentran las personas de clase media alta, que cuenten o cursen estudios superiores, con una edad promedio entre los 18 y 65 años, lo cual de cierta manera coincide con los datos emitidos en el boletín N° 3 de estudio de la demanda y oferta turística de la Ciudad de Cuenca en el cual se resalta que los visitantes tienen una “edad entre 18 a 29 años (38%), luego se encuentran quienes tienen edad entre 30 y 44 años (32%). Así como una menor presencia de visitantes entre 45 y 65 años (24%)” (GIER, 2017), mismos que buscan conocer nuevos lugares, nuevas culturas, artesanías, nuevas experiencias además de las historia de los lugares a ser visitados, cuyas expectativas son exigentes en cuanto las facilidades que haya de alojamiento, alimentación, pero sobre todo la calidad de servicio; entre estos, por lo

general los de mayor afluencia son los del género masculino por el tema de la escalada deportiva; partiendo de esto las operadoras consideran que la creación del producto turístico antes mencionado es de gran factibilidad, porque este conllevaría ya un proceso organizado y de cierta manera gestionado, siempre y cuando estén dados de la mano con las autoridades pertinentes del lugar, para poder explotarlos al máximo involucrando también a las comunidades para que se saque lo mejor del lugar, asimismo se podría tomar en cuenta las facilidades que ofrece un lugar ya sea de conservación, ya que el turista quiere hacer cosas diferentes a las que está acostumbrado hacer, de tal manera que se determine una gran atraktividad para las agencias de viajes las cuales podrían promocionarlo de una manera adecuada para lograr una mayor atracción de turistas, considerando que también sería un plus presentar algo nuevo, es decir un nuevo producto turístico, y de esta manera aprovechar a todos los individuos que en su mayoría viajan por vacaciones, los cuales tienen procedencias principalmente de las ciudades de: Estados Unidos, México, Europa, Argentina, Canadá, Quito, Guayaquil, Loja y Cuenca, a pesar que Cuenca recibe turistas de todo el mundo sobre todo de Colombia, Perú, Argentina, Chile y Venezuela de la región Latino Americana; Alemania, España, Francia, Italia de la región Europea, Estados Unidos y Canadá con un porcentaje del 77%, según detalla en el boletín N° 3 de estudio de la demanda y oferta turística de la Ciudad de Cuenca (GIER, 2017); así mismo los lugares más frecuentados de estos son: Un city tour por la ciudad, Parque Nacional El Cajas, Nariz del Diablo (Ambato), Inga pirca, Gualaceo, Chordeleg y los sectores de escalada en Cojitambo, entonces se puede aprovechar y presentar ya dentro de estos recorridos el nuevo producto turístico; tomando en consideración que los turistas tienen un tiempo promedio de estancia de entre 4 a 5 días si hablamos de los turistas nacionales mientras que los extranjeros tienden a quedarse entre 8 hasta 15 días(incluso hasta más tiempo); con un gasto promedio por día de \$ 150 al día, lo cual difiere de los datos emitidos por el Grupo de Investigación en Economía Regional en el cual se determina que el gasto diario por turista que viene por recreación, esparcimiento y vacaciones es de \$65.88.

Además según las entrevistas aplicadas a diferentes actores turísticos de Cojitambo se obtuvo la siguiente información: La parroquia Cojitambo cuenta con tres actores principales dentro del Turismo, el GAD Parroquial, MINTUR, y la Unidad de Turismo, dentro del aporte que brindan estos actores a la actividad turística, se consideran que los estos tratan siempre de coordinar y concatenar todos los proyectos e iniciativas sobre el turismo, mediante el diseño, planificación y ejecución de planes, programas y proyectos turísticos, además de su regulación y control, así también la promoción de los destinos y el área de capacitación técnica; además también apoyan a los diferentes

proyectos turísticos de la parroquia, entre ellos se encuentran “El Plan de Desarrollo Turístico” que es una planificación de diferentes proyectos para 5 años que mediante el Gad Parroquial, estos pueden ser ejecutadas, y el Proyecto de implementación turística en el complejo arqueológico que comprende la implementación de un mirador turístico diferente que es un balcón de vidrio, caminerías, una serie de plazas de estancias, lugares de refugio, una plaza ceremonial para la fiesta del maíz, plaza del sol; esto lograría el incremento de atractivos turísticos que pueda ofrecer la Parroquia, entre estos también se encuentra el denominado Ecoturismo que a pesar de que no existen áreas protegidas, los actores turísticos consideran que entre los atractivos turísticos por explotar en el área dentro del turismo naturaleza están las especies endémicas, como por ejemplo los arboles bonsáis naturales en el cerro con alrededor de 400 o 500 años que no han superado los 60 o 70 centímetros de altura, los cuales son muy difíciles de encontrar al igual que la lechuga blanca y el halcón peregrino, además de la determinación de senderos para las caminatas o recorridos por las diferentes áreas naturales llamativas y observación de la flora y la parte de lo que es el denominado chorro aunque este ya no exista su valor histórico es de vital importancia; es por ello que se consideran que el futuro de Cojitambo está en el turismo, ya que el principal beneficio es que la comunidad obtenga del turismo ingresos económicos y puedan hacer de esta una fuente más de ingresos que le permitan subsistir, pero esto no se puede aprovechar mientras no se haga una inversión en implementación turística, por lo cual “los beneficios y la riqueza que el turismo genera lamentablemente se van hacia afuera”, es decir hacia las operadoras turísticas, según lo comenta el Sr Juan Diego Urgiles, representante del Gad Parroquial; de tal manera que dentro de esta se encuentra la falta de explotación del potencial turístico de Cojitambo sobre todo del ecoturismo lo cual parte de la falta de gestión y organización por parte de las autoridades de la parroquia, ya que hay opciones para que la gente pueda desarrollar, el tema de cabalgatas, bicicletas, al igual que el tema de turismo vivencial en la zona; pero esto no ha sido tomado en consideración por lo cual es necesario darle la importancia necesaria para el fortalecimiento de atractivos y el logro de una gestión de paquetes turísticos por lo cual se ve de una manera inevitable la falta de inversión para la obtención de los beneficios ya que este lugar cuenta con grandes potencialidades pero para este fin se hace necesario la inversión en infraestructura turística en la zona, y dentro de esta, el balcón de servicios, sistema de caminerías, accesos, senderos y sobre todo servicios, baterías sanitarias, guías, además de señalización, adecuación de los espacios, accesos, para todo esto es esencial la existencia del apoyo de las instituciones como el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Turismo, ya que según estos, no existe un

porcentaje institucional específico destinado al turismo, sino más bien esto depende de los proyectos que presenten cada representante de la Parroquia para ver la factibilidad de la ejecución, por lo cual el Gad Parroquial trabaja con autogestión tanto para la realización de proyectos así como también para el mantenimiento de las áreas de Cojitambo, dentro de estas colaboran tanto de empresas privadas, personas interesadas y sobre todo el Gad municipal; además de la falta de integración y trabajo conjunto por parte de las entidades responsables de convertir a Cojitambo en un destino turístico relevante mediante, elementos que dinamicen la economía a través del turismo, además de fomentar a que la comunidad forme parte de este proceso, ya que ciertamente no existe una integración fuerte entre las sociedades en los ámbitos turísticos a pesar de los esfuerzos por tratar de crear una asociación, son solamente un aproximado de 40 personas que participan en la feria gastronómica, es decir en actividades del turismo pero se está gestionando la posibilidad de que se formen guías nativos y especializados, siendo esto un aspecto negativo para el desarrollo turístico debido a que no se ven resultados del convenio existente entre la cooperación Italiana, el PENUT (Programas de Naciones Unidas para el Desarrollo) y el Instituto de Patrimonio Cultural para las capacitaciones en cuanto al turismo, los cuales se lo realiza en cuanto a gastronomía, artesanías, servicios, con una duración masomenos de 8 meses, los cuales fortalecerían la capacidad de progreso e impulso hacia un desarrollo económico; a pesar de que también va de la mano con la falta de un diseño de guía de turismo naturaleza, de la parroquia Cojitambo a pesar de que si existen folletos realizados por algunas instituciones pero estas difieren de la realidad; entonces partiendo de estas falencias encontradas y sobre todo en la búsqueda de una solución sobre el bajo desarrollo y explotación en el ámbito turístico se ha visto necesario un mejor manejo de los medios utilización para para ofertar los atractivos turísticos son Spots publicitarios en la televisión, medios digitales, Aplicación ZAAG, Material Impreso, además de ferias nacionales, locales y regionales, según lo explicaron el MINTUR conjuntamente con la Unidad de Turismo; pero para esto se comprendería necesario tener una base de datos sobre los turistas, para la determinación del público objetivo a quien dirigir tanto la promoción como la publicidad ya que ninguna entidad principal cuenta con un registro de turistas nacionales y extranjeros que ingresen a Cojitambo, a pesar que el Gad Parroquial expresa que se ha realizado mediciones con las diferentes Universidades, y ellos son los que cuentan con esa información, pero si existen datos generales sobre el género de mayor afluencia que en este caso es el masculino, debido a la práctica de los deportes extremos; lo cual permite también identificar el perfil de turista que visita Cojitambo siendo por lo general personas con una

edad entre 35 a 65 años, la mayoría de ellos estudiantes, y personas que les gusta el deporte extremos pero sobre todo que buscan nuevas experiencias, en este ámbito también se encuentran personas extranjeras, con un tiempo promedio de estancia de 5 horas, siendo los lugares de mayor procedencia de los turistas, la ciudad de Cuenca, Loja, Pichincha, Chimborazo, Azuay, Guayas y Machala; recalcando que la mayoría de ellos viajan en vacaciones.

DISCUSION

DISEÑO DEL PRODUCTO ECOTURISTICO

Partiendo de la información obtenida, se utiliza la antes mencionada metodología de la autora Glicería Gómez C: “Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos”, para el desarrollo del diseño de producto de naturaleza (ecoturístico) de la Parroquia Cojitambo.

Fase I: Proceso de identificación de la demanda

Perfil de Mercado

El perfil preliminar del ecoturista de Cojitambo: Personas procedentes de Cuenca, Loja, Pichincha, Chimborazo, Azuay, Guayas y Machala que tienen estudios superiores o son ya profesionales, con una edad promedio de entre los 30 y 65 años, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio-alto, además que tenga conocimientos acerca del área natural y de la importancia que conlleva la protección y conservación de las mismas, demuestre interés por tener contacto directo con la naturaleza sin tomar en cuenta el precio monetario de este logro, por lo cual este siempre está dispuesto a viajar hacia cualquier lugar con la finalidad de conocer o contemplar de cerca ciertas especies tanto animales como vegetales, y sobre todo que buscan nuevas experiencias, es por lo cual se le puede considerar como una de los turistas más exigentes, ya que ellos buscan calidad mas no cantidad, tal como lo manifiesta la autora Cristina Cabello García en su estudio sobre Actividad turística y naturaleza. **(García, 2013)**

Fase II: Diseño del Producto:

Etapa I:

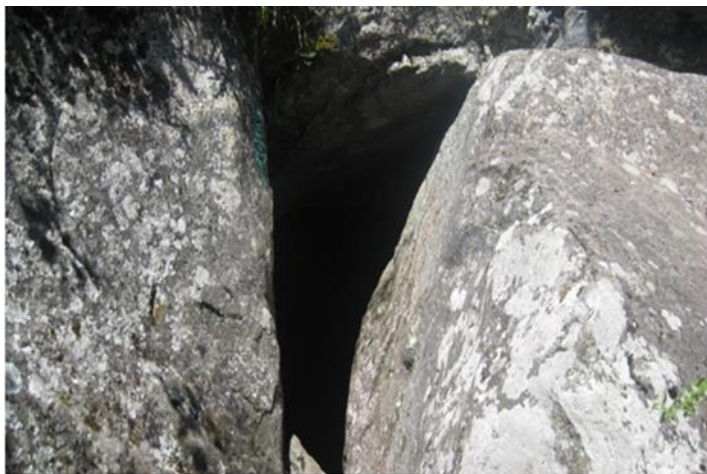
Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos:

Mediante la aplicación del método para la identificación de atractivos turísticos, de la “Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador” (MINTUR, 2017)(Ver Cuadro N° 2), se ha determinado que los atractivos turísticos naturales dentro de Cojitambo son:



Cerro Cojitambo: Según el puntaje de ponderación el Cerro Cojitambo está dentro de la Jerarquía IV, por lo cual se lo considera como un atractivo de gran representación para internacional, capaz de mejorar el desarrollo económico de la

Parroquia tomando en consideración su capacidad de atraer turistas nuevos y actuales.



La cueva de Mashojutcu: Según la tabla de ponderación esta se sitúa en la Jerarquía III, considerada como un atractivo que tiene rasgos excepcionales pero es capaz de motivar el ingreso de

turistas siempre y cuando contenga la participación de otros atractivos.



El chorro: Según la tabla de ponderación el Chorro se sitúa en la Jerarquía III, considerada como un atractivo que tiene rasgos excepcionales, siendo capaz de motivar el ingreso de

turistas siempre que contenga la participación de otros atractivos.

Cuadro N° 2: Tabla de ponderación de los atractivos turísticos.

| ATRACTIVO TURISTICO: | | | CERRO COJITAMBO | CUEVA DE MASHO- JUTCU | EL CHORRO |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------|------------------|
| Criterios de valoración | Descripción | Ponderación | Ponderación | Ponderación | |
| A | Accesibilidad y Conectividad | Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica. | 15 | 15 | 15 |
| B | Planta turística / servicios | Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo. | 8 | 8 | 8 |
| C | Estado de conservación e integración sitio / entorno | Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno. | 13 | 10 | 12 |
| D | Higiene y seguridad turística | Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo. | 13 | 13 | 12 |
| E | Políticas y regulaciones | Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de | 10 | 8 | 10 |

| | | | | | |
|--------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo. | | | |
| F | Actividades que se practican en el atractivo | Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado. | 8 | 3 | 5 |
| G | Difusión del atractivo | Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación. | 6 | 3 | 6 |
| H | Tipo de visitante y afluencia | Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial. | 3 | 4 | 3 |
| I | Recursos humanos | Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo. | 1 | 1 | 1 |
| Total | | | 77 | 65 | 72 |

Fuente: (MINTUR, 2017)

Realizado por: La autora.

Cuadro N° 3: Resultados de ponderación de atractivos turísticos.

| | CERRO COJITAMBO | CUEVA DE MASHO-JUTCU | EL CHORRO |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------|
| RANGOS | JERARQUÍA | JERARQUÍA | JERARQUÍA |
| 76 – 100 | IV | IV | IV |
| 51 – 75 | III | III | III |
| 26 – 50 | II | II | II |
| 11 – 25 | I | I | I |
| 0 - 10 | Recurso | Recurso | Recurso |
| 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 | | |
| 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. | | |
| II | Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales | | |
| I | Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía | | |
| Recurso | 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. | | |

Fuente: (MINTUR, 2017)

Realizado por: La autora

Etapas II: Actividades a realizar alrededores

| ACTIVIDAD | DURACION |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1. Se los trasladara por el camino hacia el chorro de antaño, y se explicara el porqué de su importancia, se podrá visualizar fácilmente sus verdes entornos, luego de esto se los llevara hacia la cueva de Masho-jutcu, en el cual se podrá admirar sus alrededores así también el misterio que conlleva en el interior | 2,30 horas |
| 2. En el transcurso del camino se los encaminara por una casa de recuerdos, en el cual los turistas podrán adquirir ciertas manualidades que realicen los nativos de la zona, como son los sombreros de paja toquilla, y otros. | 1 hora |
| 3. Para la hora del almuerzo se los movilizara hasta la meseta de la montaña, entre las áreas verdes, en el cual ya se encontrara la comida (previamente se realizara el pedido a personas del sector, dedicadas a dicha actividad), además podrán incursionar en las ruinas del cerro y tomar fotografías | 3 horas |
| 4. Caminatas hacia la punta del cerro de Cojitambo, para la observación del paisaje que rodea al mismo, durante el cual un guía turístico nativo narrará las leyendas que han surgido sobre el cerro y dará información acerca de la flora y fauna existente en el medio, poniendo énfasis en los bonsáis naturales y la lechuza blanca así también en el halcón peregrino, dentro de estos también se podrán realizar la toma de fotografías, de la vista panorámica de la Ciudad de Azogues y Biblian | 4 horas |
| 5. Finalmente se organizara un pequeño campamento, con el propósito de que los ecoturistas disfruten de la tranquilidad de la naturaleza, y pasen la noche en la cumbre del cerro de Cojitambo, para lo cual también se planificará previamente la preparación de la merienda y el desayuno del siguiente día. | 10 horas |

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: La autora

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

Partiendo de la revisión de bases teóricas y entrevistas realizadas a los actores del turismo relacionadas a la Parroquia Cojitambo, y así mismo tomando en consideración las exigencias de un turista de naturaleza o ecoturista, se ha determinado la existencia de atractivos turísticos de naturaleza (ecoturismo), mismos que no han sido explotados turísticamente por los entes gubernamentales del lugar, por lo cual no forma parte de uno de los ingresos económicos para la población.

Cojitambo ofrece un ambiente acogedor, con diversas vistas naturales, y sobre todo una flora increíble como los son los arboles bonsáis naturales, que guardan muchos años de historia, siendo este un atractivo esencial, según las expectativas del ecoturista, siendo una de ellas y las más significativa el de tener contacto directo con la naturaleza.

El desarrollo o crecimiento económico y el futuro de la Parroquia se encuentra dentro del turismo, debido a que diversas operadoras turísticas de la Ciudad de Cuenca hacen provecho de esta y ofrecen paquetes turísticos para los turistas, pero estos solo tienen horas de estancia en este sector, por lo cual no forman parte de un factor de movimiento económico, sino más bien todo ese flujo económico se paraliza en Cuenca, entonces, una planificación de productos turísticos de naturaleza pueden llegar a ser una contribución al desarrollo económico de la Parroquia, dentro de las cuales se presentan actividades que permiten el movimiento de la población en los diferentes ámbitos como gastronómico, ventas, transporte y guías; dentro de las actividades se encuentra el guía turístico autóctono es decir de la misma parroquia, con la finalidad de que la información brindada sea fundamentada en sus experiencias y conocimientos.

Se recomienda terminar el diseño de productos turísticos basándose en el diseño presentado por la autora Glicería Gómez, ya que dentro de esta investigación el mismo está desarrollada solo hasta la etapa 2, sección b "definición de actividades", debido a la existencia de factores limitantes, tales como: la falta de tiempo y sobre todo la falta de levantamiento de información turística dentro del Ministerio de Turismo de Azogues acerca de los atractivos ecoturísticos.

Las autoridades de la Parroquia busquen la mejora de la señalización y factores como este para que se incremente el nivel de visitas turísticas, pero para lograr resultados económicos que beneficien a la población a nivel económico se ve necesaria la implementación de un proyecto de turismo mediante el cual se gestione actividades para los turistas que involucren el movimiento poblacional.

Poner más énfasis en los distintos atractivos turísticos existentes, ya que algunos son reconocidos o tomados en cuenta mientras que otros ni siquiera se sabe de su existencia, a pesar de la importancia de estas, además se debería tomar en consideración los diferentes tipos de turismo como lo son: turismo cultural y turismo de aventura, mismas que lograrían complementar al turismo Ecológico y mejorar los beneficios de la explotación de esta.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (2012). *CONCEPTUALIZACION, ORIGEN Y EVOLUCION DEL TURISMO*. Trillas.
- Andalucialab. (22 de Marzo de 2018). *Centro de Investigacion Turistica*. Obtenido de https://www.andalucialab.org/wp-content/uploads/2015/10/ebook_ecoturismo_Andaluc%C3%ADaLab.pdf
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigacion, introduccion a la metodologia cientifica*. Caracas: Editorial Episteme.
- Ascanio Guevara, A. (2012). *Teoria del Turismo*. Mexico: Trillas.
- C., J. H. (2005). *EL COMPLEJO ARQUEOLOGICO DE COJITAMBO*. Azogues: Offset Color Cuenca.
- Cassasola, L. (2011). *Turismo y Ambiente*. Mexico: Trillas.
- Ceballos Lascuráin, H. (1983). *EL ECOTURISMO COMO BASE PARA EL DESARROLLO REGIONAL SUSTENTABL*.
- Consulingema. (2016). *Consulingema Consultora*. Obtenido de http://www.cojitambo.gob.ec/download/lotaip_2016/PDYOT-COJITAMBO-2016.pdf
- Drumm, A., & Moore, A. (2002). *Introduccion a la planificación del Ecoturismo*. USA: The Nature Conservancy.
- Fuguitt, G., Fuller, A., Gasson, R., & Jones, G. (01 de MARZO de 2018). *mapama.gob.es*. Obtenido de http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/5474_9.pdf
- GAIBOR, L. H. (2011). *Repositorio Institucional Universad Tecnica Particular de Loja*. Recuperado el 02 de Febrero de 2018, de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf
- García Fernández, P., & Quintana Valverde, M. (2005). *Introducción a las actividades en la naturaleza*. Wanceulen Editorial. Obtenido de ProQuest Ebook Centra: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaupssp/detail.action?docID=5190340>.
- García, C. C. (Septiembre de 2013). *ACTIVIDAD TURISTICA Y NATURALEZA*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3446/1/TFG-B.281.pdf>
- GIER. (Septiembre de 2017). *Estudio de la Demanda y Oferta turistica de la ciudad de Cuenca*. Obtenido de <http://cuenca.com.ec/sites/default/files/Bolet%C3%ADn%20Demanda%20y%20oferta%20tercer%20trimestre%202017.pdf>
- Goeldner, C., & Richie, J. B. (2011). *Turismo*. Mexico: Limusa S.A.
- Gomez C., G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *Revista Retos*, 157-172.
- Gonzalez, F. (17 de 12 de 2015). *dspaceUniversidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23573/1/ENSAYO%20fheer.pdf>
- Google Maps. (15 de febrero de 2018). Recuperado el 22 de Febrero de 2018, de <https://www.google.com.ec/maps/@-2.7581341,-78.8839187,16z?hl=es-419>
- Guamán Domínguez, J. C. (2012). *Repositorio Institucional Universidad de Cuenca*. Recuperado el 05 de Febrero de 2018, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1738>
- Guevara, A. A. (2012). *TEORIA DEL TURISMO*. Trillas.
- Hernández, E. C. (2010). *Turismo y Recreación*. Mexico: Reillas.
- Hernández, E. C. (2011). *TURISMO DE RECREACION*. Trillas.
- Hugo Abril, J. P. (2017). *Dspace de la Universidad del Azuay*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6894>
- Krapf, W. H.-K. (1942). *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*.
- MAE. (2008). *Ministerio del Ambiente*. Recuperado el 23 de febrero de 2018, de <http://www.ambiente.gob.ec/areas-protegidas-3/>

- MetroEcuador*. (27 de 09 de 2017). Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilo-vida/2017/09/27/cifras-datos-del-turismo-ecuador.html>
- Midgley, J. (2014). *DESARROLLO SOCIAL: TEORIA Y PRACTICA*. Madrid - España: FGUPM.
- Millán, T. R. (05 de 02 de 2018). *Para comprender el concepto de cultura*. Recuperado el 05 de Febrero de 2018, de <http://www.estudiosindigenas.cl/educacion/compcult.pdf>
- MINCENTUR. (2014). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado el 15 de febrero de 2018, de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo*. (Diciembre de 2017). Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Boletin/Boletin_Diciembre-2017.pdf
- Ministerio de Turismo*. (10 de 12 de 2017). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-pais-mas-ganador-de-los-world-travel-awards-2017/>
- Ministerio de Turismo*. (09 de Septiembre de 2017). Recuperado el 11 de Febrero de 2018, de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-pais-mas-ganador-de-los-world-travel-awards-2017/>
- Ministerio de Turismo*. (2017). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/noticias/>
- MINTUR. (Junio de 2017). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Montoya, J. D. (Mayo de 2012). *ACTIVIDADES ECONOMICAS*. Recuperado el 02 de Febrero de 2018, de <http://www.actividadeseconomicas.org/2012/05/que-son-las-actividades-economicas.html>
- Novas, N. C. (2011). *ADMINISTRACION DE SERVICIOS TURISTICOS*. Bogota: Ideas Propias
- OMT*. (febrero de 2016). Obtenido de Introduccion al turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Organizacion Mundial de Turismo*. (s.f.). Recuperado el 02 de Febrero de 2018, de <http://www2.unwto.org/es>
- Panosso Netto, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoria del Turismo*. Mexico: Trillas.
- Prieto Herrera, J. E. (2013). *Investigación de mercados* (2a. ed.). Ecoe Ediciones.
- PROECUADOR*. (2017). Obtenido de https://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- R. Hernández Sampieri, R. F. (2005). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Redex*. (08 de marzo de 2018). Obtenido de Red extremeña de Desarrollo Rural: <http://redex.org/concepto-de-desarrollo-rural>
- Rojas, J. H. (2005). *El Complejo Arqueológico de Cojitambo*. Azogues Ecuador.
- Saravia, M. C., & Muro, M. N. (2016). Productos Turisticos, metodología para su elaboracion. *Revista de Ciencias Sociales*, 53-78.
- Senplades*. (22 de febrero de 2018). Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/programas-y-servicios/#>
- Tabares, F. C. (1993). *PRODUCTOS TURISTICOS*. Mexico: Trillas.
- ViajandoX.com. (2 de febrero de 2018). *ViajandoX.com*. Obtenido de <https://www.ec.viajandox.com/canar-P31>
- Wilson, G. (2011). *"LAS RUINAS DEL COJITAMBO, HERENCIA"*.

ANEXOS

Anexo A: Cuadro comparativo de resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a las operadoras turísticas de Cuenca.

| | Cazhuma Tours | Candonga Viajes | Polylepis Tours | ExtremVentura Operadora de Turismo | Arutam Ecotours |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Importancia de Cojitambo como destino turístico. | Muy importante por el tema arqueológico sobretodo. | Muy importante porque cuenta con una arqueología, además de eso por su historia. | Es un lugar muy importante por el tema deportivo ya que este es uno de los mejores lugares para hacer la escalada en roca dentro del Ecuador, además de las ruinas arqueológicas de Cojitambo. | Es bueno el turismo, pero debe promocionarse más este lugar para poder aprovecharlo y obtener beneficios económicos que ayuden al desarrollo de los involucrados. | Tiene su importancia por la historia que conlleva, por la teología y por las rutas de escalada que tienen bastantísimos. |
| 2. Atractivos turístico más importante de Cojitambo dentro del turismo naturaleza | Tiene estos atractivos turísticos pero no tienen mucha promoción turística, entonces dentro del turismo de naturaleza es el senderismo. | Dentro del Turismo de Naturaleza los atractivos más importantes son la flora y fauna | El paisaje obviamente que se disfruta desde lo alto del cerro. Si alguien no quiere escalar o hacer rapel entonces por lo menos subirá al | Paisaje | El paisaje del cerro de Cojitambo |

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| | | | cerro y tomará fotos del paisaje. | | |
| 3. Actividades a realizar dentro de los atractivos. | Dentro senderismo es la flora y fauna | En cuanto al turismo de naturaleza desconoce | Las caminatas | Caminatas para conocer | Las caminatas en cuanto al cerro de Cojitambo. |
| 4. Edad promedio del turista | Entre 35 – 40 años tanto nacional como extranjero | Edad promedio de 24 – 55 años entre Nacionales y Extranjeros | La edad promedio es desde los 19 hasta los 55 años | De 25 a 40 años | Entre unos 18 y 70 años |
| 5. Que cantidad de turistas están interesados en visitar sectores como Cojitambo | Pocos debido a que ya no existe promoción turística. | Un 50% ya que la mayoría viajan por cuenta propia. | Pocos porque Cojitambo no es un punto muy promocionado como destino turístico | De 1000 personas que llegan unas 800 estarían interesadas en conocer la zona por el tema arqueológico. | Muy pocos realmente, porque se desconoce mucho los atractivos turísticos. |
| 6. Los turistas con mayor afluencia | Hombres | Hombres porque realizan sus viajes en grupos. | A nivel general están iguales tanto hombres como mujeres, pero en Cojitambo son mayor parte hombres debido a la escalada. | Vienen por igual un 50% hombres y un 50% de mujeres. | Por lo general son las mujeres, las que compran los paquetes |
| 7. Forma de viaje del turista | Se viaja mas por cuenta propia y también por paquetes turísticos. | La mayoría por lo general viajan por cuenta propia. | Un 60% viajan con paquetes, y el otro 40% es gente que viaja por su cuenta | La mayoría viajan por paquetes | Paquetes turísticos |

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8. Fuente de compra de paquetes turísticos | Las compras mayoritarias son por internet, pocos son los que compran en la agencia. | Visitan la agencia de viajes por mayor seguridad. | Un 70% a 65% de ventas son electrónicos y la diferencia de las personas que vienen al local. | Agencia de Viajes | Está en un promedio igual, debido a que los paquetes turísticos son comprados tanto por internet así como en la agencia de viajes. |
| 9. Lugares más frecuentados por el turistas | Un city tour por la ciudad, Parque Nacional El Cajas, Ingapirca, Gualaceo y Chordeleg. | El Cajas, Chordeleg, Gualaceo Ingapirca, Nariz del Diablo (Ambato). | El cajas | El Cajas e Ingapirca | Cajas, Ingapirca, y en cuanto a Cojitambo están los sectores de escalada |
| 10. Perfil del turista | Perfil puede ser más mochilero que le gusta viajar constantemente y con una edad promedio de 35 – 40 años. | El turista por lo general es de clase media alta tienen estudios superiores y que han viajado anteriormente a otros países de Sudamérica | Personas con capacidad de viaje de 12 días que buscan viajar por diferentes lugares o ciudades del Ecuador. | El turista viene más por tema cultural, a los cuales les gusta caminar y conocer más sobre el lugar que visitan. | El perfil de turista se centra en las personas que buscan conocer algo nuevo y al mismo modo disfrutar del nuevo entorno. |
| 11. Ciudades de donde proceden mayoritariamente los turistas | Estados Unidos, México, Loja, Quito y Guayaquil | Estados Unidos, Canadá, Quito, Guayaquil, Loja y Cuenca. | Guayaquil, Estados Unidos | Guayaquil, Estados Unidos | Europa, EEUU, Argentina |
| 12. Motivo de viaje del turista | Vacaciones | Vacaciones | Vacaciones, negocios | Vacaciones, negocios | Conocer |

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Tiempo promedio de estancia por turista | Un promedio de 4 días | Los extranjeros de 8 a 10 días y hasta 15 días; los nacionales se quedan 3 a 4 días. | 3 días | 5 días. | El promedio es básicamente tres días. |
| 14. Gasto promedio del turista | Gasto promedio en los 4 días es de \$250 a \$300 y con la comida en promedio \$400. | En promedio unos \$500. | Un promedio de \$100 | \$150 al día. | Desconoce |
| 15. Expectativas e intereses de los turistas | Lugares ya posicionados o reconocidos. | Conocer nuevos lugares, nuevas culturas, nuevas experiencias y además conocer su historia de los lugares a ser visitados. | El lugar al que van, las facilidades que haya como en alojamiento, alimentación, etc., paisajes, el tema económico | Las artesanías y el lugar que visitan. | Conocer la calidad del servicio y quedar satisfecho con eso. |
| 16. Datos relevantes del registro de paquete turísticos. | No cuenta con un registro de paquetes turísticos vendidos. | No cuenta con un registro. | Si, los datos relevantes son: nombres, fechas de salidas, los lugares de donde se recoge al turista, | Los datos más relevantes son los lugares que visita el turista. | Los datos más relevantes son nombres, apellidos, ciudad de origen, edad, numero de cedula, teléfono |
| 17. Potencial turístico de | La modalidad de ecoturismo no se | Que es un destino que todavía está por | Es uno de los lugares más | Falta explotar aún más el Cojitambo y darlo a | Se puede mejorar tanto en la |

| | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cojitambo dentro de la modalidad ecoturismo | encuentra bien reconocido ni aprovechado, más bien el turismo de aventura se ha escuchado más e incluso le ha ganado al turismo arqueología | explotar, falta un poco de organización por parte de las autoridades locales y se podría impulsar mediante las agencias de viajes. | importantes para la práctica de la escala añadiendo el tema arqueológico y de paisaje que se puede aprovechar porque el turista llega por el tema deportivo | conocer | organización así como el ofrecer de los atractivos turísticos. |
| 18. Manera de fortalecer los atractivos, para convertirlas en productos turísticos de calidad | Institucionalizando eventos como los de caminatas y recorridos | Hacer mayor cuidado y mantenimiento de la zona, incrementar señaléticas, servicios básicos para los turistas para realizar la promoción por parte de las agencias de viajes y el gobierno local. | Mayor organización por parte de los dirigentes del sector de Cojitambo. | Dándolas a conocer, conservando lo que ya tienen, ofrecer el potencial turístico acorde a los gustos del turista ya que la mayoría de veces se olvidan de los gustos de los turistas que es lo más importante a tener en cuenta. | Desconoce |
| 19. Creación de productos eco turísticos de Cojitambo y comercialización. | Sí, porque ayudaría atraer más turísticas pero siempre y cuando este paquete sea promocionado de la mejor manera | Ayudaría a la agencia a atraer más turistas y de la misma manera bastante promoción ya que sería un nuevo paquete. | Sí, siempre y cuando estén dados de la mano para poder explotarlos al máximo involucrando a las comunidades. | Se tiene que tomar en cuenta las facilidades que ofrece un lugar además de la conservación, cabalgatas. | Esto depende de la organización y desarrollo de dicho producto turístico, para que se puede ofertar con éxito. |

Anexo B: Cuadro comparativo de resultados obtenidos de la aplicación de entrevistas a los actores turísticos relacionados con Cojitambo.

| | GAD PARROQUIAL | MINTUR | UNIDAD DE TURISMO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Aporte que brinda a la actividad turística | El GAD como tal no tiene los recursos necesarios considerando la inversión de los proyectos previstos, por lo tanto trata siempre de coordinar y concatenar todos los proyectos e iniciativas sobre el turismo. | Principalmente el tema de regulación y control de los establecimientos turísticos, así como también del tema de promoción y de desarrollo de los destinos, también el área de capacitación técnica. | Desde el diseño, planificación y ejecución de planes, programas y proyectos turísticos en beneficio del cantón |
| 2. Proyectos turísticos | Proyecto de implementación turística en el complejo arqueológico que comprende caminerías, una serie de plazas de estancias, lugares de refugio, una plaza ceremonial para la fiesta del maíz, plaza del sol, además de un mirador con el piso de cristal. | La implementación de un mirador turístico diferente que es un balcón de vidrio, que va sobre una de las rutas de escalada que tiene el cerro Cojitambo | El Plan de Desarrollo Turístico, que es una planificación para 5 años. |
| 3. Atractivos turísticos por explotar en el área de Cojitambo dentro del turismo naturaleza. | El sistema de caminerías que se tiene hacia la zona de corralón, el mirador de torai, además que tiene especies endémicas, como por ejemplo los arboles bonsáis naturales en el cerro con alrededor de 400 o 500 años que no han superado los 60 0 70 | La determinación de senderos para las caminatas y observación de la flora. | Los atractivos como es el cerro, los picapedreros, , el Capac Ñan la cueva del Mashujuctu, bueno la parte lo que es el chorro aunque ya no exista su valor histórico lo tiene. |

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | centímetros de altura, los cuales son muy difíciles de encontrar al igual que la lechuga blanca y el halcón peregrino. | | |
| 4. Aportes y beneficios del turismo para el desarrollo de la parroquia. | El futuro de Cojitambo está en el turismo, pero esto no se puede aprovechar mientras no se haga una inversión en implementación turística, esto debido a que los beneficios y la riqueza que el turismo genera lamentablemente se van hacia Cuenca, es decir hacia las operadoras turísticas. | Constituye un pilar fundamental ya que viene gente aliándose a Cuenca que es un destino realmente preferido para los deportes de aventura sobre todo por el tema escalada en diferentes niveles de riesgo, lo cual permite un desarrollo económico del lugar. | El principal beneficio es que la comunidad obtenga del turismo ingresos económicos y puedan vivir de esta fuente, todo en base al complejo arqueológico, su cerro, su iglesia, sus costumbres, sus tradiciones. |
| 5. Potencial turístico de Cojitambo, dentro de turismo naturaleza | El desarrollo se lo mide en dinero, además que toda actividad sea tanto cultural, aventura así como de ecoturismo son cosas que si enriquecen tanto como seres humanos. | En Cojitambo hay opciones para que la gente pueda desarrollar, incluso el tema de cabalgatas, bicicletas, al igual que el tema de turismo vivencial en la zona. Hay que buscar ese potencial con gente que sea responsable. | El potencial turístico de la parroquia no está siendo explotada al 100% y falta mucho de gestionar por parte de las autoridades parroquiales. |
| 6. Actividades que realizan dentro del turismo de naturaleza. | Las actividades que realizan los turistas son por gestión de las operadoras, debido a que estas tienen que cumplir con lo propuesto e los paquetes. | El tema de recorrido dentro de diferentes áreas naturales llamativas. | A pesar de no ser una área natural protegida pero sin embargo siempre se realizan visitas al lugar. |
| 7. Fortalecimiento de atractivos y | Con inversión y con el apoyo de las | Se necesita de infraestructura | |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| gestión de paquetes turísticos. | instituciones como el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Turismo, etc. | turística en la zona como señalización, adecuación de los espacios, senderos, accesos principalmente sería eso lo que se tiene que hacer. | |
| 8. Gestión con otras entidades | No se da porque la inversión del gobierno es a conveniencia, es decir se maneja políticamente. | Se ha trabajado con todas las instituciones con la finalidad de convertir el destino de Cojitambo en una potencialidad para nuestra provincia, tanto el GAD, el Municipio y la Unidad de Turismo. | Directamente con el Gobiernos Provincial del Cañar, el Municipio, el Ministerio de Turismo y con el Ministerio de Cultura y Patrimonio |
| 9. Porcentaje institucional destinado al turismo | No existe un presupuesto, por lo cual el GAD realiza autogestión. | No se tiene un presupuesto específico más bien nuestro aporte es técnico. | Específicamente no hay un presupuesto destinado para turismo de Cojitambo, y el Gad no ha presentado ningún proyecto. |
| 10. Rubro destinado para el mantenimiento de áreas protegidas | Se trabaja con autogestión tanto de empresas privadas, personas interesadas y sobre todo el Gad municipal | No, porque cuando se realiza un proyecto debe existir una gestión de contraparte, es decir los entes de cada sector se hacen responsables del mantenimiento de los proyectos implementados. | No porque esto es responsabilidad del GAD parroquial, ellos ya tienen recursos según la planificación de sus POAs. |
| 11. Población que participa en actividades del turismo | Almenos 40 personas que participan en la feria gastronómica | No se tiene un porcentaje establecido, pero se está gestionando la posibilidad de que se formen guías nativos y | Un 10%, no más. |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | especializados | |
| 12. Aspectos que necesitan inversión en el sector turístico | Lo más importante es la infraestructura, y dentro de esta es necesario el balcón de servicios, sistema de caminerías, elementos que dinamicen la economía mediante el turismo | Los principales son los accesos, senderos y lo que está relacionado con infraestructura sobre todo servicios, baterías sanitarias, guías. | En infraestructura y facilidades y obviamente estos deben ir acompañado de un modelo de gestión para que sea sustentable y sostenible |
| 13. Medios utilizados para ofertar los atractivos turísticos. | No se puede ofertar a pesar de que se tiene los recursos como paisajes, la pared de escalada, el complejo arqueológico, pero no se tiene inversión por lo cual no existe un producto turístico. | Spots publicitarios en la televisión y en medios digitales. | Aplicación ZAAG, Redes Sociales Material Impreso, participamos en ferias nacionales, locales y regionales |
| 14. Proyectos de promoción de los atractivos turísticos | No se promociona lo que no se tiene. | Existe la campaña de viaja primero Ecuador el tema del viaje de la semana dentro del cual se van generando a nivel nacional ciertos destinos, promocionando las fiestas gastronomía, actividades que se pueden desarrollar a nivel de estos lugares | Específicamente de la Parroquia no, sino más bien lo realizan a nivel general. |
| 15. Integración de las comunidades en los ámbitos turísticos. | Es débil todavía a pesar de los esfuerzos por tratar de crear una asociación. | En parte están relacionadas, pero hay que trabajar más en cuanto a la dinamización de estos con los turistas | No porque a pesar de que se ha realizado invitaciones a participar en la información sobre el turismo, esto no ha dado resultados. |
| 16. Capacitaciones en cuanto al | Si existe un convenio entre la | Si siempre se reúne la gente y se da | Si lo realiza en cuanto a gastronomía, artesanías, |

| | | | |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| turismo | cooperación Italiana, el PENUT (Programas de Naciones Unidas para el Desarrollo) y el Instituto de Patrimonio Cultural para este fin. | ese tipo de charlas y capacitaciones. | servicios, con una duración de 8 meses. |
| 17. Diseño de guía de turismo naturaleza | No existen, pero si hay folletos realizados por algunas instituciones pero estas difieren de la realidad. | No existe, pero se está planificando. | De Cojitambo especifico no, porque eso es responsabilidad del Gad Parroquial. |
| 18. Registro de turistas nacionales y extranjeros | Se ha realizado mediciones con las diferentes Universidades, y ellos son los que cuentan con esa información. | Actualmente no, la que conlleva tal información es la Unidad de Turismo. | No, puesto que es responsabilidad del GAD Parroquial. |
| 19. Edad promedio del Turista | Edad promedio de turista nacional es de 35 años, mientras que el turista extranjero es de 30 años hasta los 65 años. | En promedio están entre unos 36 a 45 años de edad el turista extranjero | Entre los 12 – 50 años tanto Nacionales como Extranjeros. |
| 20. Afluencia de turistas por género | Mayoritariamente son los hombres | Hombres por el tema de la escalada | Los hombres por el deporte de escalada |
| 21. Lugares más frecuentados por turistas | Complejo arqueológico y las paredes de escalada | A nivel de provincia están: Ingapirca, San Francisco, Cojitambo, la ruta del Tambo Coyoctor. | En Cojitambo son la escalada, el cerro, el complejo arqueológico, el Mashujuctu y los picapedreros. |
| 22. Forma de viaje del turista | Extranjeros viajan a través de paquetes turísticos, y los nacionales por cuenta propia | Algunos por cuenta propia y otros por paquetes turísticos | Por cuenta propia |

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 23. Tiempo promedio de estancia por turista en Cojitambo | Alrededor de 5 horas | Pocas Horas | En Azogues una sola noche, pero dentro de Cojitambo solo son horas. |
| 24. Perfil de turista que visita Cojitambo | Por lo general son estudiantes, y los de deportivos por la escalada. | Personas que les guste viajar en familia, y personas que les gusta el deporte extremo. | Personas que les gusta viajes familiares, y conocer zonas nuevas |
| 25. Ciudad de procedencia de los turistas | Cuenca, Loja y Quito | Pichincha, Chimborazo, Azuay, Guayas | Guayaquil, Loja y Machala |
| 26. Razón de llegada de personas en Cojitambo | Vacaciones | Visitas, vacaciones y escalada | Vacaciones |

Anexo C: Fotografías.



Entrevista al presidente del GAD Parroquial de Cojitambo



Entrevista a la directora de la Unidad de Turismo de Azogues



**Lechuza blanca apostada en el Conjunto III,
zona habitacional**



Cerro Cojitambo